PENGANTAR MANAJEMEN

MNJ

Dosen Pengampu / LNO :

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

2023/

2024

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA

2018/2019



**PERILAKU KONSUMEN**

ESY-133

**KOORDINATOR / LNO:**

Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A.

**TIM DOSEN PENGAMPU/INSTRUKTUR**

Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A.

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

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS ALMA ATA**

**YOGYAKARTA**

**2018/2019**

**LEMBAR PENGESAHAN RPS**

Mata Kuliah Perilaku Konsumen ESY-133

disahkan di Yogyakarta pada tanggal 17 Juli 2018

|  |  |
| --- | --- |
| **Dekan Fakultas Agama Islam** Ahmad Salim, S.Pd., M.Pd. | **Ketua Program Studi Ekonomi Syariah**Abdul Salam, S.H.I., M.A. |
| **Mengetahui,****Wakil Rektor I Bidang Akademik**Siti Nurunniyah, S. ST., M. Kes. |

**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 2018

 Wakil Rektor I Bidang Akademik

 Siti Nurunniyah, S. ST., M. Kes.

**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 konsepsional. 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 2018

 Kaprodi S1 Ekonomi Syariah

 Universitas Alma Ata Yogyakarta

 Abdul Salam, S.H.I., 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 | : | 5 (Lima) |
| Prasyarat | : | - |
| Koordinator (LNO) | : | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| Dosen Pengampu, Tutor, dan Instruktur Praktikum | : | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A./Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |

1. **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.

1. **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**

1. Mampu menjelaskan konsep pemasaran.
2. Dapat membedakan antara strategi, taktik dan membangun nilai dalam pemasaran.
3. Memahami peran pemasaran dalam perusahaan.
4. Mengerti konsep jasa.
5. Memahami bagaimana menganalisa lingkup pasar, kebutuhan dan keinginan konsumen serta merancang kebijakan pemasaran yang baik.
6. Dapat mengaplikasikan teori pemasaran dalam proyek-proyek tugas pemasaran.
7. **PETA KONSEP CAPAIAN LEARNING OUTCOME**

**Capaian Pembelajaran Mata Kuliah**

a,b,c,d,e,f

**Capaian Pembelajaran Lulusan**

1,2,3,4,5,6,7,8

**Bahan Kajian**

Pemasaran, Strategi, Pasar, Jasa, Periklanan

1. **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 :1. Perkembangan konsep pemasaran
2. Persaingan global, pentingnya riset konsumen
3. Proses riset konsumen
4. Dasar-dasar segmentasi
5. Pemilihan target konsumen
6. Pembuatan positioning yang tepat bagi produk
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 2. | Mengerti dan memahami konsep segmentasi pasar. |  Mampu menjelaskan memahami konsep segmentasi pasar. | SEGMENTASI PASAR1. Pengertian segmentasi pasar
2. Dasar segmentasi
3. Kriteria segmen
4. Strategi segmentasi
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 3. | Mengerti dan memahami konsep motivasi konsumen. |  Mampu menjelaskan memahami konsep motivasi konsumen. | KONSEP MOTIVASI :1. Hubungan antara motivasi konsumen dan perilaku mereka
2. Perbedaan dan persamaan teori-teori mengenai motivasi
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 4. | Mengerti dan memahami konsep kepribadian dan perilaku konsumen. |  Mampu menjelaskan memahami kepribadian dan perilaku konsumen. | KONSEP KEPRIBADIAN :1. Teori-teori kepribadian
2. Faktor-faktor kepribadian
3. Hubungan antara kepribadian dan perilaku konsumen
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 5. | Mengerti dan memahami tentang persepsi konsumen. | Mampu menjelaskan tentang persepsi konsumen. | KONSEP PERSEPSI :1. Hubungan persepsi dan perilaku konsumen
2. Elemen dan aspek persepsi
3. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 6. | Mengerti dan memahami tentang pembelajaran konsumen. | Mampu menjelaskan tentang pembelajaran konsumen. | KONSEP PEMBELAJARAN :1. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 7. | Mengerti dan memahami pembentukan dan pengubahan sikap konsumen. |  Mampu memahami dan menjelaskan pembentukan dan pengubahan sikap konsumen. | SIKAP KONSUMEN:1. Model-model struktur sikap
2. Pembentukan sikap
3. Strategi pengubahan sikap
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
|  | **UTS** |  |  |  |  |  |  |  | **25%** |  |
| 8. | Mengerti dan memahami komunikasi dan perilaku konsumen. |  Mampu memahami dan menjelaskan komunikasi dan perilaku konsumen. | KOMUNIKASI DAN PERILAKU KONSUMEN:1. Model-model komunikasi
2. Komponen-komponen komunikasi
3. Merancang komunikasi yang persuasif
4. Riset keefektifan iklan
5. Daya tarik emosional dalam iklan
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. 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 :1. Kelompok rujukan dan kategorinya
2. Keluarga, fungsi dan sosialisasi konsumen
3. Siklus kehidupan keluarga
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. 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 :1. Kelas sosial, definisi, ukuran dan dampaknya
2. Gerakan kelas sosial
3. Penerapan kelas sosial ke perilaku konsumen yang dipilih
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. 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 :1. Budaya dan sub budaya
2. Interaksi sub budaya
3. Perilaku konsumen lintas budaya
4. Stategi pemasaran global yang adaptif
 | CeramahTanya JawabBelajar mandiriDiskusi  | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 12. | Mengerti dan memahami perilaku konsumen lintas budaya. |  Mampu memahami dan menjelaskan perilaku konsumen lintas budaya. | LINTAS BUDAYA1. Multinasional
2. Analisis konsumen lintas budaya
3. Strategi multinasional
4. Global vs Lokal
5. Segmentasi psikografis lintas budaya
 | E-Learning | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 13. | Mengerti dan memahami pengaruh konsumen dan penyebaran inovasi. |  Mampu memahami dan menjelaskan pengaruh konsumen dan penyebaran inovasi. | PENGARUH KONSUMEN DAN PENYEBARAN INOVASI1. Kepemimpinan pendapat
2. Dinamika proses kepemimpinan pendapat
3. Motivasi kepemimpinan pendpat
4. Proses penyebaran inovasi
5. Proses adopsi
6. Proses inovator konsumen
 | E-Learning | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
| 14. | Mengerti dan memahami pengambilan keputusan konsumen. |  Mampu memahami dan menjelaskan pengambilan keputusan konsumen. | PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN :1. Proses pembuatan keputusan konsumen
2. Model pengambilan keputusan konsumen
3. Hasil proses pengambilan keputusan konsumen
4. Perilaku konsumen untuk memberi hadiah
5. Pemasaran berdasarkan hubungan
 | E-Learning | PresensiKeaktifan mahasiswaTugas kelompokTugas individu | 50 |  | 100 | Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas : 45%UTS : 25%UAS : 30% | Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta Barat: Indeks. |
|  | **UAS**  |  |  |  |  |  |  |  | **30%** |  |

**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 = (NT x sksT)+ (NP x sksT)+ (NPL x sksT)

 ∑ 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. | **Rabu/19 September 2018** | **13.00-14.40** | PENGANTAR PERILAKU KONSUMEN :1. Perkembangan konsep pemasaran
2. Persaingan global, pentingnya riset konsumen
3. Proses riset konsumen
4. Dasar-dasar segmentasi
5. Pemilihan target konsumen
6. Pembuatan positioning yang tepat bagi produk
 | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| 2. | **Rabu/26 September 2018** | **13.00-14.40** | SEGMENTASI PASAR1. Pengertian segmentasi pasar
2. Dasar segmentasi
3. Kriteria segmen
4. Strategi segmentasi
 | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| 3. | **Rabu/3 Oktober 2018** | **13.00-14.40** | KONSEP MOTIVASI :1. Hubungan antara motivasi konsumen dan perilaku mereka
2. Perbedaan dan persamaan teori-teori mengenai motivasi
 | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| 4. | **Rabu/10 Oktober 2018** | **13.00-14.40** | KONSEP KEPRIBADIAN :1. Teori-teori kepribadian
2. Faktor-faktor kepribadian
3. Hubungan antara kepribadian dan perilaku konsumen
 | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| 5. | **Rabu/17 Oktober 2018*****(E-Learning)*** | **13.00-14.40** | KONSEP PERSEPSI :1. Hubungan persepsi dan perilaku konsumen
2. Elemen dan aspek persepsi
3. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya
 | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| 6. | **Rabu/24 Oktober 2018*****(E-Learning)*** | **13.00-14.40** | KONSEP PEMBELAJARAN :1. Perbedaan teori-teori pembelajaran dan aplikasinya
 | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| 7. | **Rabu/31 Oktober 2018** | **13.00-14.40** | SIKAP KONSUMEN:1. Model-model struktur sikap
2. Pembentukan sikap
3. Strategi pengubahan sikap
 | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
|  |  |  | **UTS** |  |
| 8. | **Rabu/14 November 2018** | **13.00-14.40** | KOMUNIKASI DAN PERILAKU KONSUMEN:1. Model-model komunikasi
2. Komponen-komponen komunikasi
3. Merancang komunikasi yang persuasif
4. Riset keefektifan iklan
5. Daya tarik emosional dalam iklan
 | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |
| 9. | **Rabu/21 November 2018** | **13.00-14.40** | KELOMPOK RUJUKAN DAN PENGARUH KELUARGA :1. Kelompok rujukan dan kategorinya
2. Keluarga, fungsi dan sosialisasi konsumen
3. Siklus kehidupan keluarga
 | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |
| 10. | **Rabu/28 November 2018** | **13.00-14.40** | KELAS SOSIAL :1. Kelas sosial, definisi, ukuran dan dampaknya
2. Gerakan kelas sosial
3. Penerapan kelas sosial ke perilaku konsumen yang dipilih
 | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |
| 11. | **Rabu/5 Desember 2018** | **13.00-14.40** | BUDAYA DAN SUB BUDAYA :1. Budaya dan sub budaya
2. Interaksi sub budaya
3. Perilaku konsumen lintas budaya
4. Stategi pemasaran global yang adaptif
 | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |
| 12. | **Rabu/12 Desember 2018** | **13.00-14.40** | LINTAS BUDAYA1. Multinasional
2. Analisis konsumen lintas budaya
3. Strategi multinasional
4. Global vs Lokal
5. Segmentasi psikografis lintas budaya
 | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |
| 13. | **Rabu/19 Desember 2018** | **13.00-14.40** | PENGARUH KONSUMEN DAN PENYEBARAN INOVASI1. Kepemimpinan pendapat
2. Dinamika proses kepemimpinan pendapat
3. Motivasi kepemimpinan pendpat
4. Proses penyebaran inovasi
5. Proses adopsi
6. Proses inovator konsumen
 | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |
| 14. | **Rabu/26 Desember 2018*****(E-Learning)*** | **13.00-14.40** | PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN :1. Proses pembuatan keputusan konsumen
2. Model pengambilan keputusan konsumen
3. Hasil proses pengambilan keputusan konsumen
4. Perilaku konsumen untuk memberi hadiah
5. Pemasaran berdasarkan hubungan
 | Silvia Waning Hiyun Puspita Sari, S.E., M.Sc. |
|  |  |  | **UAS** |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **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 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | **BOBOT WAKTU (MENIT)** |  |
|  | 5 | BOBOT SKS (TOTAL) | : | 3 | SKS | **MIN** | **MAX** |  |
|  |  | TEORI (T) | : | 3 | SKS | 2100 | 2400 |  |
|  |  | PRAKTIKUM (P) | : | 0 | SKS | 0 | 0 |  |
|  |  | PRAKTIKUM LAPANGAN (PL) | : | 0 | SKS | 0 | 0 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 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 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **B. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN TEORI** |  |  |  |  |  |  |
|  | **No.** | **KEGIATAN** | **FREKUENSI (SESI)** | **WAKTU / SESI (MENIT)** | **TOTAL WAKTU (MENIT)** |  |  |
|  | 1 | Kuliah Reguler | 21 | 100 | 2100 |  |  |
|  | 2 | Tutorial |   | 100 | 0 |  |  |
|  | 4 | Ujian Akhir | 2 | 100 | 200 |  |  |
|  | **TOTAL** |  |  |  | **2300** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **C. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN PRAKTIKUM** |  |  |  |  |
|  | **No.** | **KEGIATAN** | **FREKUENSI (SESI)** | **WAKTU / SESI (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 |  |  |
|  | **TOTAL** |  |  |  | **0** |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **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 |
|  | **JUMLAH** | **1400** | **0** | **0** | **0** | **1400** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **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 |  |  | Yogyakarta, |  |  |  |
|  | Ketua Program Studi |  |  | Koordinator Mata Kuliah |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |  |  | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |  |

**RANCANGAN TUGAS MAHASISWA**

|  |  |
| --- | --- |
| Description: Z:\PRODI NERS\1_KETUA PRODI\logo aa new\New Alma Ata #4.2.jpg | Universitas Alma AtaFakultas Ekonomi dan BisnisProgram Studi Ekonomi Syariah |
| Nama Mata Kuliah/Blok | Perilaku Konsumen |
| Kode Mata Kuliah/Blok | ESY 133 |
| Dosen Pengampu | Rico Saktiawan Jang Jaya, S.E., M.B.A. |
| Bentuk tugas |
| Penugasan sesuai jadwal |
| Judul Tugas |
| Rangkuman Perkuliahan |
| Paper Presentasi |
| Presentasi Kelompok |
| Deskripsi Tugas |
|  |
| Metode Pengerjaan Tugas |

|  |
| --- |
| 1. Merangkum perkuliahan dan menulisnya.
2. Menulis paper terkait materi presentasi.
3. Mempresentasikan materi
 |

|  |
| --- |
| Bentuk dan Format Luaran |

|  |
| --- |
| 1. Obyek Garapan: Penyusunan Proposal Panel
2. Bentuk Luaran:
3. Kumpulan rangkuman perkuliahan ditulis dengan MS Word dengan sistematika penulisan rangkuman.
4. Paper ditulis dengan MS Word dengan sistematika dan format sesuai dengan standar panduan penulisan paper.
5. Slide presentasi PowerPoint, terdiri dari: Text, grafik, tabel, gambar, animasi ataupun video clips, minimum 10 slide. Dikumpulkan dalam bentuk softcopy format ekstensi (\*.ppt).
 |

|  |
| --- |
| Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian |

|  |
| --- |
| 1. Rangkuman perkuliahan (bobot 30%)
2. 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 relevan1. 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 ≥ 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 denganbaik 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 tersebut | 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 |
| 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 umumPembicara tenang,tetapi dengannada yang datar dan cukup sering bergantung pada catatan. Kadang-kadangkontak matadengan pendengar diabaikan. | Berpatokanpadacatatan,tidak ada ide yang dikembangkan di luarcatatan,suaramonoton | Pembicara cemasdan tidak nyaman,dan membacaberbagai catatan daripada berbicara. Pendengar seringdiabaikan. Tidakterjadi kontak matakarena pembicaralebih banyakmelihat ke papantulis 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% |  |  |  |