



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S1 Manajemen**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																				
Perilaku Konsumen	6120103121	Mata Kuliah Pilihan Program Studi	T=3 P=0 ECTS=4.77	7	27 Desember 2020																																																																																				
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Koordinator Program Studi																																																																																				
	Dra. Hj. Anik Lestari Andjarwati, M.M		Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si.		Yuyun Isbanah, S.E., M.SM.																																																																																				
Model Pembelajaran	Case Study																																																																																								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																								
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																								
	CPMK - 1	C4. Mahasiswa mampu menelaah secara cermat teori-teori perilaku konsumen.																																																																																							
	CPMK - 2	P3. Mahasiswa mampu menunjukkan keterkaitan secara tepat teori-teori perilaku konsumen dengan strategi pemasaran.																																																																																							
	CPMK - 3	A5. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan kewirausahaan di dalam kegiatan pembelajaran perilaku konsumen																																																																																							
	Matrik CPL - CPMK																																																																																								
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>CPMK</td></tr> <tr><td>CPMK-1</td></tr> <tr><td>CPMK-2</td></tr> <tr><td>CPMK-3</td></tr> </table>	CPMK	CPMK-1	CPMK-2	CPMK-3																																																																																				
CPMK																																																																																									
CPMK-1																																																																																									
CPMK-2																																																																																									
CPMK-3																																																																																									
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																									
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <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>CPMK-1</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td style="text-align: center;">✓</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> <tr> <td>CPMK-3</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-1							✓										CPMK-2																	CPMK-3																				
CPMK	Minggu Ke																																																																																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																									
CPMK-1							✓																																																																																		
CPMK-2																																																																																									
CPMK-3																																																																																									
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 :					
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Yessy Artanti, Widyastuti Widyastuti, Monika Tiarawati.(2021).Online Knowledge Sharing Behavior through Social Media as a Driver for Online Shopping Behavior During the COVID-19 Pandemic. Journal: Business Excellence and Management.17(2).19-35 2. W Widyastuti, S Hartini, Y Artanti ,(2020).Revisiting the online shopper's behaviour in Indonesia: The role of trust and perceived benefit. International Journal of Industrial Engineering and Management 11 (4) 					
Dosen Pengampu		Dra. Hj. Anik Lestari Andjarwati, M.M. Widyastuti, S.Si., M.Si. Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si. Nindria Untarini, S.E., M.Si. Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M. Monika Tiarawati, S.E., M.M. Syaifurrizal Wijaya Putra, S.E., M.M. Muhammad Rizky Ramadhan, BBus., MITHM.					
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	Mampu menjelaskan ruang lingkup perilaku konsumen dan memahami pentingnya perilaku konsumen bagi pemasaran	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50	Google Meet dan Google Classroom: Presentasi dan Diskusi	Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Pustaka: J. Paul Peter & Jerry C Olson. 2008. <i>Consumer behavior and marketing strategy 8th edition</i> . New York :McGrawHill. Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Pustaka: Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran</i> . Ghalia Indonesia.	3%

2	Perspektif Perilaku Konsumen	Mampu menjelaskan hubungan perilaku konsumen dengan strategi pemasaran dan membedakan berbagai model perilaku konsumen	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50	Google Meet dan Google Classroom: Presentasi dan Diskusi	Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Pustaka: J. Paul Peter & Jerry C Olson. 2008. <i>Consumer behavior and marketing strategy 8th edition</i> . New York :McGrawHill. Materi: Perspektif Perilaku Konsumen Pustaka: 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	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Discussion, project based method, case study 3 X 50		Materi: perilaku konsumen Pustaka: Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran</i> . Ghalia Indonesia. Materi: consumer behavior Pustaka: 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	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Discussion, project based method, case study 3 x 50		Materi: motivasi dan kebutuhan konsumen Pustaka: <i>Ujang Sumarwan, 2011. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.</i> <hr/> Materi: consumer behavior Pustaka: <i>Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning.</i>	4%
5	Menganalisis kepribadian dan gaya hidup	Menjelaskan keterkaitan antara kepribadian, gaya hidup, dengan keputusan pembelian	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50		Materi: consumer behavior Pustaka: <i>Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning.</i> <hr/> Materi: life style konsumen Pustaka: <i>Ujang Sumarwan, 2011. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia.</i>	4%

6	Mendeskripsikan Pengolahan Informasi dan Persepsi Konsumen	Menjelaskan tahapan pengolahan informasi dan persepsi konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50		Materi: persepsi konsumen Pustaka: Ujang Sumarwan, 2011. <i>Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran</i> . Ghalia Indonesia. Materi: consumer perception Pustaka: Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning</i> .	4%
7	Mendeskripsikan proses pembelajaran konsumen	1. Pengertian dan macam-macam proses belajar 2. Syarat-syarat proses belajar 3. Proses belajar classical conditioning dan membuat contoh penerapan dalam pemasaran 4. Proses belajar instrumental dan membuat contoh penerapan dalam pemasaran 5. Proses belajar observational dan penerapan dalam pemasaran	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50		Materi: Consumer Learning Pustaka: Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning</i> .	4%
8	Ujian tengah Semester		Bentuk Penilaian : Tes	3 X 50			20%
9	Menjelaskan keterkaitan antara pengetahuan dan sikap konsumen	1. Fungsi sikap sebagai metode merubah sikap 2. Model tiga komponen yaitu model sikap multi atribut, fishben, dan model sikap angka ideal	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50		Materi: Perilaku Konsumen Pustaka: Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. <i>Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning</i> .	4%

10	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50		Materi: consumer Pustaka: <i>Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning.</i>	3%
11	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi temans ejawat 3 X 50		Materi: consumer behavior Pustaka: <i>Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning.</i>	3%
12	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 50		Materi: consumer behavior Pustaka: <i>Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning.</i>	3%
13	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Mebaca literatur dan dskusi teman sejawat 3 X 50		Materi: consumer behavior Pustaka: <i>Hoyer, Macinnis, Pieters, Chan, & Northey. 2018. Consumer Behaviour. Australia: Cengage Learning.</i>	3%
14	Menganalisis keputusan pembelian dan loyalitas	Menjelaskan proses keputusan konsumsi, pasca konsumsi, dan loyalitas	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Mebaca literatur dan dskusi teman sejawat 3 X 50			4%
15	Memahami strategi pemasaran dan konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen, dan tanggung jawab sosial	1.Menjelaskan Strategi Pemasaran dan Konsumerisme 2.Menjelaskan UU Perlindungan Konsumen 3.Menjelaskan Tanggung Jawab Sosial	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Mebaca literatur dan dskusi teman sejawat 3 X 50			4%
16	Ujian Akhir Semester		Bentuk Penilaian : Tes	3 X 50			30%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	48%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	2%
3.	Tes	50%
		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 studinya 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 25 Desember 2023

Koordinator Program Studi S1
Manajemen



Yuyun Isbanah, S.E., M.SM.
NIDN 0028128601

UPM Program Studi S1
Manajemen



Widyastuti, S.Si., M.Si.
NIDN 0020127509

