

BERKAS PENYUSUNAN
RENCANA PEMBELAJARAN
SEMESTER (RPS)

TELKOM



FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Matakuliah	:	PERILAKU KONSUMEN
Kode Mata Kuliah	:	KB12L3
SKS	:	3 SKS
Semester	:	2
Tahun Akademik	:	2020/2021

TELKOM



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI S1 Administrasi Bisnis
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS – TELKOM UNIVERSITY

MATAKULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT		SEMESTER	VERSION
PERILAKU KONSUMEN	KBI2L3	-	T= -	P= -	Genap	2021-04-26 05:09:38
OTORITAS	PENGEMBANG RPS		KETUA KELOMPOK KEAHLIAN			Ka PRODI
	Citra Kusuma Dewi S.E., M.A.B. Ph.D					
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah Perilaku konsumen mempelajari proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok atau organisasi maupun masyarakat luas untuk menggunakan atau tidak terhadap suatu produk (barang, jasa dan ide). Proses pengambilan keputusan menjelaskan interaksi dinamis antara unsur-unsur kognitif, efektif dan konatif atau psikomotorik; yakni dengan pendekatan satu arah (linier) maupun penetapan timbal balik.					
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI					
	PLO 2	Komunikasi : Lulusan menunjukkan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan yang efektif				
	PLO 3	Pemikiran analitis dan pemecahan masalah : Lulusan menunjukkan kemampuan untuk mengevaluasi, analisis, dan menafsirkan informasi untuk membuat keputusan bisnis.				
	PLO 4	Menunjukkan nilai-nilai etika dan sikap profesional dalam menangani masalah organisasi dan bisnis				
	Course Learning Outcomese (CLO)					PLO yang di dukung
	CLO 1	Mampu memahami Pengantar Perilaku Konsumen dan Pemasaran 4.0 di Ekonomi Digital				PLO 2
	CLO 2	Mampu memahami Kesejahteraan Konsumen				PLO 2
	CLO 3	Mampu memahami Persepsi				PLO 2
	CLO 4	Mampu memahami Belajar dan Memori				PLO 2
	CLO 5	Mampu memahami Motivasi dan Pengaruhnya				PLO 2
	CLO 6	Mampu memahami Diri: Pikiran, Jenis Kelamin, dan Tubuh				PLO 2
	CLO 7	Mampu memahami Kepribadian, Gaya Hidup, dan Nilai-Nilai				PLO 2
	CLO 8	Mampu memahami Sikap dan Komunikasi Persuasif				PLO 2
	CLO 9	Mampu memahami Pengambilan Keputusan Pembelian				PLO 3
	CLO 10	Mampu memahami Konsumen Membeli, Menggunakan, dan Membuang				PLO 3
	CLO 11	Mampu memahami Grup & Media Sosial, Pendapatan dan Kelas Sosial				PLO 3
	CLO 12	Mampu memahami Subbudaya dan Budaya				PLO 3
	CLO 13	Mampu memformulasikan, dan menerapkan Strategi Pemasaran berbasis perilaku konsumen di era digital				PLO 4
	CLO 14	Mampu memformulasikan, dan menerapkan Taktik Pemasaran berbasis perilaku konsumen di era digital				PLO 4

Tabel Penilaian	No	Nama Assessmenttools	CLO yang dinilai	Bentuk komponen	Total Bobot Per Bentuk Assement
	1	QUIZ 1	CLO 1	KUIS	10%
			CLO 2	KUIS	
			CLO 3	KUIS	
			CLO 4	KUIS	
			CLO 5	KUIS	
			CLO 7	KUIS	
			CLO 6	KUIS	
	2	TUGAS 1	CLO 6	TUGAS	20%
			CLO 3	TUGAS	
			CLO 7	TUGAS	
	3	UTS	CLO 6	UJIAN TENGAH SEMESTER	20%
			CLO 7	UJIAN TENGAH SEMESTER	
			CLO 5	UJIAN TENGAH SEMESTER	
			CLO 4	UJIAN TENGAH SEMESTER	
			CLO 3	UJIAN TENGAH SEMESTER	
			CLO 2	UJIAN TENGAH SEMESTER	
			CLO 1	UJIAN TENGAH SEMESTER	
	4	QUIZ 2	CLO 14	KUIS	10%
			CLO 13	KUIS	
			CLO 8	KUIS	
			CLO 9	KUIS	
			CLO 10	KUIS	
			CLO 11	KUIS	
			CLO 12	KUIS	
5	TUGAS 2	CLO 14	TUGAS	20%	
		CLO 10	TUGAS		
		CLO 13	TUGAS		
6	UAS	CLO 13	UJIAN AKHIR SEMESTER	20%	
		CLO 12	UJIAN AKHIR SEMESTER		
		CLO 11	UJIAN AKHIR SEMESTER		
		CLO 10	UJIAN AKHIR SEMESTER		
		CLO 9	UJIAN AKHIR SEMESTER		
		CLO 8	UJIAN AKHIR SEMESTER		
		CLO 14	UJIAN AKHIR SEMESTER		
TOTAL				0%	100%
Pustaka	Utama				
	Solomon, M. R. (2017). Consumer Behavior: Buying, Having, Being. Global Ed., England: Pearson.				
	Kotler, P., Kartajaya, H., dan Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0-Bergerak Dari Tradisional Ke Digital. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.				
	Pendukung				
-					
Media Pembelajaran	Software				
	-				
	Hardware				
	-				

Team Teaching	Citra Kusuma Dewi S.E., M.A.B, Citra Kusuma Dewi S.E., M.A.B. Ph.D, Sherly Artadita S.T.P.,M.B.A., M.S.M, Syahputra S.Sos., M.Sc., Ph.D., Dr.Imanuddin Hasbi S.T., M.M., Syahputra S.Sos., M.Sc., M.B.A.
Matakuliah Syarat	PEMASARAN

TELKOM

Minggu dan Pertemuan	CLO Number	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/ Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
CLO 1 CLO Mampu memahami Pengantar Perilaku Konsumen dan Pemasaran 4.0 di Ekonomi Digital								
1-1	CLO 1	• [CLO 1] Mampu memahami Pengantar Perilaku Konsumen dan Pemasaran 4.0 di Ekonomi Digital	• ??? Memahami ??? Menjelaskan	QUIZ 1,UTS	• ??? Perilaku Konsumen ??? Pemasaran 4.0 di Ekonomi Digital	• Full Online		• Kuliah, Diskusi, Quiz[3X50 Menit]
CLO 2 CLO Mampu memahami Kesejahteraan Konsumen								
2-1	CLO 2	• [CLO 2] Mampu memahami Kesejahteraan Konsumen	• Memahami dan Menjelaskan	QUIZ 1,UTS	• Kesejahteraan Konsumen	• Full Online		• Kuliah, Diskusi dan Quiz[3X50 Menit]
CLO 3 CLO Mampu memahami Persepsi								
3-1	CLO 3	• [CLO 3] Mampu memahami Persepsi	• Memahami dan Menjelaskan	UTS,QUIZ 1,TUGAS 1	• Persepsi	• Full Online		• Diskusi, Kuis, Tugas[3X50 Menit]
CLO 4 CLO Mampu memahami Belajar dan Memori								
4-1	CLO 4	• [CLO 4] Mampu memahami Belajar dan Memori	• Memahami dan Menjelaskan	QUIZ 1,UTS	• Belajar dan Memori	• Full Online		• Kuliah, Diskusi dan Kuis[3X50 Menit]
CLO 5 CLO Mampu memahami Motivasi dan Pengaruhnya								
5-1	CLO 5	• [CLO 5] Mampu memahami Motivasi dan Pengaruhnya	• Memahami dan Menjelaskan	QUIZ 1,UTS	• Motivasi dan Pengaruhnya	• Full Online		• Kuliah, Diskusi, Kuis[3X50 Menit]
CLO 6 CLO Mampu memahami Diri: Pikiran, Jenis Kelamin, dan Tubuh								
6-1	CLO 6	• [CLO 6] Mampu memahami Diri: Pikiran, Jenis Kelamin, dan Tubuh	• Memahami dan Menjelaskan	QUIZ 1,TUGAS 1,UTS	• Diri: Pikiran, Jenis Kelamin dan Tubuh	• Full Online		• Diskusi, Kuis dan Tugas[3X50 Menit]
CLO 7 CLO Mampu memahami Kepribadian, Gaya Hidup, dan Nilai-Nilai								
7-1	CLO 7	• [CLO 7] Mampu memahami Kepribadian, Gaya Hidup, dan Nilai-Nilai	• Memahami dan Menjelaskan	UTS,TUGAS 1,QUIZ 1	• Kepribadian, Gaya Hidup dan Nilai-Nilai	• Full Online		• Diskusi, Kuis dan Tugas[3X50 Menit]
CLO 8 CLO Mampu memahami Sikap dan Komunikasi Persuasif								
8-1	CLO 8	• [CLO 8] Mampu memahami Sikap dan Komunikasi Persuasif	• Memahami dan Menjelaskan	QUIZ 2,UAS	• Sikap dan Komunikasi Persuasif	• Full Online		• Kuliah, Diskusi dan Kuis[3X50 Menit]
CLO 9 CLO Mampu memahami Pengambilan Keputusan Pembelian								
9-1	CLO 9	• [CLO 9] Mampu memahami Pengambilan Keputusan Pembelian	• Memahami dan Menjelaskan	UAS,QUIZ 2	• Pengambilan Keputusan Pembelian	• Full Online		• Kuliah, Diskusi dan Kuis[3X50 Menit]
CLO 10 CLO Mampu memahami Konsumen Membeli, Menggunakan, dan Membuang								

Minggu dan Pertemuan	CLO Number	Hasil Pembelajaran yang Diharapkan (SUB - CLO)	Penilaian		Materi Pembelajaran [Referensi]	Metode Pembelajaran [Model]	Pengalaman Pembelajaran Mahasiswa	
			Indikator/ Bukti Ketercapaian CLO	Bentuk			Tatap Muka [estimasi waktu]	Daring [estimasi waktu]
10-1	CLO 10	• [CLO 10] Mampu memahami Konsumen Membeli, Menggunakan, dan Membuang	• Memahami dan Menjelaskan	UAS,TUGAS 2,QUIZ 2	• Membeli, Menggunakan dan Membuang	• Full Online		• Diskusi, Kuis dan Tugas[3X50 Menit]
CLO 11 CLO Mampu memahami Grup & Media Sosial, Pendapatan dan Kelas Sosial								
11-1	CLO 11	• [CLO 11] Mampu memahami Grup & Media Sosial, Pendapatan dan Kelas Sosial	• Memahami dan Menjelaskan	QUIZ 2,UAS	• Grup dan Media Sosial, Pendapatan dan Kelas Sosial	• Full Online		• Kuliah, Diskusi dan Kuis[3X50 Menit]
CLO 12 CLO Mampu memahami Subbudaya dan Budaya								
12-1	CLO 12	• [CLO 12] Mampu memahami Subbudaya dan Budaya	• Memahami dan Menjelaskan	UAS,QUIZ 2	• Subbudaya dan Budaya	• Full Online		• Kuliah, Diskusi dan Kuis[3X50 Menit]
CLO 13 CLO Mampu memformulasikan, dan menerapkan Strategi Pemasaran berbasiskan perilaku konsumen di era digital								
13-1	CLO 13	• [CLO 13] Mampu memformulasikan, dan menerapkan Strategi Pemasaran berbasiskan perilaku konsumen di era digital	• Memahami dan Menjelaskan	UAS,QUIZ 2,TUGAS 2	• Strategi Pemasaran berbasiskan perilaku konsumen di era digital	• Full Online		• Diskusi, Kuis dan Tugas[3X50 Menit]
CLO 14 CLO Mampu memformulasikan, dan menerapkan Taktik Pemasaran berbasiskan perilaku konsumen di era digital								
14-1	CLO 14	• [CLO 14] Mampu memformulasikan, dan menerapkan Taktik Pemasaran berbasiskan perilaku konsumen di era digital	• Memahami dan Menjelaskan	TUGAS 2,UAS,QUIZ 2	• Taktik Pemasaran berbasiskan perilaku konsumen di era digital	• Full Online		• Diskusi, Kuis dan Tugas[3X50 Menit]