

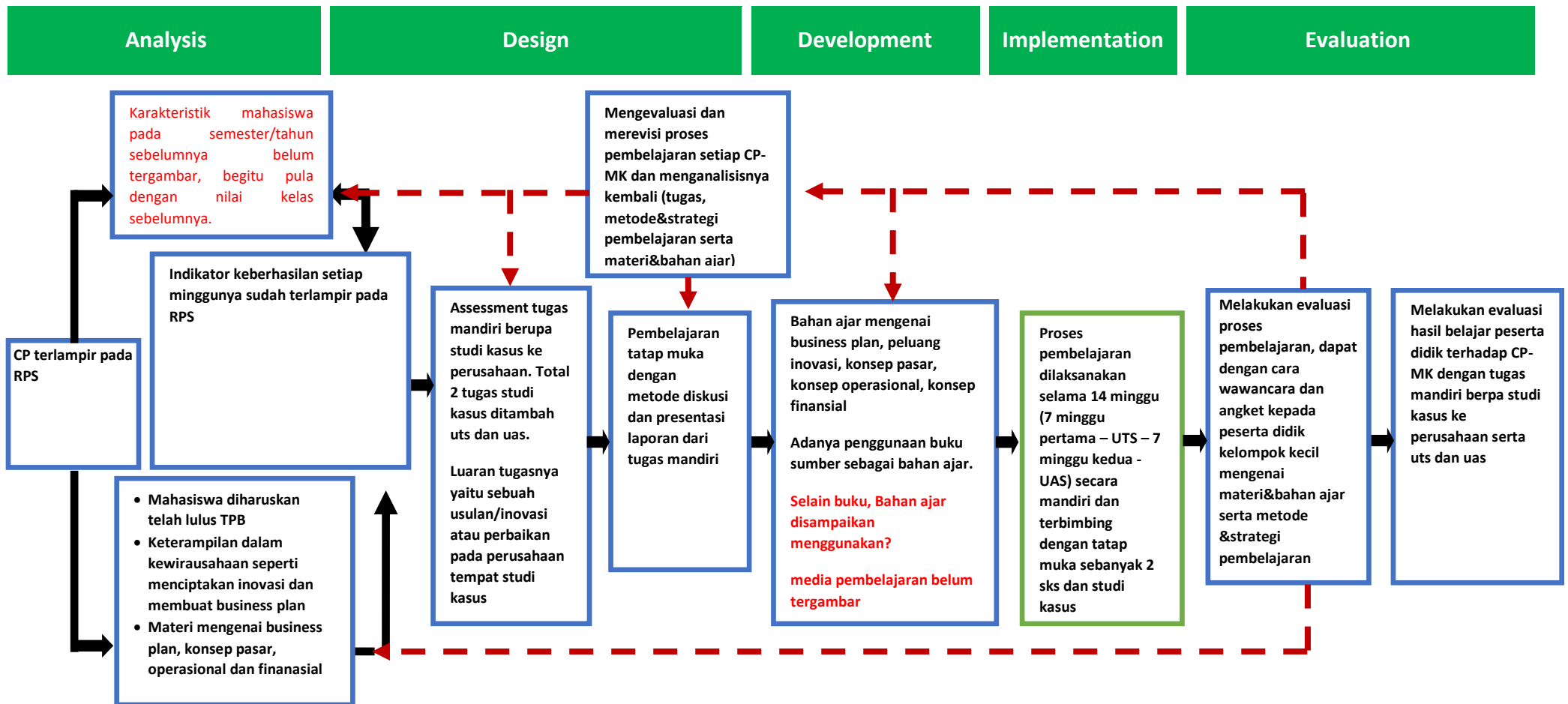
# **BERKAS PENYUSUNAN**

## **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

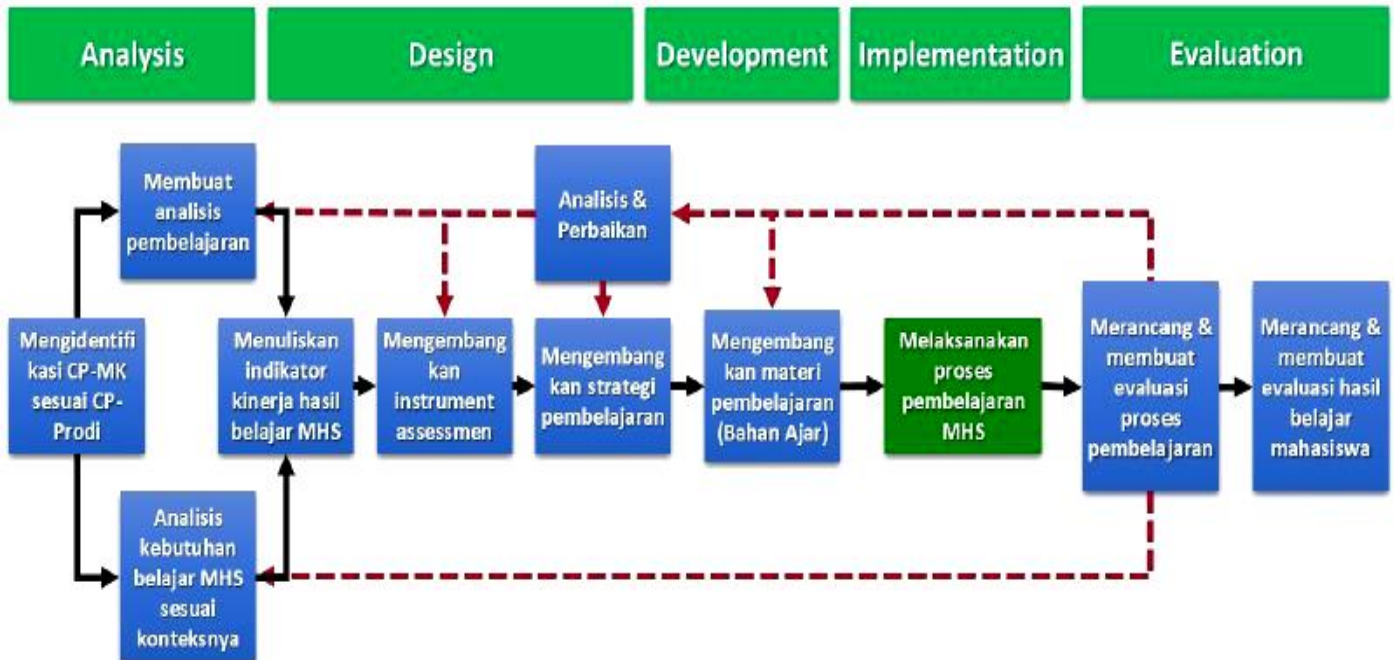
<b>Mata Kuliah</b>	:	<b>Perilaku Konsumen</b>
<b>Kode Mata Kuliah</b>	:	
<b>SKS</b>	:	<b>4 SKS</b>
<b>Semester</b>	:	<b>-</b>
<b>Tahun Akademik</b>	:	<b>2016/2017</b>

## RANCANGAN PEMBELAJARAN

Mata Kuliah	: Perilaku Konsumen	Kode Mata Kuliah	:
Semester	: -	SKS	: 4 SKS



## PANDUAN RANCANGAN PEMBELAJARAN



(Model Perancangan Pembelajaran ADDIE & Dick-Carey)

	Tahapan	Luaran
<b>Analysis</b>	Menganalisis masalah-masalah pembelajaran sesuai kebutuhan belajar mahasiswa untuk mengidentifikasi capaian pembelajaran mata kuliah.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebutuhan belajar mahasiswa</li> <li>• Capaian Pembelajaran</li> </ul>
<b>Design</b>	Design merupakan tahapan untuk menentukan indikator, instrumen asesmen dan metode/strategi pembelajaran berdasarkan hasil tahapan analysis.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indikator</li> <li>• Instrumen Asesmen</li> <li>• Metode/strategi Pembelajaran</li> <li>• Tugas-tugas</li> </ul>
<b>Development</b>	Berdasarkan tahapan design kemudian pada tahapan development, dikembangkan bahan pembelajaran dan media pengantarnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan Pembelajaran</li> <li>• Media Pengantarnya</li> </ul>
<b>Implementation</b>	Berdasarkan hasil dari tahapan development, kemudian diimplementasikan dalam proses pembelajaran mahasiswa.	Pelaksanaan Pembelajaran Mandiri atau Terbimbing
<b>Evaluation</b>	Berdasarkan pelaksanaan proses pembelajaran kemudian dilakukan evaluasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas belajar mahasiswa dalam menggapai capaian pembelajarannya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluasi Proses Pembelajaran</li> <li>• Evaluasi Hasil Pembelajaran</li> </ul>

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

<b>Mata Kuliah</b>	: Perilaku Konsumen	<b>Kode Mata Kuliah</b>	:
<b>Semester</b>	: MK Pilihan (Pemasaran)	<b>SKS</b>	: 4 SKS
<b>Prasyarat</b>	: -	<b>Sertifikasi</b>	: Tidak
<b>Capaian Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menunjukkan kepada mahasiswa agar memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang perilaku konsumen dari sudut kepentingan Manajemen Pemasaran.</li> <li>2. Menggambarkan secara menyeluruh tentang berbagai konsep dan teori perilaku untuk memahami Perilaku Konsumen</li> <li>3. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengembangkan strategi pemasaran</li> <li>4. Memahami tipe-tipe konsumen dan segmentasi pasar</li> <li>5. Memahami teori-teori pengambilan keputusan konsumen</li> <li>6. Memahami strategi pemasaran, consumersme, dan tanggung jawab sosial perusahaan</li> </ol>		

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
<b>1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa mampu memahami bahwa perilaku konsumen adalah sebuah proses</li> <li>• Mahasiswa mampu membedakan dan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen di segmen yang berbeda</li> </ul>	Perilaku Konsumen sebagai sebuah proses	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan penjelasan mengenai ruang lingkup perilaku konsumen</li> <li>2. Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang perilaku konsumen sebagai sebuah proses</li> </ol>	
<b>2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa mampu memahami secara umum konsep persepsi</li> </ul>	Persepsi	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan penjelasan definisi dari persepsi, sensory system, exposure.</li> <li>2. Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang konsep persepsi</li> </ol>	
<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa memahami secara umum mengenai konsep belajar dan mengingat</li> </ul>	Belajar dan Mengingat	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan penjelasan definisi dan ruang lingkup konsep belajar dan mengingat</li> <li>2. Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang dasar konsep belajar dan mengingat</li> </ol>	

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami secara umum mengenai motivasi dan nilai</li> </ul>	Motivasi dan Nilai	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan penjelasan definisi dan ruang lingkup aspek Ketepatan penjelasan definisi motivasi dan nilai</li> <li>Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang motivasi dan nilai</li> </ol>	
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami secara umum mengenai konsep diri</li> </ul>	Konsep Diri	Kuliah Tatap Muka, Diskusi Tugas 1	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan penjelasan definisi dan ruang lingkup aspek Ketepatan penjelasan definisi dan ruang lingkup konsep diri</li> <li>Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang konsep diri</li> </ol>	
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami secara umum mengenai konsep kepribadian dan gaya hidup</li> </ul>	Kepribadian dan Gaya Hidup	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan penjelasan definisi dan ruang lingkup konsep kepribadian dan gaya hidup</li> <li>Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang konsep kepribadian dan gaya hidup</li> </ol>	
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami secara umum konsep sikap, persuasif, dan komunikasi interaktif</li> </ul>	Sikap, Persuasif dan Komunikasi Interaktif	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan penjelasan definisi mengenai konsep sikap, persuasif dan komunikasi interaktif</li> <li>Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang konsep sikap, persuasif, dan komunikasi interaktif</li> </ol>	
<b>UTS</b>					
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu memahami secara umum mengenai konsep pengambilan keputusan individu</li> <li>Mahasiswa mampu membedakan konsep membeli dan membuang oleh konsumen</li> </ul>	Pengambilan Keputusan Individu serta Membeli dan Membuang	Kuliah Tatap Muka, Diskusi Tugas 2	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan penjelasan definisi pengambilan keputusan serta dapat menjelaskan konsep membeli dan membuang</li> <li>Pemahaman materi oleh mahasiswa tentang pengambilan keputusan oleh individu dan memahami konsep membeli dan membuang</li> </ol>	
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu secara umum menjelaskan pengaruh kelompok dan opini pimpinan dalam perilaku konsumen</li> </ul>	Pengaruh Kelompok dan Opini Pemimpin	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan penjelasan oleh mahasiswa tentang konsep pengaruh kelompok dan opini pimpinan</li> <li>Kemampuan mahasiswa dalam memahami konsep pengaruh dan opini pimpinan</li> </ol>	
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu secara umum</li> </ul>	Pengambilan	Kuliah Tatap Muka,	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menjelaskan pengambilan</li> </ol>	

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
	<p>menjelaskan perbedaan konsep pengambilan keputusan organisasi dan rumah tangga</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu secara umum memahami konsep pendapatan dan kelas sosial</li> </ul>	Keputusan Organisasi dan Rumah Tangga Pendapatan dan Kelas Sosial	Diskusi	<p>keputusan organisasi dan rumah tangga serta dapat menjelaskan konsep pendapatan dan kelas sosial</p> <p>2. Pemahaman mahasiswa untuk menguasai konsep pendapatan dan kelas sosial</p>	
<b>11</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu secara umum menjelaskan mengenai konsep etnis, ras dan keagamaan</li> </ul>	Etnis, Ras and Keagamaan	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<p>1. Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai apa yang dimaksud dengan etnis, ras dan keagamaan</p> <p>2. Pemahaman mahasiswa untuk menguasai konsep etnis, ras dan keagamaan</p>	
<b>12</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu secara umum menjelaskan konsep usia dalam perilaku konsumen</li> </ul>	Usia	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<p>1. Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai konsep usia</p> <p>2. Pemahaman mahasiswa mengenai konsep usia</p>	
<b>13</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu menjelaskan pengaruh budaya dalam perilaku konsumen</li> </ul>	Pengaruh Budaya dalam Perilaku Konsumen	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<p>1. Mahasiswa mampu menjelaskan pengaruh budaya dalam perilaku konsumen</p> <p>2. Pemahaman mahasiswa mengenai pengaruh budaya</p>	
<b>14</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu secara umum menjelaskan proses penciptaan dan penyebaran budaya globalisasi konsumen</li> </ul>	Penciptaan dan Penyebaran Budaya Globalisasi Konsumen	Kuliah Tatap Muka, Diskusi	<p>1. Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai budaya globalisasi konsumen</p> <p>2. Pemahaman mahasiswa mengenai penyebaran budaya globalisasi konsumen</p>	
<b>UAS</b>					

## Referensi :

### Buku Utama

Michael R. Solomon, "Consumer Behaviour: Buying, Having, Being", 9th Edition, 2011

### Buku Pendukung

Michael R. Solomon, Stephen Dann and Rebekah Russell Bennett, "Consumer Behaviour: Buying, Having, Being, 2007.

Hawkins, Best and Coney. "Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy, Eight Edition, 2007

## Sistem Penilaian :

Nilai Dosen (100%)

UTS	:	30%
UAS	:	40%
Presentasi dan tugas	:	20%
Keaktifan & Kuis	:	10%

## Standar Penilaian

A	:	> 80
AB	:	70-80
B	:	65-70
BC	:	60-65
C	:	50-60
D	:	40-50
E	:	<40

NOMOR KOLOM	JUDUL KOLOM	PENJELASAN ISIAN
1	MINGGU KE	Menunjukkan kapan dan berapa lama suatu kegiatan dilaksanakan, bisa 1/2/3 mingguan (lihat pengertian 1 SKS)
2	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	Rumusan kemampuan dibidang kognitif, psikomotorik, dan afektif diusahakan lengkap dan utuh (hard skills & soft skills). Merupakan tahapan kemampuan yang diharapkan dapat mencapai kompetensi mata kuliah ini diakhir semester.
3	BAHAN KAJIAN (Materi Ajar)	Bisa diisi pokok bahasan/sub pokok bahasan, atau topik bahasan. (dengan asumsi tersedia diktat/modul ajar untuk setiap pokok bahasan)
4	BENTUK PEMBELAJARAN	Bisa berupa : ceramah, diskusi, presentasi tugas, seminar, simulasi, responsi, praktikum, latihan, kuliah lapangan, praktek bengkel, survai lapangan, bermain peran, atau gabungan berbagai bentuk. Penetapan bentuk pembelajaran didasarkan pada keniscayaan bahwa kemampuan yang diharapkan diatas akan tercapai dengan bentuk/model pembelajaran yang dipilih
5	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)	Berisi : indikator yang dapat menunjukkan pencapaian kemampuan yang dicanangkan, atau unsur kemampuan yang dinilai (bisa kualitatif misal ketepatan, juga bisa yang kuantitatif : banyaknya kutipan acuan/unsur yang dibahas, kebenaran hitungan).
6	BOBOT NILAI	Disesuaikan dengan waktu yang digunakan untuk membahas atau mengerjakan tugas, atau besarnya sumbangan suatu kemampuan terhadap pencapaian kompetensi mata kuliah ini.
7	REFERENSI	<p>Daftar referensi yang digunakan dapat dituliskan pada kolom yang disediakan.</p> <p><b>Jumlah Maksimal Referensi:</b>            Buku utama 2 textbook            Buku pendukung 2 textbook</p> <p><b>Textbook paling lama terbitan 5 tahun terakhir</b></p>



## DESKRIPSI TUGAS

<b>Mata Kuliah</b> : Perilaku Konsumen		<b>Kode Mata Kuliah</b> :			
<b>Semester</b> : 5/6		<b>SKS</b> : 4 SKS			
<b>Minggu ke -</b> : 5		<b>Tugas ke -</b> : 1			
<b>1.</b>	<b>Tujuan Tugas</b>	: Tugas Pribadi : Mahasiswa mampu untuk menganalisa perilaku konsumen sebagai proses			
<b>2.</b>	<b>Uraian Tugas</b>	: Mahasiswa diminta menganalisis studi kasus suatu produk baru atau yang sudah ada, produk tersebut di analisa untuk melihat dampaknya terhadap keputusan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atau penggunaan			
	a. Objek garapan	: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Perusahaan</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Konsumen (Masyarakat)</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;"> </td></tr> </table>	Perusahaan	Konsumen (Masyarakat)	
Perusahaan					
Konsumen (Masyarakat)					
	b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan	: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Menganalisis permasalahan produk yang baru atau yang sudah ada dan mencari solusi yang tepat terhadap keputusan pembelian konsumen</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Minimal terdapat jadwal pelaksanaan, biaya pelaksanaan, kriteria kualitas yang akan dihasilkan</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;"> </td></tr> </table>	Menganalisis permasalahan produk yang baru atau yang sudah ada dan mencari solusi yang tepat terhadap keputusan pembelian konsumen	Minimal terdapat jadwal pelaksanaan, biaya pelaksanaan, kriteria kualitas yang akan dihasilkan	
Menganalisis permasalahan produk yang baru atau yang sudah ada dan mencari solusi yang tepat terhadap keputusan pembelian konsumen					
Minimal terdapat jadwal pelaksanaan, biaya pelaksanaan, kriteria kualitas yang akan dihasilkan					
	c. Metode/cara mengerjakan, acuan yang digunakan	: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Observasi/Studi Literatur</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Analisis sesuai bidang yang dipilih</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;"> </td></tr> </table>	Observasi/Studi Literatur	Analisis sesuai bidang yang dipilih	
Observasi/Studi Literatur					
Analisis sesuai bidang yang dipilih					
	d. Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan	: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Perbaikan di produk dan strategi pemasaran</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;"> </td></tr> <tr><td style="padding: 2px;"> </td></tr> </table>	Perbaikan di produk dan strategi pemasaran		
Perbaikan di produk dan strategi pemasaran					
<b>3.</b>	<b>Kriteria Penilaian</b>	: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="padding: 2px;">Ketepatan Analisis Masalah</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Ketepatan Solusi</td></tr> <tr><td style="padding: 2px;">Waktu Penyelesaian Tugas</td></tr> </table>	Ketepatan Analisis Masalah	Ketepatan Solusi	Waktu Penyelesaian Tugas
Ketepatan Analisis Masalah					
Ketepatan Solusi					
Waktu Penyelesaian Tugas					

# DESKRIPSI TUGAS

<b>Mata Kuliah</b> : Perilaku Konsumen		<b>Kode Mata Kuliah</b> :
<b>Semester</b> : 5/6		<b>SKS</b> : 4 SKS
<b>Minggu ke -</b> : 14		<b>Tugas ke -</b> : 2
<b>1.</b>	<b>Tujuan Tugas</b>	<p>Mahasiswa mampu menganalisa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• manfaat dan tujuan yang diperoleh perusahaan/produsen dalam memperhatikan perilaku konsumen.</li> <li>• pengertian dari perilaku konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen.</li> <li>• Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan keputusan pembelian pada konsumen.</li> <li>• Masalah apa saja yang dihadapi dalam melakukan Analisis Perilaku Konsumen.</li> </ul>
<b>2.</b>	<b>Uraian Tugas</b>	<p>Mahasiswa diminta membuat analisis mengenai:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• manfaat dan tujuan yang diperoleh perusahaan/produsen dalam memperhatikan perilaku konsumen.</li> <li>• pengertian dari perilaku konsumen dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen.</li> <li>• Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk menciptakan keputusan pembelian pada konsumen.</li> <li>• Masalah apa saja yang dihadapi dalam melakukan Analisis Perilaku Konsumen.</li> </ul>
	a. Objek garapan	<p>Perusahaan</p> <hr/> <p>Konsumen</p> <hr/>
	b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan	<p>Menganalisis permasalahan secara mendalam pada suatu perusahaan mengenai perilaku konsumen</p> <hr/> <p>Pembuatan strategi pemasaran yang tepat terhadap perilaku konsumen yang ada</p> <hr/>
	c. Metode/cara mengerjakan, acuan yang digunakan	<p>Observasi</p> <hr/> <p>Analisis</p> <hr/>
	d. Deskripsi luaran tugas yang	<p>Dokumen usulan inovasi / perbaikan perusahaan</p>

	dihasilkan/dikerjakan		
<b>3.</b>	<b>Kriteria Penilaian</b>	:	Ketepatan Analisis Masalah
			Ketepatan Solusi
			Proses dan Waktu Penyelesaian Tugas

---

---

**BERITA ACARA TIM PENYUSUN  
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

<b>Mata Kuliah</b> : Perilaku Konsumen	<b>Kode Mata Kuliah</b> :
<b>Semester</b> :	<b>SKS</b> : 4 SKS

Pada hari Kamis tanggal 10 Maret 2016 telah dilakukan penyusunan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan Deskripsi Tugas untuk mata kuliah Kewirausahaan

Dasar Pertimbangan penyusunan RPS adalah:

- 1) Merujuk pada SN-DIKTI, permendikbud No.49/2014
- 2) Keputusan Rektor Universitas Telkom Nomor : KR 234/AKD04/WR1/2015

Bandung, 10 Maret 2016

**Tim Penyusun :**

<b>Nama Dosen</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda tangan</b>
1) Syahputra	Koordinator	
2)	Anggota	
3)	Anggota	
4)	Anggota	
5)	Anggota	

---

---

**BERITA ACARA REVIEWER**  
**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

<b>Mata Kuliah</b> : Perilaku Konsumen	<b>Kode Mata Kuliah</b> :
<b>Semester</b> :	<b>SKS</b> : 4

Pada hari \_\_\_\_\_ tanggal \_\_\_\_\_ telah dilakukan penyusunan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan Deskripsi Tugas untuk mata kuliah \_\_\_\_\_

Hasil Review RPS dan Deskripsi Tugas Sebagai Berikut:

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_

Saran Perbaikan :

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_

Bandung, ..... 2015

Menyetujui Ketua Kelompok Keahlian

Reviewer I

\_\_\_\_\_  
Mengetahui Ka.Prodi.....  
\_\_\_\_\_

## BERITA ACARA REVIEWER RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

<b>Mata Kuliah</b> : Perilaku Konsumen	<b>Kode Mata Kuliah</b> :
<b>Semester</b> :	<b>SKS</b> : 4

Pada hari \_\_\_\_\_ tanggal \_\_\_\_\_ telah dilakukan penyusunan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan Deskripsi Tugas untuk mata kuliah \_\_\_\_\_

Hasil Review RPS dan Deskripsi Tugas sebagai berikut:

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_

Saran Perbaikan :

- 1) \_\_\_\_\_
- 2) \_\_\_\_\_
- 3) \_\_\_\_\_
- 4) \_\_\_\_\_
- 5) \_\_\_\_\_

Bandung, ..... 2015

Menyetujui Ketua Kelompok Keahlian .....

Reviewer II

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Mengetahui Ka.Prodi.....

\_\_\_\_\_