UNIVERSITAS MERCU BUANA	**RANCANGAN PEMBELAJARAN** **PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN** **FAKULTAS EKONOMI**	Q

No. Dokumen	**061.423.4.35.02**						
Tgl. Efektif	01 September 2009						

Mata Kuliah : **Perilaku Konsumen** **Semester : IV** **Sks : 3 SKS**

KOMPETENSI : Mahasiswa memiliki pemahaman dan wawasan luas terkait aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sehingga mampu menganalisis berbagai faktor yang berdampak pada perilaku konsumen yang dapa menjadi dasar penyusunan strategi segmentasi, penentuan pasar sasaran dan posisioning produk, serta berbagai alternatif strategi pemasaran bagi organisasi, baik organisasi bisnis mau pun non bisnis, yang menjadi tanggung jawabnya.

(1) TATAP MUKA KE	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN	(4) BENTUK PEMBELAJARAN	(5) KRITERIA PENILAIAN	(6) BOBOT NILAI
1	Memahami dan menyepakati kontrak perkuliahan Memahami konsep dasar pemasaran dan perilaku konsumen	Kontrak perkuliahan Konsep pemasaran Nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan Pengaruh teknologi digital pada strategi	Ceramah, presentasi dan diskusi	Partisipasi dalam kelas	4%
2	Memahami pentingnya peran riset konsumen dan mampu menjelaskan strategi STP	Riset Konsumen Segmenting Targeting Positioning	Ceramah, presentasi dan diskusi	Kelengkapan bahan kajian, cara berkomunikasi, kerjasama tim, partisipasi audiens	4%

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http:// www.mercubuana.ac.id, e-mail:umb@mercubuana.ac.id

(1) TATAP MUKA KE	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN	(4) BENTUK PEMBELAJARAN	(5) KRITERIA PENILAIAN	(6) BOBOT NILAI
3	Memahami dan mampu menjelaskan motivasi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, serta menyajikan makalah	Motivasi konsumen Dinamika motivasi dalam perilaku konsumen	Ceramah, presentasi dan diskusi	Kelengkapan bahan kajian, cara berkomunikasi, kerjasama tim, partisipasi audiens	4%
4	Memahami dan mampu menjelaskan aspek kepribadian dan citra diri, serta menyajikan makalah	Faktor kepribadian dalam perilaku konsumen Citra diri	Ceramah, presentasi dan diskusi	Kelengkapan bahan kajian, cara berkomunikasi, kerjasama tim, partisipasi audiens	4%
5	Memahami proses pembelajaran konsumen dan mampu menjelaskan aspek persepsi, dalam memutuskan pembelian	Persepsi dan pembelajaran konsumen	Ceramah, presentasi dan diskusi	Kelengkapan bahan kajian, cara berkomunikasi, kerjasama tim, partisipasi audiens	4%
6	Memahami dan mampu menjelaskan tentang sikap dan perilaku konsumen, serta menyajikan makalah	Faktor sikap dalam perilaku konsumen	Ceramah, presentasi dan diskusi	Kelengkapan bahan kajian, cara berkomunikasi, kerjasama tim, partisipasi audiens	5%
7	Memahami dan mampu menjelaskan pentingnya komunikasi dalam pemasaran, serta menyajikan makalah	Aspek komunikasi dalam perilaku konsumen	Ceramah, presentasi dan diskusi	Kelengkapan bahan kajian, cara berkomunikasi, kerjasama tim, partisipasi audiens	5%

(1) TATAP MUKA KE	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN	(4) BENTUK PEMBELAJARAN	(5) KRITERIA PENILAIAN	(6) BOBOT NILAI
8	Hard skill dan Soft skill	Kajian 1-7	Ujian tertulis (UTS)	Kejelasan penulisan dan pemahaman konsep	20%
9	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dan menyajikannya terkait dengan pengaruh kelompok referensi	Kelompok Referensi Pengaruh keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian	Presentasi, telaah artikel, partisipasi dalam kelas, tugas kelompok	Sistematika penulisan, ketajaman analisis, kecakapan komunikasi, kekompakan tim	4%
10	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dan menyajikannya	Kelas sosial dan status sosial Pengukuran kelas sosial Mobilitas kelas sosial	Praktikum, tugas kelompok	Kemampuan komunikasi, daya analisis, keunikan dan kemandirian	4%
11	Mampu menelaah artikel, identifikasi kelas sosial dan menyajikannya	Pengaruh budaya dalam perilaku konsumen	Praktikum, diskusi kelompok	Kemampuan komunikasi, daya analisis, keunikan dan kerjasama tim	4%
12	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dalam lingkup lintas budaya dan menyajikannya	Perilaku konsumen lintas budaya dan perspektif internasional	Praktikum, diskusi kelompok	Kemampuan komunikasi, daya analisis, keunikan dan kerjasama tim	4%
13	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dan menyajikannya terkait dengan komunikasi word of mouth	Pengaruh konsumen dan penyebaran inovasi	Praktikum, diskusi kelompok	Kemampuan komunikasi, daya analisis, keunikan dan kerjasama tim	4%

(1) TATAP MUKA KE	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN	(4) BENTUK PEMBELAJARAN	(5) KRITERIA PENILAIAN	(6) BOBOT NILAI
14	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dan menyajikannya	Proses Pengambilan keputusan konsumen Relationship marketing	Studi kasus, diskusi kelompok	Sistematika penulisan, ketajaman analisis, kecakapan komunikasi, kekompakan tim	5%
15	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dan menyajikannya	Kasus-kasus dalam perilaku konsumen dan jurnal ilmiah	Studi kasus, diskusi kelompok	Sistematika penulisan, ketajaman analisis, kecakapan komunikasi, kekompakan tim	5%
16	Hard skill dan soft skill	Analisis kasus	Ujian Tertulis	Kedalaman pembahasan dan ketajaman analisis	20%

Daftar Pustaka :

1. Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk (2007), Consumer Behavior, 9th Edition, Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey.
2. Kotler and Keller (2006), Marketing Management, 12th Ed. Prentice Hall, Inc.
3. Supranto dan NAndan L. (2007), Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Mitra Media Wacana, Jakarta

18 Mei 2009 Disahkan oleh : Dra. Yuli Harwani, MM	18 Mei 2009 Diperiksa oleh : Arief Bowo Prayoga, SE,MM	1 8 Mei 2009-06-05 Dibuat oleh Tim Penyusun : Daru Asih, SE, M.Si

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http:// www.mercubuana.ac.id, e-mail:umb@mercubuana.ac.id

Dekan	Ketua Program Studi Manajemen S1	Koordiantor Mata Kuliah

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**BENTUK TUGAS** **PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN** **FAKULTAS EKONOMI**	Q

Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Semester/SKS : IV / 3 SKS

TATAP MUKA KE	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN & BATASAN-BATASAN	METODE/CARA MENGERJAKAN TUGAS	DESKRIPSI LUARAN		
1	-	-	-	-	-	-	-
2	Memahami dan mampu menjelaskan, serta menyajikan makalah tentang STP	Segmenting Targeting Positioning	Membuat makalah dengan standar baku (pendahuluan, pembahasan dan penutup, serta daftar pustaka), Makalah dilengkapi dengan contoh kasus pada merek atau perusahaan tertentu	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok • Bahan/Acuan: Schiffman, bab 3, Kotler, Renald Kashali dan artikel terkait.	• Makalah dengan format terstandardisasi • Penyajian yang terorganisir	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	60 % 10% 20% 10%
3	Memahami dan mampu menjelaskan, serta menyajikan makalah tentang	Kebutuhan dan keinginan Motivasi konsumen	Membuat makalah dengan standar baku (pendahuluan, pembahasan dan	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait,	• Makalah dengan format terstandardi	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens.	60 %

TATAP MUKA KE	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN & BATASAN-BATASAN	METODE/CARA MENGERJAKAN TUGAS	DESKRIPSI LUARAN		
	dinamika motivasi dalam perilaku konsumen	Dinamika motivasi dalam perilaku konsumen	penutup, serta daftar pustaka), Makalah dilengkapi dengan contoh kasus pada merek atau perusahaan tertentu	dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	sasi • Penyajian yang terorganisir	• Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	10% 20% 10%
4	Memahami dan mampu menjelaskan, serta menyajikan makalah tentang faktor kepribadian dalam perilaku konsumen Citra diri	Faktor kepribadian dalam perilaku konsumen Citra diri	Membuat makalah dengan standar baku (pendahuluan, pembahasan dan penutup, serta daftar pustaka), Makalah dilengkapi dengan contoh kasus pada merek atau perusahaan tertentu	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	• Makalah dengan format terstandardi sasi • Penyajian yang terorganisir	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	60 % 10% 20% 10%
5	Memahami dan mampu menjelaskan, serta menyajikan makalah tentang Persepsi dan pembelajaran konsumen	Persepsi dan pembelajaran konsumen	Membuat makalah dengan standar baku (pendahuluan, pembahasan dan penutup, serta daftar pustaka), Makalah dilengkapi dengan contoh kasus pada merek atau perusahaan tertentu	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	• Makalah dengan format terstandardi sasi • Penyajian yang terorganisir	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	60 % 10% 20% 10%
6	Memahami dan	Faktor sikap	Membuat makalah	• Mahasiswa harus	• Makalah	• Partisipasi aktif di	60 %

TATAP MUKA KE	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN & BATASAN-BATASAN	METODE/CARA MENGERJAKAN TUGAS	DESKRIPSI LUARAN		
	mampu menjelaskan, serta menyajikan makalah tentang Faktor sikap dalam perilaku konsumen	dalam perilaku konsumen	dengan standar baku (pendahuluan, pembahasan dan penutup, serta daftar pustaka), Makalah dilengkapi dengan contoh kasus pada merek atau perusahaan tertentu	membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	dengan format terstandardisasi • Penyajian yang terorganisir	kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	10% 20% 10%
7	Memahami dan mampu menjelaskan, serta menyajikan makalah tentang Aspek komunikasi dalam perilaku konsumen	Aspek komunikasi dalam perilaku konsumen	Membuat makalah dengan standar baku (pendahuluan, pembahasan dan penutup, serta daftar pustaka), Makalah dilengkapi dengan contoh kasus pada merek atau perusahaan tertentu	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	• Makalah dengan format terstandardisasi • Penyajian yang terorganisir	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	60 % 10% 20% 10%
8	UTS						
9	Mahasiswa mampu menelaah artikel dan mengkritisinya.	Makalah yang berisi telaah kritis terkait topik yang dibahas pada sesi tersebut yaitu Kelompok Referensi Pengaruh keluarga dalam pengambilan	Membuat makalah yang berisi tentang telaah beberapa artikel dan mengkritisi titik lemah, lalu merekomendasikan solusi .	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman,	Makalah telaah kritis untuk dinilai dosen, presentasi dengan power point, dan diskusi/tanya jawab	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar	60 % 10% 20% 10%

TATAP MUKA KE	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN & BATASAN-BATASAN	METODE/CARA MENGERJAKAN TUGAS	DESKRIPSI LUARAN		
		keputusan pembelian		Kotler, dan artikel terkait		pustaka	
10	Memberikan gambaran konkrit mengenai konsep-konsep dalam perilaku konsumen	Praktikum di luar kelas, dengan melakukan wawancara atau survei kecil mengenai Kelas sosial dan status sosial	Kuesioner dibuat berdasarkan kaidah-kaidah dan referensi yang ada dalam perilaku konsumen	Mahasiswa melakukan survei dengan menyebar kuesioner terkait masalah yang akan dibahas. Acuan: Ghazali, Tjiptono, Kotler.	Hasil survei direkapitulasi dan dianalisis, lalu dipresentasikan di kelas	• Instrumen dan skala pengukuran. • Ketepatan alat analisis yang digunakan. • Pembahasan hasil analisis.	20 % 20% 60%
11	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dan menyajikan tentang pengaruh budaya	Pengaruh budaya dalam perilaku konsumen	Membuat makalah yang berisi tentang telaah beberapa artikel dan mengkritisi titik lemah, lalu merekomendasikan solusi	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	• Makalah dengan format terstandardisasi • Penyajian yang terorganisir	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	60 % 10% 20% 10%
12	Mampu menelaah artikel, identifikasi masalah dalam lingkup lintas budaya dan menyajikannya	Perilaku konsumen lintas budaya dan perspektif internasional	Membuat makalah yang berisi tentang telaah beberapa artikel dan mengkritisi titik lemah, lalu merekomendasikan solusi	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	• Makalah dengan format terstandardisasi • Penyajian yang terorganisir	• Partisipasi aktif di kelas, baik kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	60 % 10% 20% 10%
13	Mampu menelaah artikel, identifikasi	Pengaruh konsumen dan	Membuat makalah yang berisi tentang	• Mahasiswa harus membaca buku teks, lalu	• Makalah dengan	• Partisipasi aktif di kelas, baik	60 %

TATAP MUKA KE	TUJUAN TUGAS	URAIAN TUGAS				KRITERIA PENILAIAN	BOBOT NILAI
		OBYEK GARAPAN	YANG HARUS DIKERJAKAN & BATASAN-BATASAN	METODE/CARA MENGERJAKAN TUGAS	DESKRIPSI LUARAN		
	masalah dan menyajikannya terkait dengan komunikasi word of mounth	penyebaran inovasi	telaah beberapa artikel dan mengkritisi titik lemah, lalu merekomendasikan solusi	mencari artikel/kasus terkait, dirangkum dalam satu makalah dan mempresentasikannya di kelas secara berkelompok Bahan/Acuan: Schiffman, Kotler, dan artikel terkait	format terstandardisasi • Penyajian yang terorganisir	kelompok penyaji maupun audiens. • Sistematika penyusunan makalah. • Kelengkapan isi • Jumlah daftar pustaka	10% 20% 10%
14	Memberikan gambaran konkrit mengenai konsep-konsep dalam perilaku konsumen	Studi kasus pada merek, produk, atau perusahaan	Melakukan studi kasus, menganalisis permasalahan kasus, dan mencarikan solusi	Mahasiswa mencari kasus, lalu ditelaah, dengan mengacu pada konsep perilaku konsumen	Telaah kasus berupa makalah, dan dipresentasikan dalam kelas secara berkelompok	• Kebaruan kasus • Partisipasi kelas • Ketajaman analisis • Solusi yang direkomendasi.	20% 30% 30% 20%
15	Memberikan gambaran konkrit mengenai konsep-konsep dalam perilaku konsumen	Studi kasus pada merek, produk, atau perusahaan	Melakukan studi kasus, menganalisis permasalahan kasus, dan mencarikan solusi	Mahasiswa mencari kasus, lalu ditelaah, dengan mengacu pada konsep perilaku konsumen	Telaah kasus berupa makalah, dan dipresentasikan dalam kelas secara berkelompok	• Kebaruan kasus • Partisipasi kelas • Ketajaman analisis • Solusi yang direkomendasi.	20% 30% 30% 20%
16	UAS						

18 Mei 2009 **Disahkan oleh :** **Dra. Yuli Harwani R., MM** **Dekan**	**18 Mei 2009** **Diperiksa Oleh :** **Arief Bowo Prayoga K, SE, MM** **Ketua P S Manajemen-S1**	**18 Mei 2009** **Dibuat oleh Tim Penyusun :** **Daru Asih, SE, M.Si** **Dosen Koordinator**

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http:// www.mercubuana.ac.id, e-mail:umb@mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA	**SILABI** **PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN** **FAKULTAS EKONOMI**	**Q**

No. Dokumen	**061.423.4.35.00**						
Tgl. Efektif	01 September 2009						

Mata Kuliah/SKS/SMT : Perilaku Konsumen / 3 sks/ IV

Kompetensi : Mahasiswa memiliki pemahaman dan wawasan luas terkait aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sehingga mampu menganalisis berbagai faktor yang berdampak pada perilaku konsumen yang dapa menjadi dasar penyusunan strategi segmentasi, penentuan pasar sasaran dan posisioning produk, serta berbagai alternatif strategi pemasaran bagi organisasi, baik organisasi bisnis mau pun non bisnis, yang menjadi tanggung jawabnya.

Mata kuliah ini membahas tentang kerangka konseptual perilaku konsumen dan berbagai persoalan yang relevan khususnya dalam penerapan ilmu psikologi, sosiologi, anthropologi, komunikasi, dan ekonomi mikro. Perilaku konsumen yang difokuskan pada perilaku pembelian, atau proses pengambilan keputusan dalam pembelian, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari luar diri konsumen, seperti budaya, kelas sosial, kelompok referensi, mau pun faktor yang berasal dari dalam diri individu konsumen, seperti sikap, kepribadian, gaya hidup, motivasi, persepsi, dan sebagainya.

Prasyarat : Manajemen Pemasaran

Tujuan:

Mata kuliah ini bertujuan memberikan pemahaman kepada mahasiswa agar memiliki wawasan yang luas dan mampu menjelaskan berbagai aspek yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian sehingga memudahkan dalam penyusunan strategi pemasaran yang efektif.

Buku Teks:

Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk (2007), Consumer Behavior, 9th Edition, Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey.

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http:// www.mercubuana.ac.id, e-mail:umb@mercubuana.ac.id