



**RENCANA MUTU PEMBELAJARAN  
PERILAKU KONSUMEN – KPT01013P1**

**Disusun Oleh:**

|                                 |            |                           |
|---------------------------------|------------|---------------------------|
| <b>Dra. Eni Zuhriyah, M.Si</b>  | <b>NIK</b> | <b>195801031986032001</b> |
| <b>Drs. Hamron Zubadi, M.Si</b> | <b>NIK</b> | <b>188508188</b>          |

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG  
2021**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

| Mata Kuliah | KODE | Rumpun MK | Bobot( sks )/<br>Semester | Tgl Penyusunan |
|-------------|------|-----------|---------------------------|----------------|
|-------------|------|-----------|---------------------------|----------------|

|                      |            |                   |       |                |
|----------------------|------------|-------------------|-------|----------------|
| Perilaku<br>Konsumen | KPT01013P1 | Mata Kuliah Prodi | 3 / 5 | September 2021 |
|----------------------|------------|-------------------|-------|----------------|

| OTORISASI | Dosen Pengembang RPS | Koordinator MK | Ka. Program Studi |
|-----------|----------------------|----------------|-------------------|
|-----------|----------------------|----------------|-------------------|

**Dra. Eni Zuhriyah, M.Si**  
NIK. 195801031986032001

**Drs. Hamron Zubadi, M.Si**  
NIK. 188508188

**Mulato Santosa, S.E, M.Sc**  
NIK. 067606019

**Capaian  
Pembelajaran  
Lulusan**

S.09 Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri

KU.01 Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan jenis pekerjaan spesifik, di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan

KU.08 Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri

KK.02 Mampu melaksanakan fungsi organisasi (pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasi, dan strategi) pada level operasional di berbagai tipe organisasi

Mampu menguasai pengetahuan tentang prinsip-prinsip ilmu manajemen yang mencakup manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen operasi, perilaku organisasi, manajemen perubahan, manajemen strategik, perilaku konsumen, manajemen risiko, statistika bisnis, kepemimpinan, kewirausahaan dalam industri kreatif, etika penelitian bisnis, regulasi pada level lokal-regional-nasional-global, kaidah dan teknik komunikasi bisnis dan lintas-budaya dalam rangka

menghasilkan kinerja organisasional yang tinggi pada level organisasi bisnis khususnya industri kreatif atau kewirausahaan

KK.03 Mampu mengidentifikasi masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mengambil tindakan solutif yang tepat berdasarkan alternatif yang dikembangkan dengan menerapkan prinsip tata kelola organisasi berdasarkan perilaku manusia

P.05 Menguasai konsep teoritis perilaku individu dalam organisasi  
Menguasai konsep, teori, dan prinsip dasar etika dalam mengambil keputusan dan tindakan nyata baik dalam kapasitas sebagai seorang pribadi maupun profesional

**Capaian Mata Kuliah**

Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis perilaku konsumen, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dan penentuan strategi pemasaran

**Diskripsi MK**

Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib yang harus diambil oleh mahasiswa konsentrasi Pemasaran. Mata kuliah ini memiliki bobot 3 SKS. Mata kuliah ini memberikan pemahaman mengenai konsep dan prinsip perilaku konsumen, menganalisis latar belakang konsumen berperilaku tertentu dan pengambilan keputusan pembelian konsumen. Mahasiswa juga menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian , sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang cocok digunakan untuk segmen pasar konsumen yang dituju.

**Materi Pembelajaran**

1. Motivasi konsumen
2. Kepribadian dan gaya hidup
3. Persepsi konsumen dan pembelajaran konsumen
4. Pembentukan dan perubahan sikap konsumen
5. Komunikasi dan perilaku konsumen
6. Pengaruh dinamika kelompok dan lingkungan, pengaruh kelas dan status sosial, dan pengaruh budaya
7. Informasi dan inovasi produk
8. Segmentasi, targeting, dan positioning
9. Pentingnya penelitian konsumen dalam proses pemecahan masalah dalam keputusan pembelian

**Pengalaman Belajar**

**MAHASISWA AKAN DIBERIKAN KASUS – KASUS BERKAITAN DENGAN MATA KULIAH. DENGAN CARA SEPERTI INI MAHASISWA MEMILIKI PENGALAMAN DALAM MENGIDENTIFIKASI KEBUTUHAN ALAT ANALISA UTAMA**

**Pustaka**

1. Henry Assael, Consumer Behavior and Marketing Action 6th, International Thomson Publishing., 1998.
2. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M.,K, Consumer Behavior A European Perspective 3rd, Person Education , 2006

3. Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen . Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama
4. Lain-lain

#### Pendukung

1. Artikel
2. Video
3. Sumber lain

Media  
Pembelajaran

#### Perangkat Lunak :

E-learning UNIMMA : [moca.unimma.ac.id](http://moca.unimma.ac.id)

#### Perangkat Keras :

LCD & Proyektor, laptop, white board

#### Materi PPT

Team teaching

Drs. Hamron Zubadi, M.Si, Dra. Eni Zuhriyah, M.Si

Mata Kuliah

Manajemen Pemasaran II

Syarat

Catatan

Studi Project : 7 x pertemuan terakhir

## MATRIKS PERKULIAHAN

| Pertemuan ke | Sub CP – MK<br>( Kemampuan Akhir<br>yang diharapkan )  | Indikator   | Kriteria dan Bentuk<br>Penilaian   | Metode Pembelajaran   | Materi Pembelajaran                              | Bobot<br>Penilaian<br>(%) | Referensi   |
|--------------|--|---|--|---|--|---------------------------|---|
| (1)          | (2)  | (3)   | (4)  | (5)   | (6)  | (7)                       |   |
| 1-2          | Memahami gambaran umum perilaku konsumen memahami hak dan tanggung jawab sosial perspektif pemasaran | 1. RPS<br>2. Paham tujuan mata kuliah perilaku konsumen paham hak dan tanggung jawab sosial konsumen  | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan dan penguasaan materi<br><br><b>Bentuk penilaian :</b><br>Tugas  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjelasan RPS</li> <li>• Ceramah</li> </ul>   | 1. Pembahasan RPS<br>2. Motivasi Konsumen        | 10                        | <b>RPS</b><br><br><b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b>                                   |
| 3            | Mampu menjelaskan dan mengidentifikasi mengenai kepribadian dan gaya hidup                           | 1. Ketepatan mengidentifikasi<br>2. Ketepatan menjelaskan   | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan dan penguasaan materi<br><br><b>Bentuk test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi</li> <li>• Studi kasus</li> </ul> | Discovery learning  | Kepribadian gaya hidup                           | 10                        | <b>Buku Utama lainnya Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b><br><br><b>Buku Utama lainnya</b> |
| 4-5          | Mampu menjelaskan dan mengidentifikasi mengenai persepsi dan pembelajaran konsumen                   | 1. Ketepatan menjelaskan<br>2. Ketepatan penyelesaian kasus<br>3. Keaktifan berkontribusi dan partisipasi dlm diskusi kelompok (komunikasi) | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan dan penguasaan materi<br><br><b>Bentuk test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi</li> <li>• Studi kasus</li> </ul> | Ceramah, brainstorming, , jigsaw learning, group participation                          | 1. Persepsi konsumen<br>2. Pembelajaran konsumen | 20                        | <b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b><br><br><b>Buku Utama lainnya</b>                    |
| 6            | Mampu memahami dan menganalisis pembentukan dan perubahan sikap konsumen                             | 1. Ketepatan membahas<br>2. Ketepatan penyelesaian kasus<br>3. Keaktifan berkontribusi dan partisipasi dlm diskusi                          | <b>Kriteria:</b><br>Ketepatan dan penguasaan materi<br><br><b>Bentuk test:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi</li> <li>• Studi kasus</li> </ul> | Discovery learning, brainstorming, group participation, simulation and application case | Pembentukan dan perubahan sikap konsumen         | 5                         | <b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b><br><br><b>Buku Utama lainnya</b>                    |
| 7            | Mampu memahami dan menjelaskan   | 1. Ketepatan mengevaluasi   | <b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan sistematika</li> </ul>   | Ceramah, brainstorming, , jigsaw learning, group  | Komunikasi dan perilaku konsumen                 | 5                         | <b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b>   |

|                                  |  |   |  |                           |
|----------------------------------|--|---|--|---------------------------|
| komunikasi dan perilaku konsumen | 2. Ketepatan merencanakan<br>3. Ketepatan penyelesaian kasus<br>4. Keaktifan berkontribusi dan partisipasi dlm diskusi kelompok (komunikasi) | dalam menjelaskan<br>• Ketepatan dan sistematika dalam melakukan analisis<br><br><b>Bentuk non-test:</b><br>Penugasan studi kasus | participation, simulation and application case | <b>Buku Utama lainnya</b> |
|----------------------------------|--|---|--|---------------------------|

| 8    | Evaluasi Tengah Semester   |   |  |   |   |   |
|------|--|---|--|---|---|---|
| 9-11 | Mampu menganalisis pengaruh dinamika kelompok dan lingkungan , pengaruh kelas dan status sosial, dan pengaruh budaya | 1. Ketepatan mengevaluasi<br>2. Ketepatan merencanakan<br>3. Ketepatan penyelesaian kasus<br>4. Keaktifan berkontribusi dan partisipasi dlm diskusi kelompok (komunikasi) | <b>Kriteria:</b><br>• Ketepatan dan sistematika dalam menjelaskan.<br>• Ketepatan dan sistematika dalam melakukan analisis<br><br><b>Bentuk non-test:</b><br>Penugasan studi kasus | Ceramah, brainstorming, , jigsaw learning, group participation, simulation and application case | Pengaruh dinamika kelompok dan lingkungan , pengaruh kelas dan status sosial, dan pengaruh budaya | <b>15</b><br><br><b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b><br><br><b>Buku Utama lainnya</b> |
| 12   | Mampu menjelaskan mengenai penyebaran informasi dan inovasi produk terkait keputusan pembelian                       | 1. Ketepatan mengevaluasi<br>2. Ketepatan merencanakan<br>3. Ketepatan penyelesaian kasus<br>4. Keaktifan berkontribusi dan partisipasi dlm diskusi kelompok (komunikasi) | <b>Kriteria:</b><br>• Ketepatan dan sistematika dalam menjelaskan.<br>• Ketepatan dan sistematika dalam melakukan analisis<br><br><b>Bentuk non-test:</b><br>Penugasan studi kasus | Ceramah, brainstorming, , jigsaw learning, group participation, simulation and application case | Informasi dan inovasi produk  | <b>5</b><br><br><b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b><br><br><b>Buku Utama lainnya</b>  |

|       |  |   |   |   |   |    |   |
|-------|--|---|---|---|---|----|---|
| 13-14 | Mampu menganalisis dan membedakan segmentasi, targeting, dan positioning pasar | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan mengevaluasi</li> <li>2. Ketepatan merencanakan</li> <li>3. Ketepatan penyelesaian kasus</li> <li>4. Keaktifan berkontribusi dan partisipasi dlm diskusi kelompok (komunikasi)</li> </ol> | <p><b>Kriteria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan sistematika dalam menjelaskan.</li> <li>• Ketepatan dan sistematika dalam melakukan analisis</li> </ul> <p><b>Bentuk non-test:</b><br/>Penugasan studi kasus</p> | Ceramah, brainstorming, , jigsaw learning, group participation, simulation and application case | Segmenting, targeting, positioning  | 20 | <p><b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b></p> <p><b>Buku Utama lainnya</b></p> |
| 15    | Mampu membuat riset perilaku konsumen  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan mengevaluasi</li> <li>2. Ketepatan merencanakan</li> <li>3. Ketepatan penyelesaian kasus</li> <li>4. Keaktifan berkontribusi dan partisipasi dlm diskusi kelompok (komunikasi)</li> </ol> | <p><b>Kriteria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan sistematika dalam menjelaskan.</li> <li>• Ketepatan dan sistematika dalam melakukan analisis</li> </ul> <p><b>Bentuk non-test:</b><br/>Penugasan studi kasus</p> | Ceramah, brainstorming, , jigsaw learning, group participation, simulation and application case | Pentingnya penelitian konsumen dalam proses pemecahan masalah dalam keputusan pembelian | 10 | <p><b>Mangkunegara, A.P. (2002). Perilaku Konsumen</b></p> <p><b>Buku Utama lainnya</b></p> |

### RUBLIK PENILAIAN

| No | Komponen Nilai                                      | Bobot |
|----|---|-------|
| 1  | ATS dan AAS   | 40%   |
| 2  | Aspek kehadiran                                     | 5%    |
| 3  | Aspek tugas dan kuis                                | 20%   |
| 4  | Aspek keaktifan                                     | 5%    |
| 5  | Studi project                                       | 30%   |
| 6  | Kehadiran : max. absen 25%, kl tdk otomatis nilai E |       |

**PENILAIAN AKHIR** : Nilai Total yang dikonversikan ke Dalam Nilai Huruf

### PENILAIAN

| Nilai | Range      | Keterangan         |
|-------|------------|--------------------|
| A     | 100 - 85   | Sangat Baik        |
| A-    | 80 - 84,99 | Hampir Sangat Baik |
| B+    | 75 - 79,99 | Lebih Baik         |
| B     | 70 - 74,99 | Baik               |
| B-    | 65 - 69,99 | Hampir Baik        |
| C+    | 60 - 64,99 | Lebih dari Cukup   |
| C     | 55 - 59,99 | Cukup              |
| C-    | 50 - 54,99 | Hampir Cukup       |
| D     | 40 - 49,99 | Kurang             |
| E     | 0 - 39,99  | Sangat Kurang      |