MJ809 - ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MAN-2 REG PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Deskripsi Matakuliah:

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasianproduk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah *(low-involvement)* proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi *(high-involvement)* proses pengambilan keputusan dilakukan dengan dengan pertimbangan yang matang.

CP Program Studi (CPPS):

- S1 Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;
- S3 Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;
- S4 Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;
- S6 Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
- S7 Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara;
- S8 Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;
- S9 Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri; dan
- S10 Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan
- P2 memahami konsep dan teknik dalam menyusun rencana strategis dan mengimplementasikannya dalam rencana operasional
- P3 mempunyai kompetensi dalam penguasaaan konsep dan teknik dalam menyusun rencana strategis dan mengimplemtasikanya dalam rencana operasional
- P4 mempunyai kompentensi dalam penguasaaan prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai tipe organisasi;

- KU1 Mampu mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif melalui penelitian ilmiah, penciptaan desain atau karya seni dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan bidang keahliannya, menyusun konsepsi ilmiah dan hasil kajian berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah dalam bentuk tesis atau bentuk lain yang setara, dan diunggah dalam laman perguruan tinggi, serta makalah yang telah diterbitkan di jurnal ilmiah terakreditasi atau diterima di jurnal internasional;
- KU2 Mampu melakukan validasi akademik atau kajian sesuai bidang keahliannya dalam menyelesaikan masalah di masyarakat atau industri yang relevan melalui pengembangan pengetahuan dan keahliannya;
- KU3 Mampu menyusun ide, hasil pemikiran, dan argumen saintifik secara bertanggung jawab dan berdasarkan etika akademik, serta mengkomunikasikannya melalui media kepada masyarakat akademik dan masyarakat luas;
- KU5 Mampu mengambil keputusan dalam konteks menyelesaikan masalah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora berdasarkan kajian analisis atau eksperimental terhadap informasi dan data;
- KU6 Mampu mengelola, mengembangkan dan memelihara jaringan kerja dengan kolega, sejawat di dalam lembaga dan komunitas penelitian yang lebih luas;
- KU7 Mampu meningkatkan kapasitas pembelajaran secara mandiri; dan
- KK1 mampu mengimplementasikan konsep teoretis, metoda dan perangkat analisis fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan, pengarahan, pemantauan, evaluasi, dan pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sdm, operasi, dan keuangan) pada berbagai jenis organisasi
- KK2 mampu melaksanakan fungsi organisasi (pemasaran, operasi, sumber daya manusia, keuangan, dan strategi) pada level operasional di berbagai tipe organisasi;
- KK3 mampu mengidentifikasi masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mengambil tindakan solutif yang tepat berdasarkan alternatif yang dikembangkan, dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang berakar pada kearifan lokal;
- KK4 mampu menyusun rencana strategis organisasi dan menjabarkan rencana strategis menjadi rencana operasional organisasi pada level fungsional;
- KK5 mampu mengambil keputusan manajerial yang tepat di berbagai tipe organisasi pada tingkat operasional, berdasarkan analisis data dan informasi pada fungsi organisasi;
- KK6 mampu melakukan kajian empirik dan pemodelan dengan menggunakan metode ilmiah (studi kasus, kesejarahan, survei, simulasi, dan eksperimen pada lingkup kualitatif dan kuantitatif, secara eksploratif, deskriptif, dan verifikatif) pada berbagai tipe organisasi berdasarkan fungsi organisasi;
- KK7 mampu berkomunikasi efektif lintas fungsi dan level organisasi

CP Matakuliah (CPM):

1. Mampu menguasai dan mengembangkan konsep dan teori analisis perilaku konsumen yang dapat dipergunakan untuk penanganan masalah keilmuan manajemen melalui pendekatan interdisiplin dan/atau multidisipliner.
2. Mampu mengembangkan atau menciptakan model yang dapat menggambarkan fenomena maupun permasalahan analisis perilaku konsumen.
3. Mampu mengembangkan atau menciptakan model yang dapat menggambarkan fenomena maupun permasalahan analisis perilaku konsumen.
4. Mampu mendiseminasikan hasil-hasil riset dalam bidang analisis perilaku konsumen pada level nasional maupun internasional melalui berbagai media publikasi

Daftar Rujukan:

James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta

Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya

Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung

Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building Marketing Strategy), , MC GrawHill

Panji Anggoro, Psikologi dalam Perusahaan, Rineka Cipta, Jakarta

Winarti, Marketing dan Perilaku Konsumen, Mender Maju, Bandung

Kotler, Marketing Management, Prentee Hall. Inc, New Jersey

WJ. Stanton, Y, Lemort, Prinsip, Pemasaran, Erlangga, Jakarta.

Detail RPS

Pertemuan	Indikator CPM	Bahan Kajian	Bentuk Pembelajaran	Durasi (menit)	Tugas & Penilaian	Rujukan	Metode	Waktu Perkuliahan	Aksi
1	Dapat memahami, dan menguasai konsep Pentingnya perilaku konsumen bagi Managemen pemasaran	Pentingnya perilaku konsumen bagi Managemen pemasaran	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	01-02-2024 08:40	
2	Dapat memahami, dan menguasai konsep Pentingnya perilaku konsumen bagi Managemen pemasaran	Pentingnya perilaku konsumen bagi Managemen pemasaran	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	15-02-2024 08:40	
3	Dapat memahami, dan menguasai konsep Teori dan Model Perilaku Konsumen	Teori dan Model Perilaku Konsumen	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	22-02-2024 08:40	
4	Dapat memahami, dan menguasai konsep Teori dan Model Perilaku Konsumen	Teori dan Model Perilaku Konsumen	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	29-02-2024 08:40	

Pertemuan	Indikator CPM	Bahan Kajian	Bentuk Pembelajaran	Durasi (menit)	Tugas & Penilaian	Rujukan	Metode	Waktu Perkuliahan	Aksi
5	Dapat memahami, dan menguasai konsep Pengaruh lingkungan	Pengaruh lingkungan	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	07-03-2024 08:40	
6	Dapat memahami, dan menguasai konsep Perbedaan individu	Perbedaan individu	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	14-03-2024 08:40	
7	Dapat memahami, dan menguasai konsep Proses Psikologi	Proses Psikologi	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	21-03-2024 08:40	
8	UTS							28-03-2024 08:40	
9	Dapat memahami, dan menguasai konsep Tipe-tipe konsumen	Tipe-tipe konsumen	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	04-04-2024 08:30	

Pertemuan	Indikator CPM	Bahan Kajian	Bentuk Pembelajaran	Durasi (menit)	Tugas & Penilaian	Rujukan	Metode	Waktu Perkuliahan	Aksi
10	Dapat memahami, dan menguasai konsep Segmentasi Pasar	Segmentasi Pasar	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	18-04-2024 08:30	
11	Dapat memahami, dan menguasai konsep Teori-teori Pengambilan Keputusan	Teori-teori Pengambilan Keputusan	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	25-04-2024 08:30	
12	Dapat memahami, dan menguasai konsep Proses dalam Perilaku keputusan konsumen	Proses dalam Perilaku keputusan konsumen	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	29-04-2024 08:30	
13	Dapat memahami, dan menguasai konsep Strategi pemasaran	Strategi pemasaran	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	02-05-2024 08:40	
14	Dapat memahami, dan menguasai konsep Konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen dan tanggung jawab sosial	Konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen dan tanggung jawab social	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	08-05-2024 08:40	

Pertemuan	Indikator CPM	Bahan Kajian	Bentuk Pembelajaran	Durasi (menit)	Tugas & Penilaian	Rujukan	Metode	Waktu Perkuliahan	Aksi
15	Dapat memahami, dan menguasai konsep Hukum dan Etika Bisnis	Hukum dan Etika Bisnis	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	3 x 50 Menit	Makalah/ Laporan & Diskusi	James F. Engel, FX Budiyanti, Perilaku Konsumen, Binanya, Jakarta Hani Handoko, Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Yogya Sutisna, Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Rosda, Bandung Hawkins Best Coney Consumers Behavior (Building M	Case Method	16-05-2024 08:40	
16	UAS							30-05-2024 08:40	

RENCANA EVALUASI

No	Basis Evaluasi	Komponen	Bobot (%)	Deskripsi	Berkas
1	Aktivitas Partisipatif		20		*Tidak ada berkas*
2	Hasil Proyek		25		*Tidak ada berkas*
3	Kognitif/Pengetahuan	Tugas	10		*Tidak ada berkas*
4	Kognitif/Pengetahuan	Kuis	10		*Tidak ada berkas*
5	Kognitif/Pengetahuan	UTS	15		*Tidak ada berkas*
6	Kognitif/Pengetahuan	UAS	20		*Tidak ada berkas*