



Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan
Program Studi S1 Manajemen Olahraga

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																		
Perilaku Konsumen Olahraga	8930103033	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=2 P=1 ECTS=4.77	3	1 Juli 2024																																																																		
OTORISASI		Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi																																																																			
		Hapsari Shinta Citra Puspita Dewi, S.E., M.M	Lutfhi Abdil Khuddus, S.Pd., M.Pd.	Eva Ferdita Yuhantini, S.Pd., M.Kes.																																																																			
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																						
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																						
	CPL-5	Menguasai konsep teoritis dan praktis dalam bidang pengetahuan manajemen olahraga secara mendalam.																																																																					
	CPL-11	Mampu mengidentifikasi permasalahan bidang manajemen olahraga di Indonesia dan global																																																																					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																						
	CPMK - 1	CPMK-1 . P1. Menguasai konsep teoritis dan praktis dalam bidang pengetahuan manajemen olahraga secara mendalam.																																																																					
	CPMK - 2	CPMK-2. KK4. Mampu mengidentifikasi permasalahan bidang manajemen olahraga di Indonesia dan global																																																																					
	Matrik CPL - CPMK																																																																						
		<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>CPMK</td> <td>CPL-5</td> <td>CPL-11</td> </tr> <tr> <td>CPMK-1</td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td> <td>✓</td> </tr> </table>				CPMK	CPL-5	CPL-11	CPMK-1	✓		CPMK-2		✓																																																									
	CPMK	CPL-5	CPL-11																																																																				
	CPMK-1	✓																																																																					
CPMK-2		✓																																																																					
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																							
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td rowspan="2">CPMK</td> <td colspan="16">Minggu Ke</td> </tr> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td> </tr> <tr> <td>CPMK-1</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> <tr> <td>CPMK-2</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> </table>				CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1			✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓		CPMK-2	✓	✓						✓								✓
CPMK	Minggu Ke																																																																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																							
CPMK-1			✓		✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓																																																								
CPMK-2	✓	✓						✓								✓																																																							
Deskripsi Singkat MK	Matakuliah ini mengkaji konsep dasar perilaku konsumen terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi, model perilaku konsumen, konsep kepuasan dan loyalitas konsumen, pendorong kepuasan konsumen, motivasi dan kebutuhan, kepribadian dan gaya hidup, tahap-tahap pengolahan informasi dan persepsi konsumen, proses belajar konsumen, pengetahuan dan sikap konsumen, faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan pembelian Metode pembelajaran yang sering digunakan adalah ceramah bervariasi, diskusi, observasi pasar dan pembelajaran Jig Saw.																																																																						
Pustaka	Utama :																																																																						
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Engel, James F. Roger D. Blackwell dan Paul W Miniard, 2006, Perilaku Konsumen, (Alih Bahasa Budi Janto), Jilid I, Edisi Keenam, Binarupa. Aksara, Jakarta Barat. 2. J. Paul Peter & Jerry C Olson. 2008. Consumer behavior and marketing strategy 8th edition. New York : McGraw Hill. 3. Ujang Sumarwan, 2011. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. 4. Setiadi, Nugroho. 2003. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran . Persada Media. Jakarta timur. 5. Irawan, Handi. 2003. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan . PT Media Komputindi Jakarta. 6. Amirulloh. 2002. Perilaku Konsumen . Graha Ilmu, Yogyakarta. 7. Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. Perilaku Konsumen . Refika Aditama Bandung. 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning. 																																																																						
	Pendukung :																																																																						
	1. -																																																																						
Dosen Pengampu	Erta, S.E., M.M. Eva Ferdita Yuhantini, S.Pd., M.Kes. Hapsari Shinta Citra Puspita Dewi, S.E., M.M																																																																						
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian	Bantuan 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	Perspektif Perilaku Konsumen Olahraga	Mampu menjelaskan ruang lingkup perilaku konsumen dan memahami pentingnya perilaku konsumen bagi pemasaran di dunia olahraga	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3x50'	Google Meet dan Google Classroom: Presentasi dan Diskusi	Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Olahraga Pustaka: 2. J. Paul Peter & Jerry C Olson. 2008. <i>Consumer behavior and marketing strategy 8th edition.</i> New York :McGrawHill. Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Olahraga Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.</i> Ghalia Indonesia.	3%
2	Perspektif Perilaku Konsumen Olahraga	Mampu menjelaskan hubungan perilaku konsumen dengan strategi pemasaran dan membedakan berbagai model perilaku konsumen di bidang olahraga	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3x50'	Google Meet dan Google Classroom: Presentasi dan Diskusi	Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Olahraga Pustaka: 2. J. Paul Peter & Jerry C Olson. 2008. <i>Consumer behavior and marketing strategy 8th edition.</i> New York :McGrawHill. Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Olahraga Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.</i> Ghalia Indonesia.	3%
3	Mengidentifikasi kepuasan konsumen, faktor pendorong kepuasan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	Mampu menjelaskan prinsip-prinsip kepuasan konsumen, faktor-faktor pendorong kepuasan, dimensi kualitas layanan, dan mampu menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Discussion, project based method, case study 3x50'	-	Materi: perilaku konsumen Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.</i> Ghalia Indonesia. Materi: Cunsomer Behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour.</i> Australia: Cengage Learning.	4%
4	Mengidentifikasi motivasi dan kebutuhan konsumen	Menyimpulkan hubungan antara motivasi dengan kebutuhan konsumen, serta aplikasinya pada strategi pemasaran bidang olahraga	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran	Discussion, project based method, case study 3x50'		Materi: Motivasi dan Kebutuhan Konsumen Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.</i> Ghalia Indonesia. Materi: Consumer Behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour.</i> Australia: Cengage Learning.	4%
5	Menganalisis kepribadian dan gaya hidup	Menjelaskan keterkaitan antara kepribadian, gaya hidup dengan keputusan pembelian dalam dunia olahraga	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi dengan teman sejawat 3x50'		Materi: Cunsomer Behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour.</i> Australia: Cengage Learning. Materi: Style Konsumen Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.</i> Ghalia Indonesia.	4%

6	Mendiskripsikan pengolahan informasi dan persepsi	Menjelaskan tahapan pengolahan informasi dan persepsi konsumen	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3x50'		Materi: Persepsi konsumen Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran</i> . Ghalia Indonesia. Materi: Consumer persepsion Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour</i> . Australia: Cengage Learning.	4%
7	Mendiskripsikan proses pembelajaran konsumen	1.1. Pengertian dan macam-macam proses belajar 2.2. Syarat-syarat proses belajar 3.3. Proses belajar clasical conditioning dan membuat contoh penerapan dalam pemasaran 4.4. Proses belajar instrumental dan membuat contoh penerapan dalam pemasaran 5.5. Proses belajar observation dan penerapan dalam pemasaran	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3x50'		Materi: Cunsomer Learning Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour</i> . Australia: Cengage Learning.	4%
8	Ujian Tengah Semester	Sesuai pedoman penskoran	Kriteria: Ujian Tengah Semester Bentuk Penilaian : Tes	Essay 3x50'		Materi: Perilaku konsumen Pustaka: 1. Engel, James F. Roger D. Blackwell dan Paul W Miniard, 2006, <i>PerilakuKonsumen, (AlihBahasaBudi Janto), Jilid I, EdisiKeenam, Binarupa. Aksara, JakartaBarat.</i>	20%
9	Menjelaskan keterkaitan antara pengetahuan dan sikap konsumen	1.1. Fungsi sikap sebagai metode merubah sikap 2.2. Model tiga komponen yaitu sikap multi atribut, fishben dan model sikap angka ideal	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3x50'		Materi: Perilaku Konsumen Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran</i> . Ghalia Indonesia.	4%
10	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan variabel dari faktor lingkungan	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi dengan teman sejawat 3x50'		Materi: Cunsomer Behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour</i> . Australia: Cengage Learning.	4%
11	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi dengan teman sejawat 3x50'		Materi: Cunsomer Behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour</i> . Australia: Cengage Learning.	4%

12	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi dengan teman sejawat 3x50'	Materi: Cunsomer Behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour</i> . Australia: Cengage Learning.	4%
13	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi dengan teman sejawat 3x50'	Materi: Cunsomer Behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour</i> . Australia: Cengage Learning.	4%
14	Menganalisis keputusan pembelian dan loyalitas dalam bidang olahraga	Menjelaskan proses keputusan konsumsi, pasca konsumsi dan loyalitas	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3x50'	Materi: Prinsip kepuasan pelanggan Pustaka: 5. Irawan, Handi.2003. <i>10 Prinsip Kepuasan Pelanggan</i> . PT Media Komputindi Jakarta. Materi: Perilaku Konsumen Pustaka: 7. Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. <i>Perilaku Konsumen</i> . Refika Aditama Bandung.	4%
15	Memahami strategi pemasaran dan konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen, dan tanggung jawab sosial	1.1. Menjelaskan strategi pemasaran 2.2. Menjelaskan UU Perlindungan Konsumen 3.3. Menjelaskan tanggung jawab sosial	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literasi dan diskusi dengan teman sejawat 3x50'	Materi: Consumer behaviour Pustaka: 8. Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour</i> . Australia: Cengage Learning. Materi: Strategi pemasaran Pustaka: 4. Setiadi, Nugroho.2003. <i>Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran</i> . Persada Media. Jakarta timur.	4%
16	Ujian Akhir Semester	Ujian akhir semester	Kriteria: Sesuai pedoman penskoran	Tes 3x50'	Materi: Perilaku Konsumen Pustaka: 3. Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran</i> . Ghalia Indonesia.	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	50%
2.	Tes	20%
		70%

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 diamatikan 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.
- 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.
- Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
- Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
- TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 18 November 2024

Koordinator Program Studi S1
Manajemen Olahraga



Eva Ferdita Yuhantini, S.Pd.,
M.Kes.
NIDN 0716088805

UPM Program Studi S1
Manajemen Olahraga



Lutfhi Abdil Khuddus, S.Pd., M.Pd.
NIDN 0010058701



File PDF ini digenerate pada tanggal 18 Januari 2025 Jam 14:36 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa