



**UNIVERSITAS JEMBER FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS
MAGISTER MANAJEMEN**

KODE DOKUMEN
F1.03.05

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATAKULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)	SEMESTER	TGL PENYUSUNAN
Analisis Konsumen	EKM2225	Pilihan Konsentrasi	T=3 P=3	2	21 November 2023
		DOSEN PENGEMBANG RPS	KOORDINATOR RMK	KOPRODI	

OTORISASI PENGESAHAN

TIM DOSEN	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, MSi.	Dr. Handriyono, M.Si.
-----------	-----------------------------------	-----------------------

CPL – Prodi yang dibebankan pada MK

CPL-03	Mampu mengambil keputusan untuk memecahkan permasalahan di bidang manajemen
CPL-04	Mampu mengimplementasikan keilmuan bidang manajemen yang kreatif dan inovatif berbasis ilmu pengetahuan, teknologi, berwawasan lingkungan dan agroindustri
CPL-06	Mampu menelaah konsep teoritis sesuai dengan ilmu manajemen yang adaptif dan inovatif

Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)

CPMK-1	Mampu mengimplementasikan keilmuan yang kreatif dan inovatif berbasis ilmu analisis konsumen, teknologi, berwawasan lingkungan dan agroindustri
CPMK-2	Mampu melakukan kegiatan prestatif sesuai minat berbasis keilmuan analisis konsumen
CPMK-3	Mampu menelaah konsep teoritis dengan bidang ilmu analisis konsumen yang adaptif dan inovatif

Capaian Pembelajaran (CP)

CPL	CPMK	Sub-CPMK
CPL-03	CPMK-1	- Sub CPMK-1 Mampu mengimplementasikan keilmuan yang kreatif dan inovatif berbasis ilmu analisis konsumen, teknologi, berwawasan lingkungan dan agroindustri
CPL-04	CPMK-2	- Sub CPMK-2 Mampu melakukan kegiatan prestatif sesuai minat berbasis keilmuan analisis konsumen
CPL-06	CPMK-3	- Sub CPMK-3 Mampu menelaah konsep teoritis dengan bidang ilmu analisis konsumen yang adaptif dan inovatif

Deskripsi Singkat Mata Kuliah

Matakuliah ini dirancang sebagai pendalaman mengenai filosofi dalam disiplin Ilmu Manajemen Pemasaran. Khususnya pembahasan mengenai berbagai teori dan filosofinya terkait analisis perilaku konsumen. Fokus utama dalam matakuliah ini adalah bagaimana memahami konsumen dalam memproses informasi, pengambilan keputusan, pengaruh lingkungan sosial dan marketer menyusun contemporary marketing strategy berdasar pemahaman perilaku konsumen.

Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan

1. Analisis konsumen
2. Purchase insight and the anatomy of transactions.
3. Web and social media activity
4. Extant research and exogenous cognition
5. Persepsi konsumen
6. Attitude and judgement formation and change.
7. Motivation and emotion.
8. Learning and memory.
9. Self-concept and personality konsumen
10. Elemental features of consumer choice.
11. Perceptual and communicative features of consumer choice
12. Individual and social features of consumption
13. Membuat proposal mengenai tema analisis perilaku

**Metode Penilaian
dan kaitan dengan
CPMK**

Pustaka Utama

1. Frank R. Kardes, Maria L. Cronley, Thomas W. Cline. 2010. Consumer Behavior, South-Western Cengage Learning, USA.
2. Andrew Smith. 2020. Consumer Behavior and Analytics. Routledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN

Pustaka Pendukung

1. Robert Cluley & Stephen D Brown (2015) The dividualised consumer: sketching the new mask of the consumer, Journal of Marketing Management, 31:1-2, 107-122,
2. Gupta, S., Hanssens, D., Hardie, B., Kahn, W., Kumar, V., Lin, N., Ravishanker, N., & Sriram, S. (2006). Modeling Customer Lifetime Value. Journal of Service Research, 9(2), 139-155.
3. Smith, G., Goulding, J., & Smith, A. (2016). AUTOMATIC TEMPORAL RETAIL SEGMENTATION FROM BIG DATA. American Marketing Association Conference,
4. Robert Cluley & Stephen D Brown (2015) The dividualised consumer: sketching the new mask of the consumer, Journal of Marketing Management, 31:1-2, 107-122,
5. Barr, N., Pennycook, G., Stolz, J.A. and Fugelsang, J.A. 2015. The brain in your pocket: Evidence that smartphones are used to supplant thinking. Computers in Human Behavior, 48, pp. 473-480.
6. Ward, A.F., Duke, K., Gneezy, A. and Bos, M.W. 2017. Brain drain: The mere presence of one's own smartphone reduces available cognitive capacity. Journal of the Association for Consumer Research, 2(2), pp. 140-154.
7. Pawlowski, D. R., Badzinski, D. M., & Mitchell, N. (1998). Effects of Metaphors on Children's Comprehension and Perception of Print Advertisements. Journal of Advertising, 27(2), 83-98.
8. Celsi, R. L., & Olson, J. C. (1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes. Journal of Consumer Research, 15(2), 210.
9. Ryan, R. M. (2007). Motivation and Emotion: A New Look and Approach for Two Reemerging Fields. Motivation and Emotion, 31(1), 1-3.
10. Bacon, D. R., & Stewart, K. A. (2006). How Fast Do Students Forget What They Learn in Consumer Behavior? A Longitudinal Study. Journal of Marketing Education, 28(3), 181-192.
11. Roe, D., & Bruwer, J. (2017). Self-concept, product involvement and consumption occasions. British Food Journal, 119(6), 1362-1377.
12. Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), pp. 179-211
13. Bian, X., Wang, K.Y., Smith, A. and Yannopoulou, N. 2016. New insights into unethical counterfeit consumption. Journal of Business Research, 69(10), pp. 4249-4258.
14. Bandura, A. 2001. Social cognitive theory: An agentic perspective. Annual Review of Psychology, 52(1), pp. 1-26.
15. Friestad, M. and Wright, P. 1994. The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. Journal of Consumer Research, 21(1), pp. 1-31.
16. Aaker, J.L. 1997. Dimensions of brand personality. Journal of Marketing Research, 34(3), pp. 347-356.
17. Avis, M., Forbes, S. and Ferguson, S. 2014. The brand personality of rocks: A critical evaluation of a brand personality scale. Marketing Theory, 14(4), pp. 451-475.

		Software			Hardware		
Media Pembelajaran		1. MS Word 2. MS Power Point			1. LCD 2. Laptop		
Team Teaching		1. Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si. 2. Prof. Dr. Raden Andi Sularso, MSM. 3. Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. 4. Dr. Bambang Irawan, M.Si.					
Matakuliah Prasarat		-					
CPMK	Sub CPMK (sebagai kemampuan akhir yang diharapkan)	Penilaian			Bantuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]
		Indikator	Komponen	Bobot (%)	Luring	Daring	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

Minggu ke- 1

Kontrak Kuliah, Diskusi dan partisipasi	0 %	• Kuliah diskusi dan tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 1BM (60)x 2	• Kuliah diskusi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 3	Kontrak Kuliah
---	-----	---	--	----------------

Minggu ke- 2

-Partisipasi diskusi kelas/kelompok - Presentasi RTM 1. Analisis konsumen	5 %	• Kuliah diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 2; Chapter 1 An Introduction to Consumer Analytics * Pusataka pendukung 1
---	-----	---	---	---

Minggu ke- 3

	*Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 2. Purchase insight and the anatomy of transactions.	5 %	• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 2; ; Chapter 2. purchase insight and the anatomy of transactions * Pustaka pendukung 2 dan 3
Minggu ke- 4					
	* Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 3. Web and social media activity	5 %	• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 2; Chapter 3. Web and social media activity * Pustaka pendukung 4
Minggu ke- 5					
	* Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 4. Extant research and exogenous cognition	5 %	• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 2. Chapter 4. Extant research and exogenous cognition * Pustaka pendukung 5 dan 6
Minggu ke- 6					
	* Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 5. Persepsi konsumen	5 %	• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 1; Chapter 3. Consumer perception * Pustaka Pendukung 7.
Minggu ke- 7					
	* Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 6. Attitude and judgement formation and change.	5 %	• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 1; Chapter 4. attitude and judgement formation and change * Pustaka Pendukung 8.
Minggu ke- 8					
	* Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 7. Motivation and emotion	5 %	• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 1; Chapter 5. motivation and emotion * Pustaka Pendukung 9.
Minggu ke- 9					
	* Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 8. Learning and memory.	5 %	• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	* Pustaka Utama 1; Chapter 6. learning and memory * Pustaka Pendukung 10.
Minggu ke- 10					

	- Partisipasi diskusi kelas/kelompok - Presentasi RTM 9. Self-concept and personality konsumen	5 %	Kuliah, diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	- Pustaka Utama 1; Chapter 8. self-concept and personality - Pustaka Pendukung 11.
Minggu ke- 11					
	- Partisipasi diskusi kelas/kelompok - Presentasi RTM 10. Elemental features of consumer choice.	5 %	Kuliah, diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	- Pustaka Utama 2; Chapter 5. elemental features of consumer choice - Pustaka Pendukung 12 dan 13
Minggu ke- 12					
	- Partisipasi diskusi kelas/kelompok - Presentasi RTM 11. Perceptual and communicative features of consumer choice	5 %	Kuliah, diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	- Pustaka Utama 2; Chapter 6. Perceptual and communicative features of consumer choice - Pustaka Pendukung 14 dan 15
Minggu ke- 13					
	- Partisipasi diskusi kelas/kelompok - Presentasi RTM 12. Individual and social features of consumption	5 %	Kuliah, diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	- Pustaka Utama 2; Chapter 7. individual and social features of consumption - Pustaka Pendukung 16 dan 17
Minggu ke- 14					
	Partisipasi diskusi terkait RTM 13. Membuat proposal mengenai tema analisis perilaku	5 %	Kuliah, diskusi dan presentasi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1PT (60)x 0	Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	- Pustaka Utama 2; Chapter 8. individual and social features of consumption - Pustaka Pendukung 16 dan 17 -
Minggu ke- 15					
	Partisipasi diskusi dan presentasi proposal analisis konsumen	15 %	Kuliah, presentasi dan diskusi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	Kuliah, presentasi dan diskusi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	- Pustaka Utama 9; Chapter 7. individual and social features of consumption - Pustaka Pendukung 16 dan 17 -
Minggu ke- 16					
	Partisipasi diskusi dan presentasi proposal analisis konsumen (lanjutan)	20 %	Kuliah, presentasi dan diskusi secara tatap muka Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	Kuliah, presentasi dan diskusi secara daring Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	- Pustaka Utama 2; Chapter 10. individual and social features of consumption - Pustaka Pendukung 16 dan 17 -