



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																		
Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup	7020103067		T=3	P=0	ECTS=4.77	5	13 Juni 2023																																																		
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																			
	Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom.		Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom.			Dr. Anam Miftakhul Huda, S.Kom., M.I.Kom.																																																			
Model Pembelajaran	Case Study																																																								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																								
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																								
	Matrik CPL - CPMK																																																								
		CPMK																																																							
Deskripsi Singkat MK	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																								
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th></th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>						CPMK	Minggu Ke																	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																
CPMK	Minggu Ke																																																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																									
Pustaka	<p>Utama :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. 1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara <p>Pendukung :</p>																																																								
Dosen Pengampu	Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom. Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si. Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom.																																																								
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)																																																		
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)																																																				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)																																																		

1	Mahasiswa mampu mengetahui definisi dan konsep dasar perilaku konsumen.	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan definisi dan konsep dasar mengenai perilaku konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	- Kuliah Mimbar - Tanya Jawab - Diskusi 3 X 50		Materi: Konsep dasar perilaku konsumen Pustaka: 1. <i>Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. 1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara</i>	3%
2	Mahasiswa mampu mengetahui dan memahami tentang exposure, attention, dan perception	Mahasiswa mampu mengetahui dan menjelaskan exposure, attention, dan perception.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	- Kuliah Mimbar - Tanya Jawab - Diskusi 3 X 50		Materi: Exposure, attention, dan perception Pustaka: 1. <i>Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. 1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara</i>	2%

3	Mahasiswa mampu mengetahui tentang learning dan memory process, kognitif behavior dalam perilaku konsumen	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan proses kognitif dalam mempengaruhi perilaku konsumen dalam kegiatan komunikasi pemasaran.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	- Kuliah mimbar - Tanya jawab - Diskusi 3 X 50		Materi: Learning dan memory process, kognitif behavior dalam perilaku konsumen Pustaka: 1. <i>Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. 1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara</i>	3%
4	Mahasiswa mampu memahami tentang personality, values, dan lifestyles dalam pola perilaku konsumen	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang personality, values, dan lifestyles.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Kuliah mimbar Tanya jawab Diskusi 3 X 50		Materi: Personality, values, dan lifestyles. Pustaka: 1. <i>Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. 1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara</i>	3%

5	Mahasiswa mampu memahami tentang motivation, ability, dan opportunity dalam pola perilaku konsumen.	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang motivation, ability, dan opportunity dalam pola perilaku konsumen.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	- Kuliah studio - Tanya jawab - Diskusi 3 X 50		Materi: Motivation, ability, dan opportunity dalam pola perilaku konsumen. Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D</i> , 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D</i> , 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. <i>1CConsumer Behavior 1D</i> , 6th edition, Binarupa Aksara	3%
6	Mahasiswa mampu memahami tentang attitudes dalam perilaku konsumen	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang attitudes dalam perilaku konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	- Kuliah mimbar - Tanya jawab - Diskusi 3 X 50		Materi: Attitudes dalam perilaku konsumen Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D</i> , 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D</i> , 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. <i>1CConsumer Behavior 1D</i> , 6th edition, Binarupa Aksara	3%

7	Mahasiswa mampu memahami tentang consumer buyer behaviour	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer buyer behaviour	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	- Kuliah mimbar - Tanya jawab - diskusi 3 X 50		Materi: Consumer buyer behaviour Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D</i> , 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D</i> , 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. <i>1CConsumer Behavior 1D</i> , 6th edition, Binarupa Aksara	5%
8	UTS		Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Tes	3 X 50			25%

9	Mahasiswa mampu memahami tentang consumer decision making process.	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer decision making process.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	3 X 50		Materi: Consumer decision making process Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D</i> , 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D</i> , 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. <i>1CConsumer Behavior 1D</i> , 6th edition, Binarupa Aksara	3%
10	Mahasiswa mampu memahami tentang consumer decision making process.	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer decision making process.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	3 X 50		Materi: Consumer decision making process Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D</i> , 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D</i> , 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. <i>1CConsumer Behavior 1D</i> , 6th edition, Binarupa Aksara	3%

11	Mahasiswa mampu memahami consumer analysis dan marketing strategy	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer analysis dan marketing strategy	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	3 X 50		Materi: Consumer analysis dan marketing strategy Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. 1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara	3%
12	Mahasiswa mampu memahami consumer analysis dan marketing strategy	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer analysis dan marketing strategy	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	3 X 50		Materi: Consumer analysis dan marketing strategy Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. 1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara	5%

13	- Mahasiswa mampu memahami tentang consumers in their social and cultural settings	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumers in their social and cultural settings	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	3 X 50		Materi: Consumers in their social and cultural settings Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D</i> , 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D</i> , 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. <i>1CConsumer Behavior 1D</i> , 6th edition, Binarupa Aksara	3%
14	Mahasiswa mampu memahami tentang global consumer behavior dan culture	- Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang global consumer culture pada perilaku konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	3 X 50		Materi: Global consumer behavior dan culture Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D</i> , 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D</i> , 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. <i>1CConsumer Behavior 1D</i> , 6th edition, Binarupa Aksara	3%

15	Mahasiswa mampu memahami tentang global consumer behavior dan culture	- Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang global consumer culture pada perilaku konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	3 X 50		Materi: Global consumer culture pada perilaku konsumen Pustaka: 1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. <i>1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D, 4th edition, Irwin 2. Assael, Henry 1998. 1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D, 6th edition, International Thomson Publishing 3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. 1CConsumer Behavior 1D, 6th edition, Binarupa Aksara</i>	3%
16	UAS		Bentuk Penilaian : Tes				30%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	51%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	6.5%
3.	Tes	42.5%
		100%

Catatan

- Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
- CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
- CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
- Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
- Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.

9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

File PDF ini digenerate pada tanggal 30 Januari 2025 Jam 21:30 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa