**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PROGRAM STUDI | : | Ekonomi Syariah |
| MATAKULIAH | : | Perilaku Konsumen |
| KODE MATAKULIAH | : |  |
| SKS | : |  |
| SEMESTER | : |  |
| DOSEN PENGAMPU | : |  |
| CAPAIAN PEMBELAJARAN | : | Mahasiswa mampu menjabarkan,menjelaskan dan mempraktikkan tentang Perilaku konsumen dan aplikasinya serta memiliki sumber otoritas yang jelas sehingga bangga sebagai mahasiswa ekonomi manajemen |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Pertemuan Ke | Kemampuan Akhir yang direncanakan | INDIKATOR | MATERI POKOK | Bentuk pembelajaran (metode dan pengalaman belajar) | PENILAIAN | | | Referensi |
| Jenis | Kriteria | Bobot |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dasar dan mampu menjelaskan tentang Perilaku konsumen dan ruang lingkupnya | 1. Definisi Komsumen dan Perilaku Konsumen 2. Model Keputusan Konsumen 3. Pemasaran dan Perilaku Konsumen | Pengantar Perilaku Konsumen dan ruang lingkupnya | 1. Braninstroaming 2. Ceramah 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Pengantar Perilaku Konsumen dan ruang lingkupnya | 5% | Prof.Dr.Ir.Ujang Sumarwan, M.Sc |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan Motivasi dan kebutuhan | 1. Model Motivasi 2. Teori Kebutuhan 3. Motivasi dan strategi pemasaran 4. Pengukuran motivasi dan kebutuhan dalam riset konsumen dan riset pemasaran | Motivasi dan Kebutuhan | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahama Motivasi dan Kebutuhan | 10% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan Pengolahan Informasi dan Persepsi Konsumen | 1. Pengolahan Informasi dan persepsi 2. Ambang Absolut (*The Absolute Threshold*) 3. Perhatian 4. Penerimaan 5. Retensi 6. Mengingat kembali (*Retrieval*) | Pengolahan Informasi dan Persepsi Konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Pengolahan Informasi dan Persepsi Konsumen | 10% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan Proses Belajar dan sikap konsumen | 1. Arti proses belajar 2. Proses Belajar Konsumen 3. Arti Sikap dan kepercayaan 4. Fungsi sikap dan strategi mengubah sikap konsumen 5. Model sikap | Proses Belajar dan Sikap konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajaw 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Proses Belajar dan Sikap konsumen | 5% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan Pengaruh Agama dan Budaya terhadap perilaku Konsumen | 1. Populasi penganut agama di Dunia 2. Agama Islam, Kristen, Katolik, Budha, Hindu 3. Membangun Konsep diri Konsumen Produktif 4. Arti Budaya 5. Unsur-unsur Budaya 6. Budaya dan strategi Pemasaran | Pengaruh Agama dan Budaya terhadap perilaku Konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Pengaruh Agama dan Budaya terhadap perilaku Konsumen | 5% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan Karakteristik demografi, sosial dan ekonomi konsumen | 1. Demografi dan subbudaya konsumen 2. Karakteristik Ekonomi Konsumen 3. Kelas sosial konsu 4. Tahapan produksi jangka pendek | Karakteristik demografi, sosial dan ekonomi konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Karakteristik demografi, sosial dan ekonomi konsumen | 5% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan Keluarga dan Rumah Tangga | 1. Keluarga dan studi perilaku konsumen 2. Arti keluarga dan rumah tangga 3. Peranan anggota keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian 4. Criteria kemiskinan rumah tangga | Keluarga dan Rumah Tangga | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Keluarga dan Rumah Tangga | 5% |  |
|  | **UJIAN TENGAH SEMESTER** | | | | | | | |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan tentang Kelompok Acuan | 1. Pengertian kelompok 2. Jenis-jenis kelompok acuan 3. Tiga macam pengaruh kelompok acuan 4. Bebrapa kelompok acuan yang terkait dengan konsumen 5. Komunikasi lisan | Kelompok Acuan | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Kelompok Acuan | 5% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan tentang Lingkungan dan situasi konsumen | 1. Lingkungan konsumen 2. Situasi konsumen 3. Situasi komunikasi 4. Situasi pembelian | Lingkungan dan situasi konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Lingkungan dan situasi konsumen | 10% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan tentang Pengaruh teknologi terhadap perilaku konsumen | 1. Telepon genggam 2. Transportasi 3. System pembayaran | Teknologi dan perilaku konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebenaran pemahaman Teknologi dan perilaku konsumen | 5% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan tentang proses pengambilan keputusan konsumen | 1. Pengambilan keputusan 2. Tipe pengambilan keputusan konsumen 3. Langkah-langkah keputusan konsumen | Kebutuhan, Informasi dan evaluasi | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajawb 5. Penugasan | Tes | Kebutuhan, Informasi dan evaluasi | 5% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan tentang proses pengambilan keputusan konsumen | 1. Pembelian 2. Proses pembelian 3. Konsumsi 4. Pasca konsumsi 5. Pembuangan setelah konsumsi 6. Loyalitas merk | Pembelian, konsumsi dan kepuasan konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajaw 5. Penugasan |  | Pembelian, konsumsi dan kepuasan konsumen | 10% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan tentang Tanggungjawab sosial terhadap konsumen | 1. Praktik bisnis yang merugikan 2. Kepentingan produsen dan konsumen 3. Konsumen dan keamanan produk 4. Hak-hak konsumen | Tanggungjawab sosial terhadap konsumen | 1. Ceramah 2. Presentasi 3. Diskusi 4. Tanyajaw 5. Penugasan |  | Kebenaran pemahaman Tanggungjawab sosial terhadap konsumen | 10% |  |
|  | Mahasiswa memiliki wawasan dan mampu menjelaskan iklan yang menyesatkan dan pengelabuan konsumen | 1. Informasi yang mengelabui 2. Kritis terhadap iklan 3. Peraturan dan etika | iklan | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Tanyajaw 4. Penugasan |  | Kebenaran pemahaman iklan | 10% |  |
|  | **UJIAN AKHIR SEMESTER** | | | | | | | |

Jombang, 03 Februari 2018

Dosen Pengampu Matakuliah

Arivatu Ni’mati Rahmatika, MEI