



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																											
Perilaku Konsumen	8721103057		T=3	P=0	ECTS=4.77	3	5 Juli 2024																											
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																												
			Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd., MSM.																												
Model Pembelajaran	Case Study																																	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																	
	CPL-10	Mampu mengambil keputusan secara tepat untuk menyelesaikan masalah di bidang pendidikan dan keilmuan Tata Niaga (Bisnis dan Pemasaran) berdasarkan analisis informasi dan data dengan memanfaatkan teknologi dan informasi																																
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																	
	Matrik CPL - CPMK																																	
		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50px; height: 20px;">CPMK</td> <td style="width: 50px; height: 20px;">CPL-10</td> </tr> </table>		CPMK	CPL-10																													
CPMK	CPL-10																																	
	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																	
	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td rowspan="2" style="width: 30px; height: 20px;">CPMK</td> <td colspan="16" style="text-align: center;">Minggu Ke</td> </tr> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;">1</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">2</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">3</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">4</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">5</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">6</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">7</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">8</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">9</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">10</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">11</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">12</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">13</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">14</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">15</td> <td style="width: 20px; height: 20px;">16</td> </tr> </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																		
Deskripsi Singkat MK	Pembahasan tentang konsep perilaku konsumen serta implementasinya dalam dunia pendidikan ekonomi terutama sebagai bekal memasuki dunia kerja menjadi guru ekonomi di SMK. Pemahaman konsep serta pengkajian perilaku konsumen serta pelaksanaannya sehingga diperoleh informasi pemasaran sebagai sarana pelaksanaan riset pasar dan pengambilan keputusan. Perkuliahan dilaksanakan dengan sistem analisis studi kasus, presentasi dan diskusi, dan refleksiCourse DescriptionDiscussion about the concept of consumer behavior and its implementation in the world of economic education, especially as a provision to enter the world of work to become an economics teacher in vocational schools. Understanding the concept and assessing consumer behavior and its implementation in order to obtain marketing information as a means of implementing market research and decision making. Lectures are carried out using a case study analysis system, presentation and discussion, and reflection																																	
Pustaka	Utama :																																	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. James F Engel, R.D Blackwell, dan Paul W M. 1994. Perilaku konsumen jilid I &II . Terjemahan Binarupa Aksara. 2. Anwar Prabu M, Refika Aditama. 2002. Perilaku konsumen edisi revisi. 3. Sutisna. 2001. Perilaku konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Reemaja Rosdakarya. 4. Winardi. 1991. Marketing dan Perilaku Konsumen. Bandung: Madar Maju. 5. L.G Schiffman dan L.L Kanuk. 1997. Consumer Behavior International Edition. Prentice Hall International. 6. Michael R Solomon. 1998. Consumer Behavior 4th edition. Prentice Hall International. 7. Assael Henry. 1994. Consumer Behavior and Marketing Action 5th ed. International Thomson Publishing. 8. Uyung Sulaksana. 2003. Integrated Marketing Communications "Teks dan Kasus". Pustaka Pelajar. 																																	
	Pendukung :																																	
Dosen Pengampu	Dr. Harti, M.Si. Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd. Erta, S.E., M.M. Angga Martha Mahendra, M.Pd.																																	
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	Mendeskripsikan gambaran umum Perilaku Konsumen yang meliputi ruang lingkup dan model perilaku konsumen	1.Mendeskripsikan ruang lingkup perilaku konsumen 2.Menyebutkan model perilaku konsumen	Kriteria: 1.Skor >80-100 Mendeskripsikan ruang lingkup dan model perilaku konsumen dengan benar 2.Skor >65-79 Mendeskripsikan ruang lingkup dengan benar, mendeskripsikan model perilaku konsumen kurang tepat 3.Skor >50-64 Mendeskripsikan ruang lingkup dan model perilaku konsumen dengan tidak tepat Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	1) Membaca literatur 2) diskusi case study 3 X 1	-	Materi: Ruang lingkup dan model perilaku konsumen Pustaka: Anwar Prabu M, Refika Aditama. 2002. <i>Perilaku konsumen edisi revisi.</i>	3%
2	Menganalisis perbedaan model perilaku konsumen	1.Menyebutkan model-model perilaku konsumen 2.Mengidentifikasi perbedaan model perilaku konsumen 3.Menganalisis perbedaan model perilaku konsumen	Kriteria: 1.>80 Mampu Mendeskripsikan gambaran umum Perilaku Konsumen yang meliputi ruang lingkup dan model perilaku konsumen 2.65-79 Mampu mendeskripsikan gambaran umum Perilaku Konsumen, kurang tepat mendeskripsikan ruang lingkup dan model perilaku konsumen 3.< 65 tidak mampu Mendeskripsikan gambaran umum Perilaku Konsumen yang meliputi ruang lingkup dan model perilaku konsumen Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi case study terkait model perilaku konsumen 3 X 1	-	Materi: Gambaran umum Perilaku Konsumen yang meliputi ruang lingkup dan model perilaku konsumen Pustaka: James F Engel, R.D Blackwell, dan Paul W M. 1994. <i>Perilaku konsumen jilid I &II . Terjemahan Binarupa Aksara.</i>	2%
3	Mengidentifikasi kepuasan konsumen, faktor pendorong kepuasan dan Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	1.Mendeskripsikan prinsip-prinsip kepuasan konsumen 2.Menjelaskan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen 3.Menganalisis prinsip-prinsip kepuasan konsumen dan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen	Kriteria: 1.>80 Mampu Menganalisis prinsip-prinsip kepuasan konsumen dan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen 2.65-79 Mampu menganalisis prinsip-prinsip kepuasan konsumen, kurang tepat menyebutkan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Membaca literatur dan diskusi terkait factor-faktor pendorong kepuasan konsumen 3 X 1	-	Materi: Prinsip-prinsip kepuasan konsumen dan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen Pustaka: Uyung Sulaksana. 2003. <i>Integrated Marketing Communications</i>	4%

4	Menganalisis dimensi kualitas layanan dan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	1.Menganalisis dimensi kualitas layanan 2.Menjelaskan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	Kriteria: 1.>80 Mampu Menganalisis dimensi kualitas layanan dan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian 2.65-79 Mampu menganalisis prinsip-prinsip kepuasan konsumen, kurang tepat menyebutkan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian 3.< 65 Kurang tepat menganalisis dimensi kualitas layanan dan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Membaca literatur dan diskusi terkait dimensi kualitas layanan 3 X 1	-	Materi: Dimensi kualitas layanan dan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Pustaka: <i>Sutisna. 2001. Perilaku konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Reemaja Rosdakarya.</i>	4%
5	Mengidentifikasi motivasi dan kebutuhan konsumen	1.Mengidentifikasi dasar pembentukan motivasi konsumen 2.Mengidentifikasi kebutuhan konsumen didasarkan dari motivasi konsumen	Kriteria: 1.>80 Mampu mengidentifikasi motivasi dan kebutuhan konsumen dengan tepat 2.65-79 Mampu mengidentifikasi motivasi konsumen, kurang tepat dalam menganalisis kebutuhan konsumen 3.< 65 Kurang tepat mengidentifikasi motivasi dan kebutuhan konsumen Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Membaca literatur dan diskusi terkait motivasi dan kebutuhan konsumen 3 X 1	-	Materi: Motivasi dan kebutuhan konsumen Pustaka: <i>L.G Schiffman dan L.L.Kanuk. 1997. Consumer Behavior International Edition. Prentice Hall International.</i>	4%
6	Menganalisis kepribadian dan gaya hidup	Menjelaskan kaitan antara kepribadian, gaya hidup dengan keputusan pembelian		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 1			0%
7	Mendeskrripsikan pembelajaran konsumen	Menjelaskan tahapan pengolahan informasi		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 x50			0%
8	UTS		Kriteria: - Bentuk Penilaian : Tes	-	-	Materi: - Pustaka:	20%
9	Mendeskrripsikan pembelajaran konsumen	Menjelaskan: (a) Pengertian dan macam-macam proses belajar. (b) Syarat-syarat proses belajar. (c) Proses belajar classical conditioning dan membuat contoh penerapandalam pemasaran. (d) Proses belajar instrumental dan membuat contoh penerapan dalam pemasaran. (e) Proses belajar observational dan penerapan dalam pemasaran		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 x50			0%
10	Mendeskrripsikan pengetahuan dan sikap konsumen	Menjelaskan: (a) Pengertian pengetahuan dan sikap, macam pengetahuan serta karakteristik sikap. (b) Pengetahuan produk dan aplikasi dalam pemasaran. (c) Pengetahuan pembelian dan memberi contoh penerapandalam pemasaran. (d) Pengetahuan pemakaian dan memberi contoh penerapandalam pemasaran. (e) Fungsi sikap sebagai metode merubah sikap. (f) Model tiga komponen model sikap multi atribut fishbeny model sikap angka ideal		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 x50			0%
11	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 x50			0%
12	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 x50			0%

13	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 1			0%
14	Menganalisis keputusan pembelian dan loyalitas	Menjelaskan proses keputusan konsumsi, pasca konsumsi dan loyalitas		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 x50			0%
15	Memahami strategi pemasaran dan konsumerisme, UU, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab sosial	Menjelaskan strategi pemasaran dan konsumerisme, UU, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab sosial		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat 3 X 1			0%
16	UAS		Kriteria: - Bentuk Penilaian : Tes	- 3 X 50	-	Materi: - Pustaka:	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	17%
2.	Tes	50%
		67%

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-CP 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.
- 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.