
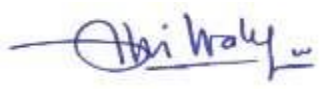
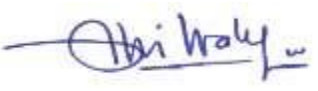



**RPS MATA KULIAH CONSUMER BEHAVIOR  
SEMESTER GANJIL 2021**

	<b>UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA</b>				
	<b>FAKULTAS</b>	<b>: ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK</b>			
	<b>PROGRAM STUDI</b>	<b>: ILMU KOMUNIKASI</b>			
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)</b>					
<b>Mata Kuliah</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Rumpun MK</b>	<b>Bobot (SKS)</b>	<b>Semester</b>	<b>Tanggal Penyusunan</b>
<b>CONSUMER BEHAVIOR</b>			3 (2-1)	5	7 Agustus 2021
	<b>Dosen Pengembang RPS</b>	<b>Koordinator MK/Kelompok Bidang Ilmu</b>		<b>Ketua Program Studi</b>	
					
	Dr. Nurprapti Wahyu Widyastuti.	Dr. Nurprapti Wahyu Widyastuti.		Dr. Idi Dimiyati, M.Si	

<b>Capaian Pembelajaran</b>	<b>A. Capaian Pembelajaran Program Studi</b>	
	ST4	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri
	ST5	Mampu Bekerjasama dalam team pemasaran
	ST-6	Menginternalisasi karakter JAWARA (Jujur, Amanah, Wibawa, Adil, Religius, dan Akuntabel) dalam kehidupan bermasyarakat
		Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks
	KU7	Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya
	KK1	Mampu mengimplementasikan konsep-konsep sosiologis dan psikologis dalam keputusan pembelian produk
	KK2	Mampu mengartikulasikan norma-norma perlindungan konsumen
	P1	Menganalisis, menerapkan, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif terkait dengan masalah Consumer Behavior
	P2	Menganalisis, menerapkan, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif terkait berbagai isu perilaku konsumen, gaya hidup, onsumerisme dll.
	<b>B. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>	
	CPMK 1	Mampu mempraktekkan dengan benar strategi penentuan harga Mampu menganalisis factor budaya dan factor social dalam konsep pemasaran ;
	CPMK 2	Mampu Mengenal motivasi dan konsep influencer dalam model keputusan pembelian;
	CPMK 3	Mampu mengenal ragam konsep diri, life style, dan motivasi.

	CPMK 4	Mampu mengidentifikasi dan memahami konsep “resiko”
	CPMK 5	Mampu memahami dan menganalisis kasus-kasus penerapan konsep perilaku konsumen;
	CPMK 7	Mampu mengaplikasikan Konsep high dan low involvement
	CPMK 9	Mampu mengaplikasikan teori-teori behaviorism dalam keputusan pembelian produk;
	CPMK 10	Mampu memahami dan menganalisis konsep unplanned purchase
	CPMK 11	Mampu memahami konsep loyalitas merek;
Deskripsi Singkat MataKuliah	Memberikan pengertian dan pemahaman kepada para mahasiswa tentang pengertian Consumer Behavior (perilaku konsumen) baik online maupun offline serta faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan membeli dalam rangka menunjang aktivitas pemasaran sebagai bagian dari kegiatan <i>marketing communication</i> .	
Pustaka	Utama:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solomon, Michael, Consumer Behavior, Englewood Cliffs : Prentice Hall Inc.2002.</li> <li>2. Consalvo, Mia &amp; Charles. 2011. <i>Ess.The Handbook of Internet Studies</i>. Wiley-Blackwell Publishing..</li> <li>3. Hall, Calvin S. &amp; Lindzey Gardner. 2011. <i>Theories of Personality. (Teori-teori dan Sifat Behavioristik. Edisi Bahasa Indonesia)</i>. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.</li> <li>4. Lutterell, Regina. 2015. <i>Social Media; How Engage, Share, and Connect</i>. Rowman &amp; Littlefield Publisher. UK.</li> <li>5. Peter &amp; Olson, 2000. <i>Consumer Behavior perilaku konsumen dan strategi komunikasi pemasaran</i>. Erlangga Jakarta</li> <li>6. Ryan, Damian. 2009. <i>Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation</i>. Kogan Page Limited London UK, Philadelphia USA.</li> <li>7. Suryana, Asep. 2011. <i>Komunikasi Pemasaran</i>. Penerbit Universitas Terbuka. Jakarta.</li> <li>8. Sutisna. 2001. <i>Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran</i>, Remaja Rosdakarya. Bandung.</li> </ol>
	Pendukung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metha, minu&amp;Anad. Richa. 2012. <i>Social Media and Micro Entrepreneurs; Lifestyle Marketing. Journal of Entrepreneurship and Management</i>. Volume1 Issue 3 Oktober</li> <li>2. Moghavvemi, sedigheh, et all. 2012. <i>The entrepreneur’s perception on information technology innovation adoption; an empirical analysis of the role of precipating events on usage behavior</i>. Journal of Marketing Communication Research, 24(3), 9-13.</li> <li>3. Naseri, Mohammad Bakher&amp; Eliot, Greg. 2014. <i>Role of demographics, social connectedness and prior internet experience in adoption of online shopping applications for direct marketing</i>. Journal of Targeting Management and Analysis for Marketing. Vol. 19, 2, 69-64</li> </ol>
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak: SPADA UNTIRTA, WA group, Google Meet, Zoom	
	Perangkat Keras: Komputer, HP	
Dosen Pengampu	Dr. Nurprapti Wahyu Widyastuti, M.Si.	
Mata Kuliah Prasyarat	Teori Komunikasi -Psikologi Komunikasi	

Pekan Ke-	Sub-CPMK	Indikator	Materi Perkuliahan / Pokok Bahasan	Bentuk / Metode Pembelajaran	Metode Pembelajaran Blended		Waktu	Penilaian	
					Sinkron	Asinkron		Strategi	Kriteria dan Rubrik
1	Mahasiswa mengetahui kontrak perkuliahan dan peraturan serta tata tertib perkuliahan Mata Consumer Behavior	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengetahui materi-materi yang akan dipelajari.</li> <li>Mengetahui metode perkuliahan yang digunakan.</li> <li>Mengenal dosen yang akan membimbing perkuliahan.</li> <li>Mengenal teman temansekelas.</li> <li>Mematuhi tata tertib perkuliahan.</li> <li>Mengetahui bahan rujukan perkuliahan</li> </ol>	Penyampaian Kontrak Perkuliahan, RPS, LSP	Ceramah	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Mahasiswa mampu mengenal kontrak perkuliahan, dosen pengampu, teman sekelas, metode yang digunakan, materi yang diajarkan, dan kegiatan ekstra pembelajaran di LSP
2	Memberikan pemahaman mengenai pengaruh faktor-faktor sosial yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai pengaruh faktor budaya	Pengaruh faktor budaya dan sub budaya Pengaruh faktor kelas sosial	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap

3 - 4	Memberikan pemahaman mengenai pengaruh faktor-faktor sosial yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai pengaruh faktor-faktor sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh faktor Kelompok Acuan</li> <li>2. Pengertian konsep Kelaurga</li> <li>3. Pengaruh faktor Keluarga</li> <li>4. Pengaruh faktor komunikasi interpersonal</li> </ol>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
5	Memberikan pemahaman mengenai pengaruh Persepsi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai faktor psikologis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepribadian dan Gaya Hidup</li> <li>2. Pengaruh faktor persepsi</li> <li>3. Pengaruh faktor nilai (values)</li> <li>4. Pengaruh faktor motivasi</li> </ol>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
6	Memberikan Pemahaman mengenai psikologi konsumen <i>online</i>	Pemahaman mengenai proses psikologi konsumen online	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunitas online</li> <li>2. Online WoM</li> <li>3. Customization Decision making</li> </ol>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap
7	Memberikan pemahaman mengenai proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai tahap-tahap proses pengambilan keputusan membeli	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tahap problem recognition</li> <li>2. Tahap information search</li> </ol>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial

			<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Tahap evaluation of alternatives</li> <li>4. Tahap decision</li> <li>5. Tahap post decision</li> </ul>						
8	<b>U T S</b>								
9	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen	Persepsi terhadap resiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian persepsi terhadap resiko</li> <li>2. Jenis-jenis persepsi terhadap resiko</li> <li>3. Upaya mengatasi persepsi terhadap resiko</li> </ul>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial dan spiritual
10	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Kategori produk Low & High Involvement	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Produk High Involvement</li> <li>2. Produk Low involvement</li> </ul>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap

11	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Fenomena Unplanned purchase	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Impulse purchase</li> <li>2. Repeat purchase behavior</li> </ol>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
12	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Fenomena loyalitas merk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis-jenis pengukuran loyalitas merk</li> <li>2. Strategi penciptaan loyalitas pada produk low involvement</li> </ol>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Pengaruh penetapan harga terhadap persepsi konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fair cost standard</li> <li>2. Reverse Direction Price Perception</li> </ol> <p>Out of pocket cost</p>	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap

	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa memahami fenomena-fenomena yang relevan dengan perilaku konsumen	Fenomena konsumerisme	Gerakan Konsumerisme, deskripsi dan penerapannya di Indonesia	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa memahami fenomena-fenomena yang relevan dengan perilaku konsumen	Fenomena perlindungan terhadap konsumen	Perlindungan konsumen di Indonesia Undang-undang perlindungan konsumen No.8 /1999	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
	<b>UAS</b>								

