



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MERDEKA SURABAYA**

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	Sifat	BOBOT (sks)		SEMESTER	Direvisi
PERILAKU KONSUMEN	MKK43101	UMUM	wajib	T = 3	P = 0	IV (4)	05 Februari 2022
OTORISASI	Pengembang RP Naam Fajar Basroni, SM., MM		Koordinator RMK Naam Fajar Basroni, SM., MM		Ka. Prodi Novelia Asita. M, S.si., M.SM		
Capaian Pembelajaran (CP)	<b>Program Studi</b>	Memberikan kemampuan kepada mahasiswa untuk memahami konsep perilaku konsumen dan dapat menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli dan perilakunya serta menerapkan strategi dalam prinsip-prinsip pemasaran dalam hubungannya dengan perilaku konsumen.					
	<b>Mata Kuliah</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mampu menjelaskan tentang konseptualisasi dan konteks perilaku konsumen</li><li>2. Mampu menjelaskan tentang dinamika proses motivasi, tujuan motivasi konsumen, asas motivasi, Klasifikasi motif</li><li>3. Mampu menjelaskan kepribadian dan perilaku konsumen, karakteristik pribadi, teori-teori dan dimensi kepribadian, gaya hidup</li><li>4. Mampu menjelaskan stimuli pemasaran dan persepsi konsumen, proses persepsi, peran ekspektasi pada persepsi, semiotik</li><li>5. Mampu menjelaskan pengertian, teori, ilustrasi teori pembelajaran, loyalitas konsumen</li><li>6. Mampu menjelaskan definisi sikap konsumen, fungsi-fungsi sikap, tiga komponen sikap, peran sikap</li><li>7. Mampu menjelaskan pentingnya komunikasi, definisi komunikasi, proses komunikasi, komunikasi persuasif</li><li>8. Mampu menjelaskan kelompok rujukan, keluarga dan study perilaku konsumen, variabel yang mempengaruhi pembelian</li><li>9. Mampu menjelaskan dan memahami tentang pengaruh kelas dan status sosial</li><li>10. Mampu menjelaskan tentang pengaruh budaya dalam perilaku konsumen</li><li>11. Mampu menjelaskan dan memahami tentang penyebaran informasi</li><li>12. Mampu menjelaskan dan memahami tentang keputusan pembelian konsumen</li><li>13. Mampu menjelaskan dan memahami tentang penelitian perilaku konsumen</li><li>14. mampu menjelaskan dan memahami tentang segmentasi pasar dan memosisikan produk</li></ol>					
Diskripsi Singkat MK	Memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai konsep dan prinsip perilaku konsumen, tentang mengapa dan bagaimana konsumen berperilaku pada keadaan tertentu, pengambilan keputusan membeli, cara berpikir dan bertindak sebelum, selama dan setelah membeli. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli dan bagaimana strategi pemasaran dapat mempengaruhinya.						

Pustaka	<b>Referensi :</b> 1. Alderson, W (1975). <i>Marketing Behavior and Executive Action: A Functionalist approach to marketing theory</i> . Homewood, IL: - Richard D. Irwin. 2. Angipora, M.P (1999). <i>Dasar-dasar Pemasaran</i> . Edisi Pertama. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 3. Engel, F.J., Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1994), <i>Perilaku Konsumen</i> , Edisi Keenam (Terjemahan). Jakarta: Binarupa Aksara. 4. Mangkunegara, A.P. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama 5. Azwar, S. (1988). <i>Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya</i> . Yogyakarta: Liberty					
Media Pembelajaran	<b>Software :</b>			<b>HardWerwe</b>		
	Microsoft Office PPT, Video Youtube, LMS			Laptop, LCD Projector, White Board		
Team Teaching						
Mata Kuliah Syarat						
Minggu Ke -	CP-MK (Sesuai tahapan belajar)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Metode / Strategi Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Assesment		
				Indikator	Bentuk	Bobot
1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang konseptualisasi dan konteks Perilaku Konsumen	Pendahuluan : - Definisi dan Konsep Pertukaran - Perlunya mempelajari Perilaku Konsumen - Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman Konseptualisasi dan Konteks Perilaku Konsumen	Tes Lisan	10%
2	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Motivasi Konsumen	Motivasi Konsumen : - Dinamika Proses Motivasi - Tujuan Motivasi Konsumen - Asas Motivasi - Kebutuhan dan Tujuan dalam Konteks Perilaku Konsumen - Klasifikasi Motif	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Motivasi Konsumen	Tes Lisan	10%
3	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Kepribadian dan Gaya Hidup	Kepribadian dan Gaya Hidup : - kepribadian dan perilaku konsumen - Karakteristik pribadi - Teori-teori kepribadian - Dimensi kepribadian - Gaya Hidup	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Kepribadian dan Gaya Hidup	Tes Lisan	10%

4	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Persepsi Konsumen	Persepsi Konsumen : - Stimuli pemasaran dan persepsi Konsumen - Proses persepsi - Peran ekspektasi pada persepsi - Semiotis - Inferensi Perseptual	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Persepsi Konsumen	Tes Lisan	10%
5	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pembelajaran Konsumen	Persepsi Konsumen : - Pengertian Pembelajaran - Teori Pembelajaran - Ilustrasi teori pembelajaran - Loyalitas Konsumen	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Pembelajaran Konsumen	Tes Lisan	5%
6	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pembentukan dan Perubahan Sikap Konsumen	- Definisi sikap konsumen - Fungsi-fungsi sikap - Tiga komponen sikap - Peran sikap dalam pengembangan Strategi pemasaran - Hubungan antara sikap dan perilaku	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Pembentukan dan Perubahan Sikap Konsumen	Tes Lisan	5%
7	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Komunikasi dan Perilaku Konsumen	- Pentingnya komunikasi - Definisi komunikasi - Proses komunikasi - Komunikasi persuasif - Pandangan tentang proses komunikasi - Model komunikasi pemasaran	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Komunikasi dan perilaku Konsumen	Tes Lisan	10%
8	<b>UTS</b>					
9	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pengaruh dinamika kelompok dan Kelompok rujukan	- Kelompok rujukan - Keluarga dan studi perilaku konsumen - Variable yang mempengaruhi Pembelian - Siklus kehidupan keluarga dan Perilaku Pembelian - Siklus kehidupan keluarga tradisional - Struktur keluarga dan rumah tangga yang berubah - Peranan wanita yang berubah	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Pengaruh dinamika kelompok dan kelompok rujukan	Tes Lisan	10%

10	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pengaruh kelas dan status Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbedaan antara kelas sosial dan status sosial</li> <li>- Pemilikan</li> <li>- Dinamika kelas Sosial</li> <li>- Sosial Mobility dan konsekuensinya terhadap pasar</li> <li>- Pemasaran untuk pangsa kelas sosial</li> </ul>	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Pengaruh kelas dan status sosial	Tes Lisan	5%
11	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Pengaruh budaya dalam Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definisi</li> <li>- Mitos dan ritual kebudayaan</li> <li>- Budaya dan konsumsi</li> <li>- Strategi pemasaran dengan memperhatikan budaya</li> <li>- Pendekatan utama yang digunakan untuk menumbuhkan budaya</li> </ul>	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Pengaruh budaya dalam Perilaku Konsumen	Tes Lisan	5%
12	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Penyebaran Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elemen dasar dalam proses penyebaran Inovasi</li> <li>- Pengaplikasian definisi dari inovasi</li> <li>- Lima karakteristik yang dihubungkan dengan produk baru</li> <li>- Penting proses penyebaran inovasi</li> </ul>	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Penyebaran Informasi	Tes Lisan	5%
13	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Keputusan Pembelian Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengambilan keputusan sebagai pemecahan masalah</li> <li>- Elemen pemecahan masalah</li> <li>- Proses pemecahan masalah dalam keputusan pembelian</li> </ul>	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Keputusan Pembelian Konsumen	Tes Lisan	5%
14	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Penelitian Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pentingnya penelitian konsumen</li> <li>- Pengertian, metode, teknik penelitian</li> <li>- Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam riset perilaku konsumen</li> <li>- Tema Riset perilaku konsumen</li> </ul>	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Penelitian Perilaku Konsumen	Tes Lisan	5%
15	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang Segmentasi pasar dan Memosisikan Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengertian segmentasi pasar</li> <li>- Konsep Segmentasi</li> <li>- Strategi Segmentasi pasar</li> <li>- Variable dalam Segmentasi Pasar</li> </ul>	<i>Direct instruction</i> dengan Metode ceramah dan diskusi	Pemahaman tentang Segmentasi pasar dan memosisikan Produk	Tes Lisan	5%
<b>16</b>	<b>UAS</b>					<b>100%</b>