

2023/
2024

Manajemen Pemasaran Bank Syariah PSY122

Koordinator/LNO: Dr. Novi Febriyanti, S.E., M.E



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH (PSY122)



KOORDINATOR / LNO:

Dr. Novi Febriyanti, S.E., M.E

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA
2023/2024**

LEMBAR PENGESAHAN

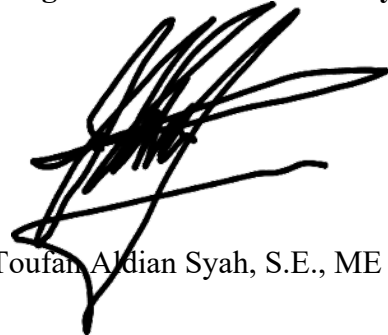
Rencana Pembelajaran Semester (RPS) Manajemen Pemasaran Bank Syariah
disahkan di Yogyakarta pada tanggal 28 Januari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Defia Ifsantia Maula, S.I.P., M.B.A., CEC

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Toufan Aldian Syah, S.E., ME

Rektor Universitas Alma Ata Yogyakarta



Prof. Dr. H. Hamam Hadi., MS., Sc.D., Sp.Gk

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr wb.

Alhamdulillah, atas izin dan bimbingan Allah SWT, maka mata kuliah Manajemen Pemasaran Bank Syariah yang merupakan bagian dari kurikulum konvensional Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Alma Ata Yogyakarta dapat selesai dikembangkan dan disusun sebagai panduan pembelajaran di lingkungan Universitas Alma Ata Yogyakarta. Pengembangan mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis Program Studi Perbankan Syariah (PSY) Fakultas Agama Islam (FEB) Universitas Alma Ata Yogyakarta ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan dan melibatkan banyak pihak.

Atas nama pimpinan Universitas Alma Ata Yogyakarta, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan memberikan kontribusi baik langsung ataupun tidak langsung dalam menyusun mata kuliah Manajemen Pemasaran Bank Syariah. Mata kuliah ini belum sempurna, dan oleh karena itu kami berharap kepada tim penyusun untuk terus menerus memperbaiki dan menyempurnakan mata kuliah ini serta mengimplementasikannya di lingkungan Universitas 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 amiin.

Wassalamu 'alaikum wr wb.

Yogyakarta, 28 Januari 2024
Rektor Universitas Alma Ata Yogyakarta



Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.Gk

PENDAHULUAN

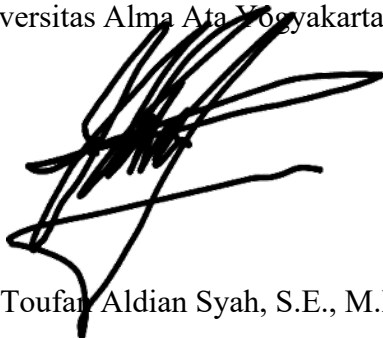
Proses pembelajaran yang bermutu tinggi akan menghasilkan mutu keluaran yang baik. Mata kuliah Manajemen Pemasaran Bank Syariah dibuat dan dilaksanakan dengan tujuan untuk menjamin agar supaya kompetensi yang bermutu dapat tercapai. Untuk mencapai kompetensi tersebut maka dibuatlah silabus dan rencana pelaksanaan pembelajaran. Perencanaan program pembelajaran dikembangkan melalui berbagai tahapan diantaranya adalah mengkaji kompetensi yang harus dicapai, melakukan literature review serta berkoordinasi dengan para kontributor dan narasumber yang terlibat.

Manajemen Pemasaran Bank Syariah merupakan mata kuliah dasar keahlian karena di dalamnya mempelajari tentang: konsep dasar pemasaran produk dan jasa di industri perbankan syariah.

Atas nama Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kontributor dan narasumber yang telah memberikan sumbangsuhnya mulai dari pembuatan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) hingga terlaksanyanya mata kuliah ini.

Kami menyadari bahwa Rencana Pembelajaran Semester (RPS) ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat kami harapkan.

Kaprodi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Alma Ata Yogyakarta



Dr. Toufar Aldian Syah, S.E., M.E

DAFTAR ISI

HALAMAN

SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PENDAHULUAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
I. IDENTITAS MATA KULIAH	1
II. DESKRIPSI MATA KULIAH.....	1
III. CAPAIAN PEMBELAJARAN	1
IV. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PERBANKAN SYARIAH.....	3
V. KOMPONEN PENILAIAN.....	12
VI. REFERENSI.....	12
VII. RENCANA KEGIATAN PEMBELAJARAN	13
VIII. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN.....	14
LAMPIRAN.....	16

I. IDENTITAS MATA KULIAH

Nama Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran Bank Syariah

Kode Mata Kuliah : PSY122

Bobot Mata Kuliah : 3 SKS

Semester : Semester 4

Koordinator (LNO) : Dr. Novi Febriyanti, S.E., M.E

Dosen Pengampu Teori : Dr. Novi Febriyanti, S.E., M.E

II. DESKRIPSI MATA KULIAH

Tujuan mata kuliah manajemen pemasaran bank syariah agar mahasiswa memahami dan dapat menjelaskan manajemen pemasaran di perbankan Syariah sebagai suatu entitas bisnis.

III. CAPAIAN PEMBELAJARAN

A. SIKAP

CPMK 1 Mampu bertakwa dan menunjukkan sikap religius

CPMK 9 Mampu menginternalisasi nilai norma dan etika akademik

CPMK 11 Mampu menunjukkan perilaku interpersonal dan intrapersonal sesuai nilai-nilai ajaran Islam yang Rahmatal lil' alamin (cinta sesama, toleran dan tidak radikal).

B. KEMAMPUAN UMUM

CPMK 13 Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya.

CPMK 14 Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.

CPMK 17 Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.

CPMK 19 Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.

CPMK 20 Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri.

CPMK 21 Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.

CPMK 24 Mampu melakukan manajerial di bidang praktisi perbankan syariah dan keuangan syariah non bank

CPMK 25 Mampu meneliti dan menganalisis kelayakan bisnis, analisis pembiayaan, analisis investasi, analisis risiko yang dapat mengembangkan proses bisnis perbankan dan keuangan syariah non bank

C. PENGETAHUAN

CPMK 31 Menguasai konsep produk dalam pengembangan operasional lembaga keuangan syariah

CPMK 32 Menguasai konsep akad transaksi keuangan syariah serta mampu menggunakan pengembangan operasional lembaga keuangan syariah

CPMK 36 Menguasai konsep dan penerapan manajemen marketing pada perbankan syariah

CPMK 49 Menguasai pengetahuan dan cara berkomunikasi yang baik

D. KEMAMPUAN KUSUS

CPMK 56 Mampu Mengelola strategi bisnis dalam bidang perbankan syariah dan keuangan syariah.

IV. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH

Minggu ke-	Kemampuan akhir yang diharapkan		Bahan Kajian	Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan (Alokasi Waktu)		Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		Bobot Nilai
	CPMK	Sub CPMK		LURING	DARING		Indikator	Bentuk dan Kriteria	

1		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>1.1. Menjelaskan Konsep dan pengertian pemasaran bank syariah</p> <p>1.2. Menjelaskan ruang lingkup pemasaran bank syariah</p> <p>1.3. Menjelaskan tujuan pemasaran bank syariah</p>	<p>Pengertian, ruang lingkup kajian, dan tujuan Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Bank Syariah</p>	<p>1. Kuliah</p> <p>2. Diskusi</p> <p>3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 menit</p>	<p>1.</p> <p>2. Menjelaskan Konsep dan pengertian pemasaran bank syariah</p> <p>1. Menjelaskan ruang lingkup pemasaran bank syariah</p> <p>3. Menjelaskan tujuan pemasaran bank syariah</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	5%
---	--	---	--	--	--	-------------------------------	---	--	----

2		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>2.1. Menguraikan konsep Perencanaan strategis dan proses pemasaran</p> <p>2.2. Menjelaskan penerapan perencanaan strategis dan proses pemasaran</p>	<p>Konsep Perencanaan strategis dan Proses pemasaran</p>	<p>1. Kuliah</p> <p>2. Diskusi</p> <p>3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 menit</p>	<p>1. Menguraikan konsep Perencanaan strategis dan proses pemasaran</p> <p>1. Menjelaskan penerapan perencanaan strategis dan proses pemasaran</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%
---	--	--	--	--	--	-----------------------------------	--	--	-----

3		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>3.1. Menguraikan konsep lingkungan mikro dan makro lembaga perbankan syariah</p> <p>3.2. Menjelaskan aspek lingkungan mikro dan makro lembaga perbankan syariah</p>	<p>Konsep lingkungan mikro dan makro lembaga perbankan syariah</p>	<p>1. Kuliah</p> <p>2. Diskusi</p> <p>3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 menit</p>	<p>1. Menguraikan konsep lingkungan mikro dan makro lembaga perbankan syariah</p> <p>2. Menjelaskan aspek lingkungan mikro dan makro lembaga perbankan syariah</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%
4		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>4.1. Menguraikan konsep sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran</p> <p>4.2. Menjelaskan aplikasi sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran</p>	<p>Konsep sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran</p>	<p>1. Kuliah</p> <p>2. Diskusi</p> <p>3. penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 menit</p>	<p>1. Menguraikan konsep sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran</p> <p>2. Menjelaskan aplikasi sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%

5		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>5.1. Menguraikan konsep Segmentasi pasar, targeting, Positioning, dan keunggulan bersaing</p> <p>5.2. Menjelaskan aplikasi konsep Segmentasi pasar, targeting, Positioning, dan keunggulan bersaing di industri perbankan syariah</p>	<p>Konsep Segmentasi pasar, targeting, Positioning, dan keunggulan bersaing</p>	<p>1. Kuliah 2. Diskusi 3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 menit</p>	<p>1. Menguraikan konsep Segmentasi pasar, targeting, Positioning, dan keunggulan bersaing</p> <p>2. Menjelaskan aplikasi konsep Segmentasi pasar, targeting, Positioning, dan keunggulan bersaing di industri perbankan syariah</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%
---	--	--	---	--	--	-----------------------------------	--	--	-----

6		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>6.1. Menguraikan konsep Konsep klasifikasi produk, Keputusan produk dan Keputusan bauran produk</p> <p>6.2. Menjelaskan aplikasi Konsep klasifikasi produk, Keputusan produk dan Keputusan bauran produk di dalam pemasaran bank syariah</p>	<p>Konsep klasifikasi produk, Keputusan produk dan Keputusan bauran produk</p>	<p>1. Kuliah 2. Diskusi 3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 menit</p>	<p>1. Menguraikan konsep Konsep klasifikasi produk, Keputusan produk dan Keputusan bauran produk</p> <p>2. Menjelaskan aplikasi Konsep klasifikasi produk, Keputusan produk dan Keputusan bauran produk di dalam pemasaran bank syariah</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%
---	--	---	--	--	--	-----------------------------------	---	--	-----

7		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>7.1. Menguraikan konsep perilaku nasabah dan proses keputusan pembelian aspek pasar dan pemasaran</p> <p>7.2. Menjelaskan aplikasi konsep perilaku nasabah dan proses keputusan pembelian analisis aspek pasar dan pemasaran di bank syariah</p>	<p>Konsep perilaku nasabah dan proses keputusan pembelian</p>	<p>1. Kuliah</p> <p>2. Diskusi</p> <p>3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 meni</p>	<p>1. Menguraikan konsep perilaku nasabah dan proses keputusan pembelian aspek pasar dan pemasaran</p> <p>2. Menjelaskan aplikasi konsep perilaku nasabah dan proses keputusan pembelian analisis aspek pasar dan pemasaran di bank syariah</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk:non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%
---	--	---	---	--	--	----------------------------------	---	---	-----

8		8.1.Mengidentifikasi Pesaing 8.2.Mengidentifikasi Strategi Pesaing 8.3.Menentukan tujuan Pesaing 8.4.Memperkirakan kekuatan dan kelemahan Pesaing 8.5.Memperkirakan Pola Reaksi Pesaing	Menganalisis industri dan Para Pesaing	1. Kuliah 2. Diskusi 3. Penugasan		Tugas mandiri 70 meni	1. Mengidentifikasi Pesaing 2. Mengidentifikasi Strategi Pesaing 3. Menentukan tujuan Pesaing 4. Memperkirakan kekuatan dan kelemahan Pesaing 5. Memperkirakan Pola Reaksi Pesaing	Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi Bentuk:non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB	10%
---	--	---	--	---	--	--------------------------	--	--	-----

9		<p>9.1. Model Perilaku Konsumen</p> <p>9.2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembeli Proses Keputusan Pembelian</p>	<p>Menganalisis Pasar dan Perilaku konsumen/ nasabah</p>	<p>1. Kuliah</p> <p>2. Diskusi</p> <p>3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 meni</p>	<p>1. model Perilaku Konsumen</p> <p>2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembeli Proses Keputusan Pembelian</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%
10		<p>10.1 Nilai dan Kepuasan Pelanggan</p> <p>10.2 Rantai Nilai B (Value Chain)</p> <p>10.3 Sistem Penghantar Nilai</p> <p>10.4 Mempertahankan Pelanggan</p>	<p>Memban gun Kepuasan Pelanggan Melalui Mutu, Pelayanan dan Nilai</p>	<p>1. Kuliah</p> <p>2. Diskusi</p> <p>3. Penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 meni</p>	<p>1. Nilai dan Kepuasan Pelanggan</p> <p>2. Rantai Nilai B (Value Chain)</p> <p>3. Sistem Penghantar Nilai Mempertahankan Pelanggan</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%

11		<p>11.1. Organisasi dan Mekanisme Kerja Bank Syari'ah</p> <p>11.2. Pokok-pokok Operrasional Bank Syariah</p> <p>11.3. Kegiatan Opersional Bank Syariah</p>	<p>Sistem Operasional Internal Bank Syari'ah (E-Learning)</p>	<p>1. kuliah</p> <p>2. diskusi</p> <p>3. penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 men</p>	<p>1. Organisasdan Mekanisme Kerja Bank Syari'ah</p> <p>2. Pokok pokok Operrasional Bank Syariah</p> <p>3. Kegiatan Opersional Bank Syariah</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	10%
12		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>12.1 Menguraikan konsep strategi pengembangan produk dan daur hidup produk</p> <p>12.2 Menjelaskan aplikasi menyusun strategi pengembangan produk</p> <p>12.312.3 Menjelaskan proses daur hidup produk</p>	<p>Konsep Strategi pengembang an produk dan daur hidup produk</p>	<p>1 kuliah</p> <p>2. diskusi</p> <p>3. penugasan</p>	.	<p>Tugas mandiri 70 men</p>	<p>1 Menguraikan konsep strategi pengembangan produk dan daur hidup produk</p> <p>2 Menjelaskan aplikasi menyusun strategi pengembangan produk</p> <p>3 Menjelaskan proses daur hidup produk</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	5%

13		<p>Mahasiswa mampu:</p> <p>13.1 Menguraikan konsep kualitas produk jasa dan pelayanan</p> <p>13.2 Menjelaskan aplikasi dan perkembangan kualitas produk jasa dan pelayanan</p>	<p>Konsep kualitas produk jasa dan pelayanan</p>	<p>1. kuliah</p> <p>2. diskusi</p> <p>3. penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 men</p>	<p>1. Menguraikan konsep kualitas produk jasa dan pelayanan</p> <p>2. Menjelaskan aplikasi dan perkembangan kualitas produk jasa dan pelayanan</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	5%
14		<p>14.1 Menguraikan konsep Total Quality Marketing (TQM)</p> <p>14.2 Menjelaskan aplikasi konsep Total Quality Marketing (TQM) di pemasaran bank syariah</p>	<p>Konsep Total Quality Marketing (TQM)</p>	<p>1. kuliah</p> <p>2. diskusi</p> <p>3. penugasan</p>		<p>Tugas mandiri 70 men</p>	<p>1. Menguraikan konsep Total Quality Marketing (TQM)</p> <p>2. Menjelaskan aplikasi konsep Total Quality Marketing (TQM) di pemasaran bank syariah</p>	<p>Kriteria: Presensi, Rubrik presentasi</p> <p>Bentuk: non test melalui presentasi kelompok ; tes melalui UAS/UAB</p>	5%

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)

V. KOMPONEN PENILAIAN

1. KOMPONEN PENILAIAN TEORI

NO.	KOMPONEN	DEFINISI	BOBOT
1	Kehadiran	Prosentase kehadiran mahasiswa pada perkuliahan.	10%
2	Keaktifan	Rata-rata nilai keaktifan mahasiswa dalam perkuliahan interaktif, tutorial maupun diskusi.	10%
3	Penugasan	Rata-rata nilai tugas harian/mingguan yang dikerjakan oleh mahasiswa baik secara individu maupun kelompok	10%
4	Ujian Tengah Semester	Nilai ujian tengah semester	30%
5	Ujian Akhir Semester	Nilai ujian akhir semester	40%

*Keterangan : Kehadiran mahasiswa minimal 75 % dari total kuliah.
N1, N2 dan N3 maksimal masing-masing 100*

2. NILAI AKHIR

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

Keterangan:

NA = Nilai Akhir

NT = Nilai Teori

VI. REFERENSI

1. Ali Hasan (2010), *Marketing Bank Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia
2. Cannon, Perreault & McCarthy. (2008), *Pemasaran Dasar*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat
3. Kotler & Amstrong. (1991), *Principles of Marketing*, Fifth Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey
4. Philip Kotler, (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, Prehallindo, Jakarta
5. Buchari Alma, (2004), *Pemasaran Jasa*, Alfabetha Bandung
6. Murti Sumarni, (2002), *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, bab 1 & 3, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

7. Kasmir, (2004), *Pemasaran Bank*, bab 1 & 4, Penerbit Kencana, Jakarta.

8. Porter, Michael E, (1998). *On Competition*, Boston : The Harvard Business Review Press.

VII. RENCANA KEGIATAN PEMBELAJARAN

NO	HARI/TANGGAL	WAKTU	MATERI	DOSEN	KELAS	RUANG
1	Kamis 3 februari 2024		Konsep dan pengertian pemasaran Syariah	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
2	Kamis 10 februari 2024		Perencanaan strategis dan Proses pemasaran	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
3	Kamis 17 februari 2024		Lingkungan mikro dan makro lembaga perbankan Syariah	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
4	Kamis 24 februari 2024		Sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
5	Kamis 3 maret 2024		Segmentasi pasar, targeting, Positioning, dan keunggulan bersaing	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
6	Kamis 10 maret 2024		Klasifikasi produk, Keputusan produk dan Keputusan bauran produk	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
7	Kamis 17 maret 2024		Konsep Perilaku nasabah dan Proses keputusan pembelian	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
UTS						
8	Kamis 21 april 2024		Strategi pengembangan produk dan daur hidup produk	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
9	Kamis 28 april 2024		Kualitas Produk Jasa dan pelayanan	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	

10	Kamis 5 mei 2024		Total Quality Marketing (TQM)	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
11	Kamis 12 mei 2024		Analisis loyalitas nasabah dan Strategi membangun citra dan reputasi	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
12	Kamis 19 mei 2024		Manajemen komplain nasabah	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
13	Kamis 26 mei 2024		Program periklanan Bank Syariah untuk good brand image	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
14	Kamis 2 juni 2024		Customer value relationship marketing dan manfaatnya	Dr. Novi Febriyanti,ME	PSy	
UJIAN AKHIR SEMESTER						

VIII. REKAPITULASI KEGIATAN PEMBELAJARAN

1. Distribusi Kegiatan Pembelajaran

1.1. Distribusi Kegiatan Pembelajaran Teori Kelas Prodi S1 Perbankan Syariah

Pert. Ke	Hari / Tanggal	Jam	Kegiatan (K/P/PL)
1			Kuliah
2			Kuliah
3			Kuliah
4			Kuliah
5			Kuliah
6			Kuliah
7			Kuliah
Ujian Tengah Semester			
8			Kuliah
9			Kuliah
10			Kuliah

11			Kuliah
12			Kuliah
13			Kuliah
14			Kuliah
2.	D	Ujian Akhir Semester	

i

Distribusi Waktu Kegiatan Pembelajaran

2.1. Distribusi SKS Teori

No.	Kegiatan	Frekuensi (Sesi)	Waktu/Sesi (Menit)	Total Waktu (Menit)
1	Kuliah Reguler	12	100	1200
2	Ujian Tengah Semester	1	100	100
3	Ujian Akhir Semester	1	100	100
TOTAL				1400

3. Rekapitulasi Rombongan Belajar

No.	Rombongan Belajar	Jumlah	Satuan	Keterangan
1	Perkuliahan Reguler	1	Kelas	Kelas PSY = 22

4. Rekapitulasi Beban Dosen Pada Mata Kuliah

No.	Nama Dosen	Beban Dosen (Menit)			Jumlah
		Kuliah	Praktikum In Class	Praktikum LAB	
1	Dr. Novi Febriyanti, ME.	700			700
JUMLAH		1400	0	0	1400

Yogyakarta, 28 Januari 2024

Koordinator / LNO



Dr. Novi Febriyanti, S.E., M.E

