



**Universitas Negeri Surabaya  
Fakultas Ilmu Pendidikan  
Program Studi S1 Psikologi**

Kode Dokumen

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>	<b>BOBOT (sks)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>																																																			
Psikologi Konsumen	7320102097	Mata Kuliah Pilihan Program Studi	T=2 P=0 ECTS=3.18	5	29 September 2024																																																			
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Koordinator Program Studi</b>																																																			
	.....		.....		Yohana Wuri Satwika, S.Psi., M.Psi.																																																			
<b>Model Pembelajaran</b>	Project Based Learning																																																							
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																							
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																							
	<b>CPMK - 1</b>	mampu memahami faktor-faktor afeksi, kognisi, pengambilan keputusan, serta strategi pemasaran, dan riset terkait dengan perilaku konsumen																																																						
	<b>Matrik CPL - CPMK</b>																																																							
		<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td>CPMK</td></tr> <tr><td>CPMK-1</td></tr> </table>	CPMK	CPMK-1																																																				
CPMK																																																								
CPMK-1																																																								
<b>Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>																																																								
	<table border="1" style="margin: auto;"> <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> </table>	CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1																					
CPMK	Minggu Ke																																																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																								
CPMK-1																																																								
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah ini membahas tentang perilaku konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhi. Perilaku konsumen mencakup afeksi, kognisi, pengambilan keputusan, serta strategi pemasaran, dan riset terkait dengan perilaku konsumen. Perkuliahan dilaksanakan dengan sistem pembelajaran langsung, presentasi dan diskusi, tugas analisis, refleksi, dan pembelajaran kooperatif.																																																							
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</li> <li>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</li> </ol>																																																						
	<b>Pendukung :</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</li> </ol>																																																						
<b>Dosen Pengampu</b>	Meita Santi Budiani, S.Psi., M.Psi.																																																							
<b>Mg Ke-</b>	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	<b>Penilaian</b>		<b>Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu]</b>		<b>Materi Pembelajaran [ Pustaka ]</b>	<b>Bobot Penilaian (%)</b>																																																	
		<b>Indikator</b>	<b>Kriteria &amp; Bentuk</b>	<b>Luring (offline)</b>	<b>Daring (online)</b>																																																			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)																																																	

1	Memahami hakikat, manfaat, tujuan dan kompetensi yang akan dikembangkan dalam mempelajari psikologi konsumen	Mampu menjelaskan pengertian tujuannya, serta fungsinya dari psikologi konsumen.	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Project Based Learning (PBL) ●Cooperative learning (CL) ●Presentation 2 X 50		<b>Materi:</b> Pengertian dan fungsi psikologi Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</i>	2%
2	Memahami karakteristik konsumen	Mampu menjelaskan aspek-aspek yang ada pada konsumen.	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	● Project Based Learning (PBL) ● Cooperative learning (CL) ● Presentation 2 X 50		<b>Materi:</b> Aspek aspek pada konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</i>	2%

3	Memahami karakteristik konsumen	Mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen.	<p><b>Kriteria:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.A. Isi</li> <li>2.1. Akurasi konsep/materi</li> <li>3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi</li> <li>4.3. Kelengkapan cakupan materi</li> <li>5.4. Keruntutan dan pembahasan materi</li> <li>6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi</li> <li>7.B. Penulisan</li> <li>8.6. Penggunaan bahasa yang benar</li> <li>9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan</li> <li>10.8. Kerapian tata letak</li> </ol> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Project Based Learning (PBL) - Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Presentation 2 X 50</li> </ul>		<p><b>Materi:</b> Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i></p>	2%
4	Memahami tentang Pengetahuan Konsumen	Mampu menjelaskan tentang pengetahuan konsumen.	<p><b>Kriteria:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.A. Isi</li> <li>2.1. Akurasi konsep/materi</li> <li>3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi</li> <li>4.3. Kelengkapan cakupan materi</li> <li>5.4. Keruntutan dan pembahasan materi</li> <li>6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi</li> <li>7.B. Penulisan</li> <li>8.6. Penggunaan bahasa yang benar</li> <li>9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan</li> <li>10.8. Kerapian tata letak</li> </ol> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Project Based Learning (PBL) - Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Presentation 2 X 50</li> </ul>		<p><b>Materi:</b> Pengetahuan Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Pengetahuan Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Pengetahuan Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i></p>	2%

5	Memahami pengambilan keputusan pada konsumen	Mampu menjelaskan proses pengambilan keputusan pada konsumen	<p><b>Kriteria:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.A. Isi</li> <li>2.1. Akurasi konsep/materi</li> <li>3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap jonsep/materi</li> <li>4.3. Kelengkapan cakupan materi</li> <li>5.4. Keruntutan dan pembahasan materi</li> <li>6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi</li> <li>7.B. Penulisan</li> <li>8.6. Penggunaan bahasa yang benar</li> <li>9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan</li> <li>10.8. Kerapian tata letak</li> </ol> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	<p>· Project Based Learning (PBL) · Cooperative Learning (CL) · Cooperative Learning (CL) · Presentation 2 X 50</p>		<p><b>Materi:</b> Proses Pengambilan Keputusan <b>Pustaka:</b> <i>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Proses Pengambilan Keputusan <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i></p>	2%
6	Memahami desain riset konsumen	Mampu menjelaskan desain dan macam riset konsumen	<p><b>Kriteria:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.A. Isi</li> <li>2.1. Akurasi konsep/materi</li> <li>3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap jonsep/materi</li> <li>4.3. Kelengkapan cakupan materi</li> <li>5.4. Keruntutan dan pembahasan materi</li> <li>6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi</li> <li>7.B. Penulisan</li> <li>8.6. Penggunaan bahasa yang benar</li> <li>9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan</li> <li>10.8. Kerapian tata letak</li> </ol> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	<p>· Project Based Learning (PBL) · Cooperative Learning (CL) · Cooperative Learning (CL) · Presentation 2 X 50</p>		<p><b>Materi:</b> Riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i></p>	2%

7	Memahami desain riset konsumen	Mampu menjelaskan mmebuat proposal berdasarkan desain riset dalam psikologi konsumen	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap jonsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Portofolio	· Project Based Learning (PBL) · Cooperative Learning (CL) · Cooperative Learning (CL) · Presentation 2 X 50		<b>Materi:</b> Desain Riset <b>Pustaka:</b> <i>Solomo, R. Michael. (2016) Consumer behavior : Buying, Having, And being (12 th ed). U.S.A. Pearson Education Limited</i>  <b>Materi:</b> Desain Riset <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i>  <b>Materi:</b> Desain Riset <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i>	4%
8	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)	Mampu memahami materi pertemuan minggu 1-7	<b>Kriteria:</b> Ketepatan menjawab soal  <b>Bentuk Penilaian :</b> Tes	Tes Tulis 2 X 50		<b>Materi:</b> - <b>Pustaka:</b>	20%
9	Memahami proses identifikasi dan desain riset konsumen	Mampu menjelaskan proses identifikasi dan desain riset konsumen	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap jonsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	· Project Based Learning (PBL) · Cooperative Learning (CL) · Cooperative Learning (CL) · Presentation 2 X 50		<b>Materi:</b> Proses Identifikasi dan Desain Riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i>  <b>Materi:</b> Proses Identifikasi dan Desain Riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i>	2%

10	Memahami teknik melakukan kuesioner dalam pengumpulan data pada konsumen	Mampu menjelaskan tahapan proses kuesioner dalam pengumpulan data pada konsumen	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap jonsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	· Project Based Learning (PBL) - Cooperative Learning (CL) · Cooperative Learning (CL) · Presentation 2 X 50		<b>Materi:</b> Proses Pengumpulan Data <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i>  <b>Materi:</b> Proses Pengumpulan Data <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i>	2%
11	Memahami teknik melakukan wawancara dalam pengumpulan data pada konsumen	Mampu menjelaskan tahapan proses wawancara dalam pengumpulan data pada konsumen	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap jonsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja	· Small Group Discussion (SGD) - Role-Play and Simulation (RPS) - Project Based Learning (PjBL) 2 X 50		<b>Materi:</b> Proses Wawancara <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i>  <b>Materi:</b> Proses Wawancara <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i>	2%

12	Memahami teknik melakukan diskusi kelompok (FGD) dalam pengumpulan data pada konsumen	Mampu menjelaskan tahapan proses diskusi kelompok (FGD) dalam pengumpulan data pada konsumen	<p><b>Kriteria:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.A. Isi</li> <li>2.1. Akurasi konsep/materi</li> <li>3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi</li> <li>4.3. Kelengkapan cakupan materi</li> <li>5.4. Keruntutan dan pembahasan materi</li> <li>6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi</li> <li>7.B. Penulisan</li> <li>8.6. Penggunaan bahasa yang benar</li> <li>9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan</li> <li>10.8. Kerapian tata letak</li> </ol> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Project Based Learning (PBL) - Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Presentation 2 X 50</li> </ul>		<p><b>Materi:</b> FGD dalam proses pengumpulan data</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> FGD dalam proses pengumpulan data</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i></p>	2%
13	Mampu melakukan pengumpulan data dalam riset konsumen	Mampu menyimpulkan data dari konsumen suatu produk menggunakan salah satu metode pengumpulan data	<p><b>Kriteria:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.A. Isi</li> <li>2.1. Akurasi konsep/materi</li> <li>3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi</li> <li>4.3. Kelengkapan cakupan materi</li> <li>5.4. Keruntutan dan pembahasan materi</li> <li>6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi</li> <li>7.B. Penulisan</li> <li>8.6. Penggunaan bahasa yang benar</li> <li>9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan</li> <li>10.8. Kerapian tata letak</li> </ol> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Project Based Learning (PBL) - Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Cooperative Learning (CL)</li> <li>· Presentation 2 X 50</li> </ul>		<p><b>Materi:</b> Menyimpulkan data dari konsumen suatu produk menggunakan salah satu metode pengumpulan data</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Ariestonandri, Prima, 2006. Marketing Research for Beginner, Yogyakarta, Penerbit Andi.</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Metode Pengumpulan Data</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i></p> <hr/> <p><b>Materi:</b> Metode Pengumpulan Data</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i></p>	4%

14	Mampu melakukan pengumpulan data dalam riset konsumen	Mampu menyimpulkan data dari konsumen suatu produk menggunakan salah satu metode pengumpulan data	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Praktikum	· Project Based Learning (PBL) - Cooperative Learning (CL) - Cooperative Learning (CL) - Presentation 2 X 50		<b>Materi:</b> Pengumpulan data dan riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i>  <b>Materi:</b> Pengumpulan data dan riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i>	2%
15	Mampu melakukan pengumpulan data dalam riset konsumenMampu membuat laporan berdasarkan data yang diperoleh dalam riset konsumen	1.Mampu menyimpulkan data dari konsumen suatu produk menggunakan salah satu metode pengumpulan data 2.Mampu membuat laporan riset konsumen	<b>Kriteria:</b> 1.A. Isi 2.1. Akurasi konsep/materi 3.2. Akurasi contoh pendukung terhadap konsep/materi 4.3. Kelengkapan cakupan materi 5.4. Keruntutan dan pembahasan materi 6.5. Kedalaman dalam mengelaborasi materi 7.B. Penulisan 8.6. Penggunaan bahasa yang benar 9.7. Kesesuaian dengan sistematika yang ditentukan 10.8. Kerapian tata letak  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	· Small Group Discussion (SGD) - Role-Play and Simulation (RPS) - Project Based Learning (PjBL) 2 X 50		<b>Materi:</b> Menyimpulkan data dari konsumen suatu produk menggunakan salah satu metode pengumpulan data <b>Pustaka:</b> <i>Ariestonandri, Prima, 2006. Marketing Research for Beginner, Yogyakarta, Penerbit Andi.</i>  <b>Materi:</b> Pengumpulan data dan riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Sethna, Zubin. Blythe, Jim. (2015). Consumer Behavior. London: SAGE publication.</i>  <b>Materi:</b> Pengumpulan data dan riset Konsumen <b>Pustaka:</b> <i>Setiadi, N. (2015). Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media</i>	20%



16	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)	Mampu mempertanggungjawabkan laporan hasil project	<b>Kriteria:</b> 1. Akurasi pemahaman project 2. Kelengkapan cakupan 3. Keruntutan dan pembahasan 4. Kedalaman dalam mengelaborasi 5. Penulisan  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes	Presentasi Hasil Project 2 X 50		<b>Materi: -</b> <b>Pustaka:</b>	30%
----	----------------------------	--	--	------------------------------------	--	-------------------------------------	-----

#### Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	15%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	35%
3.	Penilaian Portofolio	4%
4.	Penilaian Praktikum	6%
5.	Praktik / Unjuk Kerja	5%
6.	Tes	35%
		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.
- 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 2 September 2024

Koordinator Program Studi S1  
Psikologi



Yohana Wuri Satwika, S.Psi.,  
M.Psi.  
NIDN 0013038801

UPM Program Studi S1 Psikologi



Mimbar Oktaviana, S.Pd., M.Si.  
NIDN 2129109401



**VALID**