



**SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR UNIVERSITAS ALMA ATA  
NOMOR : 095/A/SK/UAA/IX/2024**

**TENTANG**

**PENGANGKATAN DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2024/2025  
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH  
UNIVERSITAS ALMA ATA**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rektor Universitas Alma Ata

- Menimbang : a. Bahwa dalam rangka meningkatkan kelancaran jalannya kegiatan belajar mengajar pada Program Studi S1 Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata dengan sebaik-baiknya, maka perlu mengangkat dosen pengampu mata kuliah semester ganjil tahun akademik 2024/2025;
- b. Bahwa nama-nama yang tersebut di dalam lampiran Surat Keputusan ini dipandang mampu untuk diangkat menjadi dosen pengampu mata kuliah semester ganjil tahun akademik 2024/2025 Program Studi S1 Ekonomi Syariah;
- c. Bahwa untuk pengangkatan tersebut diperlukan adanya surat keputusan
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336)
2. Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia
5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
6. Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor: 155/KPT/I/2016 tentang Perubahan Bentuk Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Alma Ata menjadi Universitas Alma Ata
7. SK Dirjen Pendis No. 7033 tahun 2016 tentang ijin perubahan nama STIA menjadi FAI pada Universitas Alma Ata di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta
8. Akte No. 6, Tahun 2006 tentang Pendirian Yayasan Alma Ata;
9. Akta No 04 Tahun 2021 tentang Keputusan Pembina Yayasan Alma Ata;
10. Keputusan Ketua Yayasan Alma Ata Nomor 095/A/SK/YAA/XII/2019 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Alma Ata.
- Memperhatikan : 1. Statuta Universitas Alma Ata
2. Visi Misi Tujuan dan Sasaran UAA 2040
3. Usulan Program Studi S1 Ekonomi Syariah



**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** :
- Pertama : Mengangkat nama-nama yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini sebagai dosen pengampu mata kuliah semester ganjil tahun akademik 2024/2025 Program Studi S1 Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata.
- Kedua : Nama Dosen dan mata kuliah yang diampu seperti dalam lampiran Surat Keputusan ini.
- Ketiga : Biaya yang timbul akibat diterbitkannya Surat Keputusan ini dibebankan pada anggaran yang sesuai di lingkungan Universitas Alma Ata.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan pada keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 19 September 2024

Rektor Universitas Alma Ata,

  


**Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK.**

**Tembusan:**

1. Wakil Rektor Bidang Pengembangan Akademik, Pembelajaran dan MBKM
2. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Sumber Daya
3. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Keagamaan
4. Ka. Biro Keuangan
5. Ka. LP2M
6. Dekan FEB
7. Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah
8. Kepala PPKREP
9. Yang bersangkutan
10. Arsip

Lampiran : Surat Keputusan Rektor Universitas Alma Ata  
 Nomor : 201/A/SK/UA/IX/2024  
 Tanggal : 19 September 2024  
 Tentang : Pengangkatan Dosen Pengampu Mata Kuliah Semester Ganjil TA. 2024/2025  
 Program Studi S1 Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata

**DAFTAR NAMA DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH  
 SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2024/2025  
 PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH  
 UNIVERSITAS ALMA ATA**

**SEMESTER I**

NO	KODE MK	MATA KULIAH	BEBAN SKS			TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
			T	P	PL				
1	UAA001	Kealimaan: Pengembangan Karakter dan Kedisiplinan	2	0	0	2	Abdul Salam, S.H.I., M.A	1	Kolonel Arh Moch. Zaenal Abidin
								2	Misyroh Akhmadi, S.Ag., M.Ag.
								3	Dr. Siti Nurunyah, S.ST.,M.Kes
2	UAA004	Bahasa Indonesia	2	0	0	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A	1	Ahmad Syamsul Arifin, M.Pd.I	
							2	Ismanto, M.Pd	
3	UAA007	Bahasa Inggris I	2	0	0	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	1	Yuli Susanti Prihastuti, M.Pd	
							2	Ika Tri Susilowati, M.Pd	
4	FEB037	Pengantar Manajemen	3	0	0	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	1	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, M.Sc	
							2	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	
5	UAA005	Kewarganegaraan	2	0	0	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	1	Dr. Lathifatul Izzah, S.Th.I., M.Ag.	
							2	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	
6	FEB040	Pengantar Akuntansi	3	0	0	Rusny Istiqomah Sujono, S.E., Sy., M.A.	1	Marsuking, S.E., M.Ak.	
							2	Meutia Layli, S.E., M.Ak.	
7	FEB039	Pengantar Ekonomi	3	0	0	Ahmad Yunadi, M.A	1	Ahmad Yunadi, M.A	
8	UAA006	Pancasila	2	0	0	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	1	Dr. Lathifatul Izzah, S.Th.I., M.Ag.	
							2	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	
9	FEB035	Capacity Building I	1	0	0	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	1	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	
<b>Total SKS</b>			<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>			

**SEMESTER III**

NO	KODE MK	MATA KULIAH	BEBAN SKS			TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
			T	P	PL				
1	ISEC05	Fiqh Muamalah	3	0	0	3	Abdul Salam, S.H.I., M.A	1	Abdul Salam, S.H.I., M.A
2	ISEC06	Perpajakan	2	0	0	2	Abi Suryono, S.E. Akt., M.Akt	1	Abi Suryono, S.E. Akt., M.Akt
3	ISEC07	Etika Bisnis Islam	3	0	0	3	Abdul Salam, S.H.I., M.A	1	Ragil Satria Wicaksana, S.E.I, M.S.I
4	ISEC08	Mikroekonomika Islam	3	0	0	3	Ahmad Yunadi, S.E., M.A	1	Ahmad Yunadi, S.E., M.A
5	UAA011	Kealmaataan : Akidah dan Keprofesian	2	0	0	2	Abdul Salam, S.H.I., M.A	1	KH. Muhtarom Busyro, M.Pd
								2	Abdul Salam, S.H.I., M.A
6	FEB036	Capacity Building II	1	0	0	1	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	1	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
7	ISEC09	Manajemen Pemasaran	2	0	0	2	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	1	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
8	UAA008.01	Kewirausahaan	2	0	0	2	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	1	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
9	ISEC10	Matematika Ekonomi & Bisnis	3	0	0	3	Rusny Istiqomah Sujono, S.E, Sy., M.A.	1	Rusny Istiqomah Sujono, S.E, Sy., M.A.
10	ISEC11	Filsafat Ekonomi	2	0	0	2	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A	1	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A
<b>Total SKS</b>			<b>23</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23</b>			

**SEMESTER V**

NO	KODE MK	MATA KULIAH	BEBAN SKS			TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
			T	P	PL				
1	ESY310	Ekonomi Makro Islam	3	0	0	3	Ahmad Yunadi, S.E., M.A	1	Ahmad Yunadi, S.E., M.A
2	ESY311	Perpajakan II	2	0	0	2	Abi Suryono, S.E. Akt., M.Akt	1	Abi Suryono, S.E. Akt., M.Akt
3	ESY312	Etika Bisnis Syari'ah	3	0	0	3	Abdul Salam, S.H.I., M.A	1	Abdul Salam, S.H.I., M.A
								2	Rusny Istiqomah Sujono, S.E, Sy., M.A.
4	ESY313	Manajemen Investasi Syari'ah	2	0	0	2	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A	1	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A
								2	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
5	ESY404	Sistem Informasi Manajemen	2	0	0	2	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	1	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
								2	Dr. Toufan Aldian Syah, S.E., M.E.

NO	KODE MK	MATA KULIAH	BEBAN SKS			TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
			T	P	PL				
6	ESY405	Perilaku Konsumen	2	0	0	2	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	1	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.
7	ESY406	Komunikasi Bisnis	2	0	0	2	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	1	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.
8	ESY407	Penggangan Perusahaan	3	0	0	3	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	1	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.
							Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	2	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
9	ESY408	Pelaporan Akuntansi Syariah	3	0	0	3	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A	1	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A
								2	Rusny Istiqomah Sujono, S.E, Sy., M.A.
10	ESY402	Akuntansi Manajemen dan Biaya	2	0	0	2	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.	1	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.
								2	Dr. Kusumaningdiah Retno Setiorini, S.E., M.Ak., Ak., CA.
<b>Total SKS</b>			<b>24</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>24</b>			

### SEMESTER VII

NO	KODE MK	MATA KULIAH	BEBAN SKS			TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
			T	P	PL				
1	ESY501	PKL	0	0	3	3	Al Haq Kamal, S.E.I, M.A	1	Ahmad Yunadi, S.E., M.A
								2	Abdul Salam, S.H.I., M.A
								3	Al Haq Kamal, SEI, MA
								4	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
								5	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.
								6	Rusny Istiqomah Sujono S.E.,Sy., M.A.
2	ESY501	KKN	0	0	4	4	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.	1	Ahmad Yunadi, S.E., M.A
								2	Abdul Salam, S.H.I., M.A

NO	KODE MK	MATA KULIAH	BEBAN SKS			TOTAL SKS	LIAISON OFFICER	No	DOSEN PENGAMPU
			T	P	PL				
								3	Al Haq Kamal, SEI, MA
								4	Febrian Wahyu Wibowo., S.E., M.E.
								5	Baiq Ismiati., S.E.I., M.H., M.E.
								6	Rusny Istiqomah Sujono S.E.,Sy., M.A.
<b>Total SKS</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>7</b>			

Ditetapkan di : Yogyakarta  
 Pada tanggal : 19 September 2024

Rektor Universitas Alma Ata,



UNIVERSITAS  
ALMA ATA

**Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK.**

**Tembusan:**

1. Wakil Rektor Bidang Pengembangan Akademik, Pembelajaran dan MBKM
2. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum dan Sumber Daya
3. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Keagamaan
4. Ka.Biro Keuangan
5. Dekan FEB
6. Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah
7. Kepala PPKREP
8. Yang bersangkutan
9. Arsip

2024/  
2025

# PENGANTAR MANAJEMEN

MNJ

Dosen Pengampu / LNO :

Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA

2024/2025



**PERILAKU KONSUMEN**

ESY-133

**KOORDINATOR / LNO:**

Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.

**TIM DOSEN PENGAMPU/INSTRUKTUR**

Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ALMA ATA**

**YOGYAKARTA**

**2024/2025**

**LEMBAR PENGESAHAN RPS**

Mata Kuliah Perilaku Konsumen ESY-133  
disahkan di Yogyakarta pada tanggal 17 Juli 2024

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Ketua Program Studi Ekonomi Syariah**

Defia Ifsantin Maula, M.B.A

Al Haq Hamal M.A

**Mengetahui,  
Wakil Rektor I Bidang Akademik dan MBKM**

Dr. Mustakim, M.Pd

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum wr wb.

Alhamdulillah, atas izin dan bimbingan Allah SWT, maka Mata Kuliah Perilaku Konsumen yang merupakan bagian dari Kurikulum Program Studi S1 Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata dapat selesai dikembangkan dan disusun sebagai panduan pembelajaran di lingkungan Prodi S1 Ekonomi Syariah. Pengembangan Mata Kuliah Perilaku Konsumen Prodi S1 Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan dan melibatkan banyak pihak.

Atas nama pimpinan Universitas Alma Ata, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan kontribusi baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Mata Kuliah Perilaku Konsumen. Mata Kuliah Perilaku Konsumen ini belum sempurna. Oleh karena itu kami berharap kepada tim penyusun untuk terus menerus memperbaiki dan menyempurnakan mata kuliah ini dan implementasinya di lingkungan Alma Ata.

Mudah-mudahan kontribusi Bapak/ Ibu dapat menjadi amal jariyah yang diterima oleh Allah SWT dan bermanfaat bagi masyarakat luas khususnya, bagi para dosen dan mahasiswa yang menggunakan mata kuliah ini. Amien.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Wakil Rektor I Bidang Akademik dan MBKM

Dr. Mustakim, M.Pd

## PENDAHULUAN

Proses pembelajaran yang bermutu tinggi akan dapat menghasilkan mutu *output* yang baik. Proses pembelajaran yang baik harus didukung oleh rencana program pembelajaran yang disusun secara matang dan konseptual. Oleh karena itu, setiap mata kuliah harus memiliki RPS yang disusun dan dirancang oleh Dosen baik secara individual maupun secara kolektif.

Universitas Alma Ata mengambil kebijakan bahwa setiap mata kuliah yang ada harus memiliki RPS. Dengan adanya RPS diharapkan proses pembelajaran di Program Studi S1 Ekonomi Syariah dapat berjalan lebih bermutu, transparan dan akuntabel. Mata Kuliah Perilaku Konsumen merupakan salah satu mata kuliah pilihan yang memberikan dasar keilmuan bagi mahasiswa Ekonomi Syariah. Setelah mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen diharapkan mahasiswa mampu memahami tentang proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok, atau organisasi untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk (barang, jasa, dan ide). RPS ini setiap tahun akan diperbarui dan diperbaiki untuk menjaga relevansi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kebutuhan atau *problem* yang berkembang di masyarakat.

Tidak lupa kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak dan kontributor yang telah memberikan saran yang begitu berharga bagi pengembangan kurikulum Mata Kuliah Perilaku Konsumen ini khususnya. Kami menyadari bahwa RPS mata kuliah Perilaku Konsumen ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kami akan terus menerima dan menampung masukan, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, untuk dapat kami kembangkan demi kemajuan kurikulum.

Akhir kata, kami berharap mahasiswa mendapatkan pengalaman yang menarik dan berharga selama mengikuti mata kuliah ini.

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Kaprodi S1 Ekonomi Syariah  
Universitas Alma Ata Yogyakarta

Al Haq Kamal M.A.

## DAFTAR ISI

## HALAMAN

SAMPUL DALAM .....	
LEMBAR PENGESAHAN .....	
KATA PENGANTAR .....	
PENDAHULUAN .....	
DAFTAR ISI .....	
1. IDENTITAS MATA KULIAH .....	
2. DESKRIPSI MATA KULIAH .....	
3. CAPAIAN PEMBELAJARAN .....	
4. PETA KONSEP CAPAIAN PEMBELAJARAN .....	
5. RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN .....	
6. KOMPONEN PENILAIAN .....	
7. REFERENSI .....	
LAMPIRAN .....	
PETA KEGIATAN PEMBELAJARAN .....	
REKAPITULASI RENCANA PELAKSANAAN PROGRAM .....	
RANCANGAN TUGAS MAHASISWA .....	

## RPS

### 1. IDENTITAS MATA KULIAH

Nama Mata Kuliah	:	Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah	:	ESY-133
Bobot SKS	:	3 SKS
Semester	:	1
Prasyarat	:	-
Koordinator (LNO)	:	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.

Dosen Pengampu, Tutor, : Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.  
dan Instruktur Praktikum

### 2. DESKRIPSI MATA KULIAH

Mata kuliah Perilaku Konsumen bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang berbagai faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi pemasaran. Mata kuliah ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar dalam mempelajari kompleksitas perilaku konsumen.

### 3. CAPAIAN PEMBELAJARAN

Setelah mempelajari mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa mampu:

1. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.
2. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni.
3. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.
4. Keterampilan Konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko
5. Mampu melihat peluang untuk menciptakan inovasi
6. Tanggap terhadap perubahan yang terjadi di lapangan.

7. Lulusan harus mengetahui tentang promosi, dan perilaku konsumen.
8. Lulusan mengetahui tentang perilaku pasar dan organisasi

#### **CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH**

- a. Mampu menjelaskan konsep pemasaran.
- b. Dapat membedakan antara strategi, taktik dan membangun nilai dalam pemasaran.
- c. Memahami peran pemasaran dalam perusahaan.
- d. Mengerti konsep jasa.
- e. Memahami bagaimana menganalisa lingkup pasar, kebutuhan dan keinginan konsumen serta merancang kebijakan pemasaran yang baik.
- f. Dapat mengaplikasikan teori pemasaran dalam proyek-proyek tugas pemasaran.

#### **4. PETA KONSEP CAPAIAN LEARNING OUTCOME**



## 5. SILABUS

No	Learning Outcome	Indikator	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Metode Penilaian	Alokasi Waktu			Bobot Penilaian Proses	Literatur
						K	P	T		
1.	Mengerti dan memahami konsep pendahuluan: keanekaragaman di pasar dan riset konsumen .	Mampu menjelaskan konsep dasar pendahuluan: keanekaragaman di pasar dan riset konsumen.	PENGANTAR PERILAKU KONSUMEN : a. Perkembangan konsep pemasaran b. Persaingan global, pentingnya riset konsumen c. Proses riset konsumen d. Dasar-dasar segmentasi e. Pemilihan target konsumen f. Pembuatan positioning yang tepat bagi produk	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
2.	Mengerti dan memahami konsep segmentasi pasar.	Mampu menjelaskan memahami konsep segmentasi pasar.	SEGMENTASI PASAR a. Pengertian segmentasi pasar b. Dasar segmentasi c. Kriteria segmen d. Strategi segmentasi	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.

3.	Mengerti dan memahami konsep motivasi konsumen.	Mampu menjelaskan memahami konsep motivasi konsumen.	<p>KONSEP MOTIVASI :</p> <p>a. Hubungan antara motivasi konsumen dan perilaku mereka</p> <p>b. Perbedaan dan persamaan teori-teori mengenai motivasi</p>	<p>Ceramah</p> <p>Tanya Jawab</p> <p>Belajar mandiri</p> <p>Diskusi</p>	<p>Presensi</p> <p>Keaktifan mahasiswa</p> <p>Tugas kelompok</p> <p>Tugas individu</p>	50		100	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%</p> <p>UTS : 25%</p> <p>UAS : 30%</p>	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
4.	Mengerti dan memahami konsep kepribadian dan perilaku konsumen.	Mampu menjelaskan memahami kepribadian dan perilaku konsumen.	<p>KONSEP KEPERIBADIAN :</p> <p>a. Teori-teori kepribadian</p> <p>b. Faktor-faktor kepribadian</p> <p>c. Hubungan antara kepribadian dan perilaku konsumen</p>	<p>Ceramah</p> <p>Tanya Jawab</p> <p>Belajar mandiri</p> <p>Diskusi</p>	<p>Presensi</p> <p>Keaktifan mahasiswa</p> <p>Tugas kelompok</p> <p>Tugas individu</p>	50		100	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%</p> <p>UTS : 25%</p> <p>UAS : 30%</p>	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
5.	Mengerti dan memahami tentang persepsi konsumen.	Mampu menjelaskan tentang persepsi konsumen.	<p>KONSEP PERSEPSI :</p> <p>a. Hubungan persepsi dan perilaku konsumen</p> <p>b. Elemen dan aspek persepsi</p> <p>c. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya</p>	<p>Ceramah</p> <p>Tanya Jawab</p> <p>Belajar mandiri</p> <p>Diskusi</p>	<p>Presensi</p> <p>Keaktifan mahasiswa</p> <p>Tugas kelompok</p> <p>Tugas individu</p>	50		100	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%</p> <p>UTS : 25%</p> <p>UAS : 30%</p>	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.

6.	Mengerti dan memahami tentang pembelajaran konsumen.	Mampu menjelaskan tentang pembelajaran konsumen.	KONSEP PEMBELAJARAN : a. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
7.	Mengerti dan memahami pembentukan dan perubahan sikap konsumen.	Mampu memahami dan menjelaskan pembentukan dan perubahan sikap konsumen.	SIKAP KONSUMEN: a. Model-model struktur sikap b. Pembentukan sikap c. Strategi perubahan sikap	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
	<b>UTS</b>								<b>25%</b>	
8.	Mengerti dan memahami komunikasi dan perilaku konsumen.	Mampu memahami dan menjelaskan komunikasi dan perilaku konsumen.	KOMUNIKASI DAN PERILAKU KONSUMEN: a. Model-model komunikasi b. Komponen-komponen komunikasi c. Merancang komunikasi yang persuasif d. Riset keefektifan iklan e. Daya tarik emosional dalam iklan	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.

9.	Mengerti dan memahami kelompok rujukan dan pengaruh keluarga.	Mampu memahami dan menjelaskan kelompok rujukan dan pengaruh keluarga.	KELOMPOK RUJUKAN DAN PENGARUH KELUARGA : a. Kelompok rujukan dan kategorinya b. Keluarga, fungsi dan sosialisasi konsumen c. Siklus kehidupan keluarga	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
10.	Mengerti dan memahami kelas sosial dan perilaku konsumen.	Mampu memahami dan menjelaskan kelas sosial dan perilaku konsumen.	KELAS SOSIAL : a. Kelas sosial, definisi, ukuran dan dampaknya b. Gerakan kelas sosial c. Penerapan kelas sosial ke perilaku konsumen yang dipilih	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
11.	Mengerti dan memahami pengaruh budaya dan sub budaya terhadap perilaku konsumen.	Mampu memahami dan menjelaskan budaya dan sub budaya.	BUDAYA DAN SUB BUDAYA : a. Budaya dan sub budaya b. Interaksi sub budaya c. Perilaku konsumen lintas budaya d. Strategi pemasaran global yang adaptif	Ceramah  Tanya Jawab  Belajar mandiri  Diskusi	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok  Tugas individu	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%  UAS : 30%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.
12.	Mengerti dan memahami perilaku konsumen lintas budaya.	Mampu memahami dan menjelaskan perilaku konsumen lintas budaya.	LINTAS BUDAYA a. Multinasional b. Analisis konsumen lintas budaya c. Strategi multinasional	E-Learning	Presensi  Keaktifan mahasiswa  Tugas kelompok	50		100	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%  UTS : 25%	Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. <i>Perilaku Konsumen</i> . Edisi 7. Jakarta Barat:



## 5. KOMPONEN PENILAIAN TEORI

NO.	KOMPONEN	DEFINISI	BOBOT
1	Keaktifan	Rata-rata nilai keaktifan mahasiswa dalam perkuliahan interaktif, tutorial maupun diskusi.	20%
2	Penugasan/ Nilai Proses	Rata-rata nilai tugas harian/mingguan yang dikerjakan oleh mahasiswa baik secara individu maupun kelompok	20%
3	Ujian tengah Semester	Nilai ujian tengah semester	30%
4	Ujian Akhir Semester	Nilai ujian akhir teori	30%

## NILAI AKHIR

$$NA = \frac{(NT \times sksT) + (NP \times sksT) + (NPL \times sksT)}{\sum sks}$$

Keterangan :

NA = Nilai Akhir

NT = Nilai Teori

NP = Nilai Praktikum

NPL = Nilai Praktikum Lapangan

NO	PENCAPAIAN MATERI	SKOR ABSOLUT	HURUF MUTU	ANGKA MUTU
1	80-100%	80-100	A	4
2	75-79.9%	75-79.9	A/B	3.5
3	70-74.9%	70-74.9	B	3
4	65-69.9%	65-69.9	B/C	2.5
5	60-64.9%	60-64.9	C	2
6	50-59.9%	50-59.9	D	1
7	<50%	<50	E	0

## 6. REFERENSI

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks.

## LAMPIRAN

### PETA KEGIATAN PEMBELAJARAN

#### TEORI

NO/PERT	HARI/TANGGAL	JAM	TEMA/MATERI	DOSEN PENGAMPU
1.		<b>13.00-14.40</b>	PENGANTAR PERILAKU KONSUMEN : a. Perkembangan konsep pemasaran b. Persaingan global, pentingnya riset konsumen c. Proses riset konsumen d. Dasar-dasar segmentasi e. Pemilihan target konsumen f. Pembuatan positioning yang tepat bagi produk	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
2.		<b>13.00-14.40</b>	SEGMENTASI PASAR a. Pengertian segmentasi pasar b. Dasar segmentasi c. Kriteria segmen d. Strategi segmentasi	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
3.		<b>13.00-14.40</b>	KONSEP MOTIVASI : a. Hubungan antara motivasi konsumen dan perilaku mereka b. Perbedaan dan persamaan teori-teori mengenai motivasi	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
4.		<b>13.00-14.40</b>	KONSEP KEPERIBADIAN : a. Teori-teori kepribadian b. Faktor-faktor kepribadian c. Hubungan antara kepribadian dan perilaku konsumen	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
5.		<b>13.00-14.40</b>	KONSEP PERSEPSI : a. Hubungan persepsi dan perilaku konsumen b. Elemen dan aspek persepsi c. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
6.		<b>13.00-14.40</b>	KONSEP PEMBELAJARAN : a. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.

7.		<b>13.00-14.40</b>	SIKAP KONSUMEN: a. Model-model struktur sikap b. Pembentukan sikap c. Strategi perubahan sikap	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
			<b>UTS</b>	
8.		<b>13.00-14.40</b>	KOMUNIKASI DAN PERILAKU KONSUMEN: a. Model-model komunikasi b. Komponen-komponen komunikasi c. Merancang komunikasi yang persuasif d. Riset keefektifan iklan e. Daya tarik emosional dalam iklan	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
9.		<b>13.00-14.40</b>	KELOMPOK RUJUKAN DAN PENGARUH KELUARGA : a. Kelompok rujukan dan kategorinya b. Keluarga, fungsi dan sosialisasi konsumen c. Siklus kehidupan keluarga	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
10.		<b>13.00-14.40</b>	KELAS SOSIAL : a. Kelas sosial, definisi, ukuran dan dampaknya b. Gerakan kelas sosial c. Penerapan kelas sosial ke perilaku konsumen yang dipilih	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
11.		<b>13.00-14.40</b>	BUDAYA DAN SUB BUDAYA : a. Budaya dan sub budaya b. Interaksi sub budaya c. Perilaku konsumen lintas budaya d. Strategi pemasaran global yang adaptif	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
12.		<b>13.00-14.40</b>	LINTAS BUDAYA a. Multinasional b. Analisis konsumen lintas budaya c. Strategi multinasional d. Global vs Lokal e. Segmentasi psikografis lintas budaya	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
13.		<b>13.00-14.40</b>	PENGARUH KONSUMEN DAN PENYEBARAN	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E.,

			<p>INOVASI</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kepemimpinan pendapat</li> <li>b. Dinamika proses kepemimpinan pendapat</li> <li>c. Motivasi kepemimpinan pendapat</li> <li>d. Proses penyebaran inovasi</li> <li>e. Proses adopsi</li> <li>f. Proses inovator konsumen</li> </ul>	M.Sc.
14.		<b>13.00-14.40</b>	<p>PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Proses pembuatan keputusan konsumen</li> <li>b. Model pengambilan keputusan konsumen</li> <li>c. Hasil proses pengambilan keputusan konsumen</li> <li>d. Perilaku konsumen untuk memberi hadiah</li> <li>e. Pemasaran berdasarkan hubungan</li> </ul>	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
			<b>UAS</b>	

## REKAPITULASI RENCANA PELAKSANAAN PROGRAM

### A. IDENTITAS MATA KULIAH

1	NAMA MATA KULIAH	:	Perilaku Konsumen	
2	KODE MATA KULIAH	:	ESY133	
3	KELAS	:	1	
4	JUMLAH MAHASISWA			Mahasiswa
5	BOBOT SKS (TOTAL)	:	3	SKS
	TEORI (T)	:	3	SKS
	PRAKTIKUM (P)	:	0	SKS
	PRAKTIKUM LAPANGAN (PL)	:	0	SKS
6	JUMLAH KELOMPOK TUTORIAL	:	0	Kelompok
	KELOMPOK 1	:		Mahasiswa
	KELOMPOK 2	:		Mahasiswa
	KELOMPOK 3	:		Mahasiswa
	KELOMPOK 4	:		Mahasiswa
	KELOMPOK 5	:		Mahasiswa
7	JUMLAH KELOMPOK PRAKTIKUM LAB	:	0	Kelompok
	KELOMPOK 1	:	0	Mahasiswa
	KELOMPOK 2	:	0	Mahasiswa
	KELOMPOK 3	:	0	Mahasiswa
	KELOMPOK 4	:	0	Mahasiswa
	KELOMPOK 5	:	0	Mahasiswa

BOBOT WAKTU (MENIT)	
MIN	MAX
2100	2400
0	0
0	0

### B. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN

#### TEORI

No.	KEGIATAN	FREKUENSI (SESI)	WAKTU / SESE (MENIT)	TOTAL WAKTU (MENIT)
1	Kuliah Reguler	21	100	2100
2	Tutorial		100	0
4	Ujian Akhir	2	100	200
<b>TOTAL</b>				<b>2300</b>

### C. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN PRAKTIKUM

No.	KEGIATAN	FREKUENSI (SESI)	WAKTU / SESE (MENIT)	TOTAL WAKTU (MENIT)
1	Praktikum Lab (D)	0	0	0
2	Praktikum Lab (M)	0	0	0
3	Praktikum Lab (E)	0	0	0
2	Praktikum in Class (D)	0	0	0
3	Praktikum in Class (M)	0	0	0
4	Praktikum in Class (E)	0	0	0
<b>TOTAL</b>				<b>0</b>

### D. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN PRAKTIKUM LAPANGAN / KLINIK

No.	KEGIATAN	WAKTU / SESI (MENIT)	SETARA (HARI KERJA)
1	Praktikum Lapangan	0	0

#### E. REKAPITULASI BEBAN DOSEN PENGAMPU

NO	NAMA DOSEN	BEBAN DOSEN (MENIT)				JUMLAH
		KULIAH	TUTORIAL	PRAKTIKUM IN CLASS	PRAKTIKUM LAB	
1	Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A.	700				700
2	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	700				700
3						0
4						0
5						0
6						0
<b>JUMLAH</b>		<b>1400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1400</b>

#### F. VALIDASI KEGIATAN PEMBELAJARAN TERHADAP BOBOT SKS

No	SKS	VALIDASI	
1	Teori	VALID	-
2	Praktikum	VALID	-

#### G. VALIDASI BEBAN DOSEN TERHADAP KEGIATAN PEMBELAJARAN

		VALIDASI	
1	Kuliah Reguler	VALID	-
2	Tutorial	VALID	-
3	Praktikum In Class	VALID	-
4	Praktikum Lab	VALID	-

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Al Haq Kamal, M.A

Yogyakarta,  
Koordinator Mata Kuliah

Silvia Waning Hiyun Puspita Sari,  
S.E., M.Sc.

## RANCANGAN TUGAS MAHASISWA

	Universitas Alma Ata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Syariah
Nama Mata Kuliah/Blok	Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah/Blok	ESY 133
Dosen Pengampu	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.
<b>Bentuk tugas</b>	
Penugasan sesuai jadwal	
<b>Judul Tugas</b>	
Rangkuman Perkuliahan	
Paper Presentasi	
Presentasi Kelompok	
<b>Deskripsi Tugas</b>	
<b>Metode Pengerjaan Tugas</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Merangkum perkuliahan dan menulisnya.</li><li>2. Menulis paper terkait materi presentasi.</li><li>3. Mempresentasikan materi</li></ol>	
<b>Bentuk dan Format Luaran</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>a. Obyek Garapan: Penyusunan Proposal Panel</li><li>b. Bentuk Luaran:<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kumpulan rangkuman perkuliahan ditulis dengan MS Word dengan sistematika penulisan rangkuman.</li><li>2. Paper ditulis dengan MS Word dengan sistematika dan format sesuai dengan standar panduan penulisan paper.</li><li>3. Slide presentasi PowerPoint, terdiri dari: Text, grafik, tabel, gambar, animasi ataupun video clips, minimum 10 slide. Dikumpulkan dalam bentuk softcopy format ekstensi (*.ppt).</li></ol></li></ol>	

## Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian

- a. Rangkuman perkuliahan (bobot 30%)
- b. Penyusunan Slide Presentasi (bobot 30%)

Jelas dan konsisten, sederhana dan inofatif, mnampilkan gambar dan blok sistem, tulisan menggunakan font yang mudah dibaca, jika diperlukan didukung dengan gambar dan video clip yang relevan
- c. Presentasi (bobot 40%)

Bahasa komunikatif, penguasaan materi, penguasaan audiensi, pengendalian waktu (15 menit presentasi + 5 menit diskusi), kejelasan dan ketajaman paparan, penguasaan media presentasi.

## Jadwal Pelaksanaan

## Lain-lain

## Daftar Rujukan

## RUBRIK PENILAIAN

### Contoh Rubrik Deskriptif untuk Penilaian Presentasi Makalah

Dimensi	Skala				
	Sangat Baik Skor $\geq$ 81	Baik (61-80)	Cukup (41-60)	Kurang (21-40)	Sangat Kurang < 20
Organisasi	Terorganisasi dengan menyajikan fakta yang didukung oleh contoh yang telah dianalisis sesuai konsep	Terorganisasi dengan baik dan menyajikan fakta yang meyakinkan untuk mendukung kesimpulan-kesimpulan	Presentasi mempunyai fokus dan menyajikan beberapa bukti yang mendukung kesimpulan-kesimpulan	Cukup fokus, namun bukti kurang mencukupi untuk digunakan dalam menarik kesimpulan	Tidak ada organisasi yang jelas. Fakta tidak
Isi	Isi mampu menggugah pendengar untuk mengembangkan pikiran	Isi akurat dan lengkap. Para pendengar menambah wawasan baru tentang topik tersebut	Isi secara umum akurat, tetapi tidak lengkap. Para pendengar bisa mempelajari beberapa fakta yang tersirat, tetapi mereka tidak menambah wawasan baru tentang topik	Isinya kurang akurat, karena tidak ada data faktual, tidak menambah pemahaman pendengar	Isinya tidak akurat atau terlalu umum. Pendengar tidak belajar apapun atau kadang menyesatkan

			tersebut		
Gaya Presentasi	Berbicara dengan semangat, menularkan semangat dan antusiasme pada pendengar	Pembicara tenang dan menggunakan intonasi yang tepat, berbicara tanpa bergantung pada catatan, dan berinteraksi	Secara umum Pembicara tenang, tetapi dengan nada yang datar dan cukup sering bergantung pada catatan. Kadang-kadang kontak mata dengan pendengar diabaikan.	Berpatokan pada catatan, tidak ada ide yang dikembangkan di luar catatan, suara monoton	Pembicara cemas dan tidak nyaman, dan membaca berbagai catatan daripada berbicara. Pendengar sering diabaikan. Tidak terjadi kontak mata karena pembicara lebih banyak melihat ke papan tulis atau layar.

### Contoh Rubrik Holistik

Demensi	Bobot	Nilai	Komentar (Catatan)	Nilai Total
Penguasaan Materi	30%			
Ketepatan menyelesaikan masalah	30%			
Kemampuan Komunikasi	20%			
Kemampuan menghadapi pertanyaan	10%			
Kelengkapan alat peraga dalam presentasi	10%			
Nilai Akhir	100%			

**JURNAL MENGAJAR DOSEN  
TAHUN AKADEMIK 2024/2025 GANJIL**

Mata Kuliah : FEB037 - Pengantar Manajemen  
 Dosen Pengampu : Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.  
 Program Studi : S1 - EKONOMI SYARIAH  
 Sem/Kelas : 1/01  
 Jumlah Peserta : 25  
 Tipe Pertemuan : Teori

NO	PERTEMUAN HARI / TGL JAM	DOSEN PENGAMPU KELAS	MATERI YANG DISAMPAIKAN	JUMLAH HADIR MAHASISWA		
				HADIR	TIDAK HADIR	% HADIR
1	Pertemuan Ke-1 Selasa, 24 September 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	- -	24	1	96%
2	Pertemuan Ke-2 Selasa, 01 Oktober 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	pertemuan 2 -	24	1	96%
3	Pertemuan Ke-3 Selasa, 08 Oktober 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	pertemuan 3 -	24	1	96%
4	Pertemuan Ke-4 Selasa, 15 Oktober 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	pertemuan 4 -	24	1	96%
5	Pertemuan Ke-5 Selasa, 22 Oktober 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	pertemuan 5 -	25	0	100%

NO	PERTEMUAN HARI / TGL JAM	DOSEN PENGAMPU KELAS	MATERI YANG DISAMPAIKAN	JUMLAH HADIR MAHASISWA		
				HADIR	TIDAK HADIR	% HADIR
6	Pertemuan Ke-6 Selasa, 05 November 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	Pertemuan 6 -	25	0	100%
7	Pertemuan Ke-7 Selasa, 26 November 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	PERTEMUAN 7 -	23	2	92%
8	Pertemuan Ke-8 Selasa, 26 November 2024 Jam 16:30:00 - 18:10:00, Ruang : Elearning 2	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	PERTEMUAN 8 -	25	0	100%
9	Pertemuan Ke-9 Selasa, 10 Desember 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	ARTIKEL KOPERASI -	22	3	88%
10	Pertemuan Ke-10 Selasa, 17 Desember 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : MAM 407	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	PERTEMUAN 10 -	25	0	100%
11	Pertemuan Ke-11 Selasa, 24 Desember 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : HAR 202	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	PERTEMUAN 11 -	25	0	100%
12	Pertemuan Ke-12 Selasa, 31 Desember 2024 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : Elearning 1	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	PERTEMUAN 12 -	25	0	100%
13	Pertemuan Ke-13 Selasa, 07 Januari 2025 Jam 13:00:00 - 14:40:00, Ruang : Elearning 4	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	PERTEMUAN 13 -	25	0	100%

NO	PERTEMUAN HARI / TGL JAM	DOSEN PENGAMPU KELAS	MATERI YANG DISAMPAIKAN	JUMLAH HADIR MAHASISWA		
				HADIR	TIDAK HADIR	% HADIR
14	Pertemuan Ke-14 Selasa, 07 Januari 2025 Jam 14:45:00 - 16:25:00, Ruang : Elearning 2	Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc.	PERTEMUAN 14 -	25	0	100%

Mengetahui, Ketua Program Studi  
S1 - EKONOMI SYARIAH

Al Haq Kamal, S.E.I., M.A.  
6201620478



NO	NIM	NAMA	PERTEMUAN KE														Jumlah	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
16	242200518	Fadaria Halifu	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
17	242200519	Hilyatul Ulya	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
18	242200520	M Tazul Hulian Salim	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
19	242200521	Muhammad Ramdhan Muzaky	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
20	242200522	Rosyid Aulia Rochman	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	13
21	242200523	Shaqy Rito Aryanto	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
22	242200524	Sintia Kinanti	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
23	242200525	AULIA ANHARU FAUZAN	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
24	242200526	INDAH SAPUTRI WIDODO	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
25	242200527	M. YOGI SAPUTRA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14

Mengetahui, Ketua Program Studi  
S1 - EKONOMI SYARIAH

Al Haq Kamal, S.E.I., M.A.  
6201620478