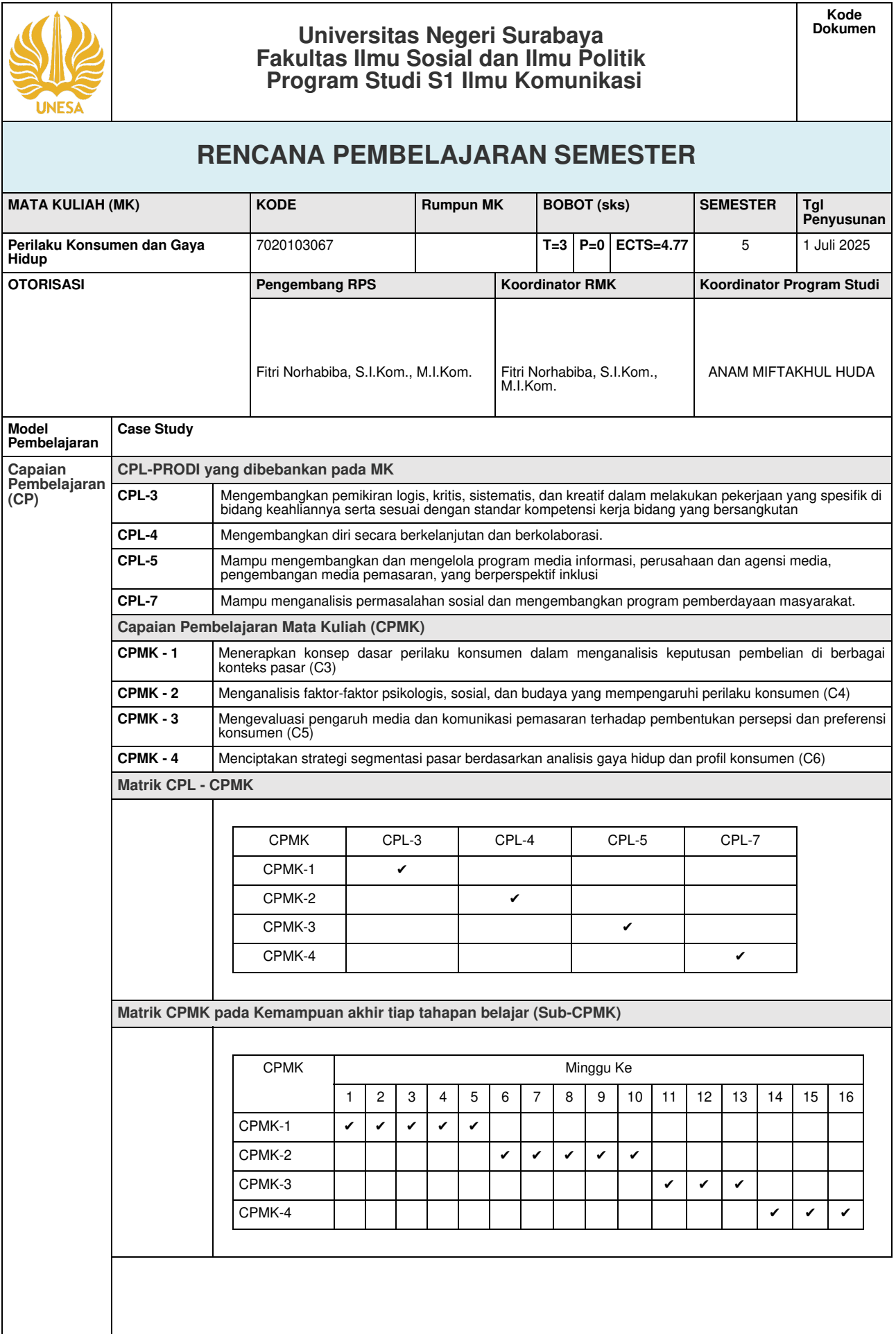




Deskripsi Singkat MK		1. Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan IPTEKS pada bidangnya dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi. 2. Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan tertentu secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang pengetahuan tersebut secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural. 3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok. 4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.					
Pustaka		Utama :					
		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					
		Pendukung :					
		1. Mutiah, M. I. Kom. 2021. Marketing Communication Based on Local Wisdom on Micro, Small, and Medium Enterprises During Pandemic Covid-19. Dalam Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup: Materi Perkuliahan Mata Kuliah Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup – Exposure, Attention, dan Perception. Penelitian					
Dosen Pengampu		Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom. Dr. Anam Miftakhul Huda, S.Kom., M.I.Kom. Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk 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	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	- Kuliah Mimbar - Tanya Jawab - Diskusi 3 X 50		Materi: Konsep dasar perilaku konsumen 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%

2	Mahasiswa mampu mengetahui dan memahami tentang exposure, attention, dan perception	Mahasiswa mampu mengetahui dan menjelaskan exposure, attention, dan perception.	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	- 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>	5%
---	---	---	--	---	--	--	----

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.	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	- 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> Materi: Mahasiswa mengetahui contoh perilaku konsumen dan gaya hidup Pustaka: <i>Mutiha, M. I. Kom. 2021. Marketing Communication Based on Local Wisdom on Micro, Small, and Medium Enterprises During Pandemic Covid-19. Dalam Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup: Materi Perkuliahan Mata Kuliah Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup – Exposure, Attention, dan Perception. Penelitian</i>	5%
---	---	--	--	---	--	---	----

4	Mahasiswa mampu memahami tentang personality, values, dan lifestyles dalam pola perilaku konsumen	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang personality, values, dan lifestyles.	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Kuliah mimbar Tanya jawab Diskusi 3 X 50		Materi: Personality, values, dan lifestyles. 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%
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.	Kriteria: Non Tes 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. 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%

6	Mahasiswa mampu memahami tentang attitudes dalam perilaku konsumen	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang attitudes dalam perilaku konsumen	Kriteria: Non Tes 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. 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%
7	Mahasiswa mampu memahami tentang consumer buyer behaviour	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer buyer behaviour	Kriteria: Non Tes 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. 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%

8	UTS	Evaluasi Materi 1-7	Kriteria: tes Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	3 X 50		Materi: Evaluasi pembelajaran 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	10%
9	Mahasiswa mampu memahami tentang consumer decision making process.	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer decision making process.	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	3 X 50		Materi: Consumer decision making process 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%

10	Mahasiswa mampu memahami tentang consumer decision making process.	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer decision making process.	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	3 X 50		Materi: Consumer decision making process 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%
11	Mahasiswa mampu memahami consumer analysis dan marketing strategy	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer analysis dan marketing strategy	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Luring 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%

12	Mahasiswa mampu memahami consumer analysis dan marketing strategy	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang consumer analysis dan marketing strategy	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	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	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	3 X 50		Materi: Consumers in their social and cultural settings 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%

14	Mahasiswa mampu memahami tentang global consumer behavior dan culture	- Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang global consumer culture pada perilaku konsumen	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	3 X 50		Materi: Global consumer behavior dan culture 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%
15	Mahasiswa mampu memahami tentang global consumer behavior dan culture	- Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang global consumer culture pada perilaku konsumen	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	3 X 50		Materi: Global consumer culture pada perilaku konsumen 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%

16	UAS	Evaluasi	Kriteria: tes Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Studi kasus, diskusi kelompok, presentasi, dan analisis konten digital.		Materi: Evaluasi pembelajaran Pustaka: Materi: Evaluasi pembelajaran 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	20%
----	-----	----------	---	---	--	--	-----

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	50%
2.	Penilaian Portofolio	30%
3.	Praktik / Unjuk Kerja	20%
		100%

Catatan

1. **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.
2. **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.
3. **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.
4. **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.
5. **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.
6. **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.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **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.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 10 September 2025

Koordinator Program Studi
S1 Ilmu Komunikasi



ANAM MIFTAKHUL HUDA
NIDN 0731038602

UPM Program Studi S1 Ilmu
Komunikasi



NIDN 0731038602

File PDF ini digenerate pada tanggal 20 Februari 2026 Jam 03:03 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

