





RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

	UNIVERSITAS ALMUSLIM FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS				Kode Dokumen: RPS 01
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	Bobot (SKS)	Semester	Tgl Penyusunan
Perilaku Konsumen	ABI 6222	Pemasaran	3	II	19 Februari 2024
OTORISASI/PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		
 FITRI ERNALIS, S.SOS, M.AP	 DENNY FIRMANSYAH, SE,MM		 UMAR ISKANDAR, S.E., M.S.M		
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang Dibebankan pada MK				
	Cpl 3 (S11)		Mampu mengkaji implikasi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang memperhatikan dan menerapkan keilmuan sesuai dengan bidangnya berdasarkan kaidah dan tata cara etika ilmiah.		
	Cpl 4 (KU2)		Mampu berkomunikasi yang baik serta memiliki keterampilan konseptual.		
	Cpl 3 (KK3)		Memiliki pemikiran analitis dan pemecahan masalah, serta kemampuan melihat peluang dan relung bisnis, dalam pengambilan keputusan.		
	Cpl 4 (P1)		Menunjukkan etika dan nilai-nilai profesional dalam pengelolaan bisnis		
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				
	CPMK 1		Mahasiswa mampu mempelajari dan menjelaskan pengertian perilaku konsumen dan cakupan ilmu, ciri konsumen, kepuasan konsumen, dan STP		
	CPMK 2		Mampu menganalisis psikologis konsumen dalam keputusan pembelian.		
	CPMK 3		Mampu mempelajari proses pembelian berdasarkan generasi		
	CPMK 4		Mampu menganalisis faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.		
Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)					

	Sub-CPMK 1	Mahasiswa dapat mengetahui dan memahami arti penting perilaku konsumen (CPMK 1)							
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep, ciri, kepuasan,dan STP (CPMK 1)							
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa mampu menganalisis pengambilan keputusan konsumen (CPMK 2)							
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa mampu menganalisis psikologis pembelian konsumen (CPMK 2)							
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa mampu menganalisis konsumen berdasarkan generasi (CPMK 3)							
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa mampu melihat peluang pasar baru berdasarkan targeting (CPMK 4)							
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu memberikan nilai kepuasan konsumen. (CPMK 2, CPMK 3)							
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa mampu menjawab soal soal dalam evaluasi penguasaan materi. (CPMK 2)							
		Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK							
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5	Sub-CPMK6	Sub-CPMK7	Sub-CPMK8
	CPMK1	√	√	√	√	√	√	√	√
	CPMK2	√	√	√	√	√	√	√	√
	CPMK3	√	√	√	√	√	√	√	√
	CPMK4	√	√	√	√	√	√	√	√
Deskripsi Singkat MK	1.	Mata kuliah ini membahas konsep perilaku konsumen dan berbagai isu yang relevan dalam proses pengambilan keputusan konsumen,serta membahas faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, baik faktor objek opinion, internal dan eksternal serta adat budaya, yang mempengaruhi gengsi, serta gaya hidup konsumen							
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	2.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian perilaku konsumen 2. Strategi pemasaran 3. Segmentasi pasar 4. Model Proses pengambilan keputusan oleh konsumen 5. Evaluasi alternatif konsumen 6. Keputusan pembelian berdasarkan generasi 7. Pengetahuan serta sikap konsumen dalam keputusan pembelian 8. Menganalisis perilaku individu konsumen 9. Kelompok referensi dalam pengambilan keputusan konsumen 10. Komunikasi dan perilaku konsumen 11. Pengaruh kasta dan status sosial 12. Pembentukan dan perubahan sikap konsumen 13. Laporan akhir studi kasus kelompok 123 (presentasi) 							

		14. Laporan akhir studi kasus kelompok 456 (presentasi)					
Pustaka	Utama:						
	3.	1. Basu Swasta, Azas-azas Marketing, Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta 2016 2. Basu Swasta dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modren, Liberty, yogyakarta 2015 3. Mangkunegara, AP. Perilaku konsumen, Edisi enam, Bandung, PT. Refika Aditama. 2002 4. Website, DII (pendukung)					
	Pendukung:						
	4.	1. Jurnal ilmiah terkait 2. Literasi digital					
Dosen Pengampu	Denny Firmansyah, SE, MM						
Mata Kuliah Syarat							
Mg Ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	On-Classroom (Luring)	Off-Classroom (Daring)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mampu memahami serta mengetahui pengertian perilaku konsumen, serta mengenal konsumen potensial.	Memahami perilaku konsumen Mengenali ciri-ciri konsumen potensial	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Konsumen Perilaku konsumen	
2.	Mahasiswa diharapkan mampu dan memahami serta mendesain strategi pemasaran baik secara digital dan non digital.	Memahami promosi, iklan, penjualan langsung, serta desain iklan kekinian.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab			
3	Mahasiswa diharapkan mampu dan memahami STP, untuk program pemasaran dengan corak pasar persaingan.	Memahami konsep STP, serta dapat menganalisis selera konsumen berdasarkan pasar	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Pengertian STP Pasar, demografi, geografis, psikografis dan habits.	

4	Mampu memahami model yang diterapkan dalam pengambilan keputusan konsumen.	Mahasiswa diharapkan mampu memahami proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembalian produk	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab		Zoom meeting	Model proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembalian produk	
5.	Mampu mengevaluasi bagaimana konsumen menentukan pilihannya, sebelum proses pembelian dilaksanakan.	Memahami bagaimana konsumen menentukan pilihannya, sebelum proses pembelian dilaksanakan.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab		Zoom meeting	Evaluasi alternatif konsumen	
6	Mampu serta mengerti bagaimana keputusan pembelian dan tempat pembelian terbaik diambil oleh konsumen berdasarkan generasi.	Dapat menjelaskan proses keputusan pembelian oleh konsumen berdasarkan generasi.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Keputusan pembelian berdasarkan generasi	
7	UTS/ Ujian Tengah Semester: Melakukan evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						
8	Dapat mempelajari dan mampu serta memahami sikap, motivasi dan konsep konsumen dalam perilaku keputusan pembelian.	Menjelaskan serta memahami sikap, motivasi dan konsep konsumen dalam perilaku keputusan pembelian.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Sikap Motivasi Konsep diri	
9	Mampu menganalisa perilaku individu dalam keputusan pembelian individu.	Mampu memahami dan menganalisa perilaku individu dalam keputusan pembelian individu sebagai tolak ukur kepuasan konsumen.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Kepribadian Nilai Budaya Gaya hidup	
10	Mampu menjelaskan bagaimana individu sebagai kelompok referensi berpengaruh kepada perilaku konsumen	Menjelaskan bagaimana individu sebagai kelompok referensi berpengaruh kepada perilaku konsumen	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Pengaruh individu dan kelompok referensi.	

11	Mampu menjelaskan tentang komunikasi dan perilaku konsumen.	Menjelaskan tentang komunikasi dan perilaku konsumen dalam penentuan keputusan pembelian secara kejiwaan.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Peran komunikasi personal dalam menentukan keputusan pembelian konsumen, baik dari sisi kejiwaan konsumen.	
12	Mampu menjelaskan tingkatan kasta, dan status sosial dalam peran pembelian konsumen	menjelaskan tingkatan kasta, dan status sosial dalam peran pembelian konsumen, baik barang dan jasa.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Tingkatan kasta dalam pembelian	
13	Mampu menjelaskan tentang pembentukan dan perubahan sikap konsumen	Mampu menjelaskan tentang pembentukan dan perubahan sikap konsumen dalam pembelian.	Mahasiswa mencari serta mereview materi kuliah, ceramah mimbar, dan tanya jawab	Penjelasan dan tanya jawab		Proses perubahan sikap konsumen	
14	Laporan akhir studi kasus kelompok 123 (Presentasi)		Studi kasus	Presentasi kelompok			
15	Laporan akhir studi kasus kelompok 456 (presentasi)		Studi kasus	Presentasi kelompok			
16	UAS/ Ujian Akhir Semester: Melakukan penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa						

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan jenjang studinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. 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, keterampilan umum, keterampilan khusus, dan pengetahuan.
3. 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.
4. 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.

5. 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.
6. Kriteria penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolak ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. Teknik penilaian: tes dan non tes.
8. 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.
9. Metode Pembelajaran: *Small Group Discussion, Discovery Learning, Self-Directed learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning*, dan metode lainnya yang setara.
10. Materi pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yang dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. Bobot Penilaian adalah prosentase penilaian terhadap setiap pencapaian Sub-CPMK yang besarnya proporsional dengan tingkat kesulitan pencapaian Sub-CPMK tersebut, dan totalnya 100%.
12. **TM**=Tatap Muka, **PT**=Penugasan Terstruktur, **BM**=Belajar Mandiri.