	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER **JURUSAN S1 MANAJEMEN** **FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN TEKNOLOGI DIGITAL** **UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SURABAYA**						
MATA KULIAH		**KODE**	**Rumpun MK**	**BOBOT (sks)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
Perilaku Konsumen		MJK21633	Manajemen Pemasaran	T=3	P=0	VI (Gasal)	20 Juni 2021
		Pengembang RP		**Dosen PJMK**		**Ka PRODI**	
		(Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM) NPP. 1306893		(Drs. Puspandam Katias, MM) NPP.		(Riyan Sisiawan Putra, SE., MSM) NPP. 1306897	
Capaian	**Program Studi**						

Pembelajaran(CP)	Sikap : 1. Mampu menjalankan perilaku sesuai dengan tuntunan agama 2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika 3. Mampu berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan pancasila; 4. Mampu berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa; 5. Mampu menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain; 6. Saling membantu antar sesama yang membutuhkan 7. Mampu bergotong royong demi kesejahteraan masyarakat 8. dan data 9. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya 10. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjammenjamin kesahihan dan mencegah plagiasi Pengetahuan: Mahasiswa dapat memahami tentang perilaku konsumen, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat. **Mata Kuliah** Setelah mengikuti perkuliahan mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa dapat memahami perilaku konsumen
Diskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor eksternal maupun internal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi pemasaran; disamping juga bertujuan memberikan dasar untuk mempelajari kompleksitas konsumen.
Referensi	**Utama :**
	1. Olson, Jerry C. and Peter, J.Paul. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
	Pendukung :

Media Pembelajaran	**Software :**	**Hardware :**
	SLIDE POWER POINT	LCD, LAPTOP
Team Teaching	Drs. Puspandam Katias, MM	
Matakuliah Syarat	Manajemen Pemasaran	
Deskripsi Bahan Kajian dan Topik Bahasan	**Bahan Kajian:** Bahan kajian dalam mata kuliah ini adalah Perilaku Konsumen	
	Topik Bahasan: Topik bahasan dalam mata kuliah ini antara lain menjelaskan mengenai definisi kognitif, afektif, dan psikomotor.	
Assesment	$NA = \frac{\{(2\ x\ P) + (3\ x\ T) + (2\ x\ UTS) + (3\ x\ UAS)\}}{10}$ NA =Nilai Akhir nilai P = Performance (Terdiri dari kehadiran, , akhlak dan partisipasi kelas) T = Nilai tugas (individu dan kelompok) UTS =Ujian Tengah Semester UAS =Ujian Akhir Semester	

Minggu ke	Kemampuan Akhir yang diinginkan setiap tahapan belajar (CPK)	Bahan Kajian (Materi ajar)	Bentuk Pembelajaran (Metode)	Assessment			Dosen Pengampu
				Indikator	Bentuk	Bobot Penilaian	
1	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai Pengenalan Terhadap Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran	1. Apakah perilaku konsumen? 2. Pendekatan terhadap penelitian mengenai perilaku konsumen 3. Penggunaan riset perilaku konsumen 4. dst	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Apakah perilaku konsumen? 2. Pendekatan terhadap penelitian mengenai perilaku konsumen 3. Penggunaan riset perilaku konsumen 4. Dst	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
II	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai	1. Tiga elemen dalam analisis konsumen	Presentasi dan Diskusi	Mahasiwa dapat menjelaskan mengenai:	Makalah, Presentasi, dan	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen

	Kerangka Kerja untuk Analisis Konsumen	2. Strategi pemasaran 3. Tingkatan analisis konsumen		1. Tiga elemen dalam analisis konsumen 2. Strategi pemasaran 3. Tingkatan analisis konsumen	Diskusi Kelompok		Unusa
III	Pengenalan Terhadap Afeksi dan Kognisi	1. Komponen roda analisis konsumen 2. Afeksi dan kognisi sebagai respons psikologis 3. Apakah itu kognisi? 4. dst	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai: 1. Komponen roda analisis konsumen 2. Afeksi dan kognisi sebagai respons psikologis 3. Apakah itu kognisi? 4. dst	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
IV	Pengetahuan Produk Konsumen dan Keterlibatan	1. Tingkat pengetahuan produk 2. Pengetahuan produk konsumen 3. Rantai alat-tujuan pengetahuan produk (rantai atribut-tujuan) 4. dst	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai: 1. Tingkat pengetahuan produk 2. Pengetahuan produk konsumen 3. Rantai alat-tujuan pengetahuan produk (rantai atribut-tujuan) 4. dst	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
V	Perhatian dan Pemahaman	1. Paparan pada informasi 2. Proses perhatian 3. Pemahaman 4. dst	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai: 1. Paparan pada informasi 2. Proses perhatian 3. Pemahaman 4. dst	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
VI	Sikap dan Tujuan	1. Apa itu sikap? 2. Sikap terhadap objek	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai:	Makalah, Presentasi, dan	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen

		3. Sikap terhadap perilaku 4. dst		1. Apa itu sikap? 2. Sikap terhadap objek 3. Sikap terhadap perilaku 4. dst	Diskusi Kelompok		Unusa
VII	Pengambilan Keputusan oleh Konsumen Pengenalan Terhadap Perilaku	1. Pengambilan keputusan sebagai penyelesaian masalah 2. Elemen-elemen penyelesaian masalah 3. Proses-proses penyelesaian masalah dalam keputusan pembelian 4. dst 1. Apakah perilaku lahiriah konsumen? 2. Sebuah model lahiriah perilaku konsumen	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai: 1. Pengambilan keputusan sebagai penyelesaian masalah 5. Elemen-elemen penyelesaian masalah 6. Proses-proses penyelesaian masalah dalam keputusan pembelian 7. dst 2. Apakah perilaku lahiriah konsumen? 3. Sebuah model lahiriah perilaku konsumen	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
			UTS				
VIII	Proses Pengondisian dan Pembelajaran Mempengaruhi Perilaku	1. Pengondisian klasik 2. Pengondisian operan 3. Pembelajaran model 1. Strategi-strategi pengaruh	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai: 1. Pengondisian klasik 2. Pengondisian operan 3. Pembelajaran model	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa

	Konsumen	perilaku konsumen 2. Promosi penjualan 3. Pemasaran sosial 4. dst		1. Strategi-strategi pengaruh perilaku konsumen 2. Promosi penjualan 3. Pemasaran sosial 4. dst			
IX	Berkenalan dengan Lingkungan Pengaruh Kultural dan Lintas Kultural	1. Lingkungan 2. Aspek-aspek lingkungan 3. Situasi 1. Apa itu kultur? 2. Muatan kultur 3. Kultur sebagai proses 4. dst	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa dapat menjelaskan mengenai: 1. Lingkungan 2. Aspek-aspek lingkungan 3. Situasi 1. Apa itu kultur? 2. Muatan kultur 3. Kultur sebagai proses 4. dst	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
X	Subkultur dan Kelas Sosial Kelompok Acuan dan Keluarga	1. Subkultur 2. Menganalisis subkultur 3. Kelas sosial 1. Kelompok acuan 2. Keluarga	Presentasi dan Diskusi	Mahassiwa dapat menjelaskan mengenai: 1. Subkultur 2. Menganalisis subkultur 3. Kelas sosial 1. Kelompok acuan 2. Keluarga	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
XI	Segmentasi Pasar dan Pemosisian Produk	1. Menganalisis hubungan konsumen-produk 2. Menyelidiki dasar-dasar segmentasi 3. Mengembangkan pemosisian produk	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Menganalisis hubungan konsumen-produk 2. Menyelidiki dasar-dasar segmentasi	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa

	Perilaku Konsumen dan Strategi Produk	4. dst 1. Afeksi dan kognisi produk 2. Perilaku produk 3. Lingkungan produk 4. dst		3. Mengembangkan pemosisian produk 4. dst 1. Afeksi dan kognisi produk 2. Perilaku produk 3. Lingkungan produk 4. dst			
XII	Perilaku Konsumen dan Strategi Promosi	1. Tipe-tipe promosi 2. Perspektif komunikasi 3. Lingkungan promosi 4. dst	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Tipe-tipe promosi 2. Perspektif komunikasi 3. Lingkungan promosi 4. dst	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
XIII	Perilaku Konsumen dan Strategi Penentuan Harga	1. Masalah konseptual dalam penentuan harga 2. Upaya perilaku 3. Afeksi dan kognisi harga 4. dst	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Masalah konseptual dalam penentuan harga 2. Upaya perilaku 3. Afeksi dan kognisi harga 4. dst	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa
XIV	Perilaku Konsumen, Perdagangan Elektronik, dan Strategi Saluran	1. Afeksi dan kognisi terkait toko 2. Perilaku terkait toko 3. Lingkungan toko	Presentasi dan Diskusi	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai: 1. Afeksi dan kognisi terkait toko 2. Perilaku terkait toko 3. Lingkungan toko	Makalah, Presentasi, dan Diskusi Kelompok	10%	Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa

UAS

Surabaya, 1 Januari 2021

Dosen Pengampu	Ketua Program Studi
Tim Dosen Perilaku Konsumen Unusa	(Riyan Sisiawan Putra, SE., MSM) NPP. 1306897