



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 Yulisetiarini, M.Si.

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
- 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

Capaian Pembelajaran (CP)

Deskripsi Singkat Mata Kuliah

Materi Pembelajaran/  
Pokok Bahasan

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 berdasarkan pemahaman perilaku konsumen.

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. FeFrank 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

1. Robert Cluley & Stephen D Brown (2015) The individualised 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 individualised consumer: sketching the new mask of the consumer, Journal of Marketing Management, 31:1-2, 107-122,
5. Barr, N., Pennycook, G., Stoltz, 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. Friesstad, 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.

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

#### Minggu ke- 1

Kontrak Kuliah, Diskusi dan partisipasi	0 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah diskusi dan tatap muka</li> <li>• Kuliah diskusi secara daring</li> </ul>	Kontrak Kuliah
		Estimasi Waktu: TM (50)x 1BM (60)x 2	Estimasi Waktu: TM (50)x TM (50)x 3

#### Minggu ke- 2

-Partisipasi diskusi kelas/kelompok - Presentasi RTM 1. Analisis konsumen	5 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah, diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> <li>• Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul>	* Pustaka Utama 2; Chapter 1 An Introduction to Consumer Analytics * Pustaka pendukung 1
		Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1	Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1

#### Minggu ke- 3

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p> <p>* Pustaka Utama 2; ; Chapter 2. purchase insight and the anatomy of transactions * Pustaka pendukung 2 dan 3</p>

#### Minggu ke- 4

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partisipasi diskusi kelas/kelompok</li> <li>*Presentasi RTM 3. Web and social media activity</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p> <p>* Pustaka Utama 2; Chapter 3. Web and social media activity * Pustaka pendukung 4</p>

#### Minggu ke- 5

		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Partisipasi diskusi kelas/kelompok</li> <li>*Presentasi RTM 4. Extant research and exogenous cognition</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p> <p>* Pustaka Utama 2. Chapter 4. Extant research and exogenous cognition * Pustaka pendukung 5 dan 6</p>

#### Minggu ke- 6

		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Partisipasi diskusi kelas/kelompok</li> <li>*Presentasi RTM 5. Persepsi konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p> <p>* Pustaka Utama 1; Chapter 3. Consumer perception * Pustaka Pendukung 7.</p>

#### Minggu ke- 7

		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Partisipasi diskusi kelas/kelompok</li> <li>*Presentasi RTM 6. Attitude and judgement formation and change.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p> <p>* Pustaka Utama 1; Chapter 4. attitude and judgement formation and change * Pustaka Pendukung 8.</p>

#### Minggu ke- 8

		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Partisipasi diskusi kelas/kelompok</li> <li>*Presentasi RTM 7. Motivation and emotion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p> <p>* Pustaka Utama 1; Chapter 5. motivation and emotion * Pustaka Pendukung 9.</p>

#### Minggu ke- 9

		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Partisipasi diskusi kelas/kelompok</li> <li>*Presentasi RTM 8. Learning and memory.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuliah , diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p> <p>* Pustaka Utama 1; Chapter 6. learning and memory * Pustaka Pendukung 10.</p>

#### Minggu ke- 10

<b>Minggu ke- 11</b>			
* Partisipasi diskusi kelas/kelompok *Presentasi RTM 9. Self-concept and personality konsumen	5 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>
* Pustaka Utama 1; Chapter 8. self-concept and personality * Pustaka Pendukung 11.			
<b>Minggu ke- 12</b>			
* Partisipasi diskusi kelas/kelompok * Presentasi RTM 10. Elemental features of consumer choice.	5 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>
* Pustaka Utama 2; Chapter 5. elemental features of consumer choice * Pustaka Pendukung 12 dan 13			
<b>Minggu ke- 13</b>			
* Partisipasi diskusi kelas/kelompok * Presentasi RTM 11. Perceptual and communicative features of consumer choice	5 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>
* Pustaka Utama 2; Chapter 6. Perceptual and communicative features of consumer choice * Pustaka Pendukung 14 dan 15			
<b>Minggu ke- 14</b>			
* Partisipasi diskusi kelas/kelompok * Presentasi RTM 12. Individual and social features of consumption	5 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah , diskusi dan presentasi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuliah, diskusi dan presentasi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>
* Pustaka Utama 2; Chapter 7. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17			
<b>Minggu ke- 15</b>			
* Partisipasi diskusi terkait RTM 13. Membuat proposal mengenai tema analisis perilaku	5 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuli ah, dan diskusi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1PT (60)x 0</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuli ah, dan diskusi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>
* Pustaka Utama 2; Chapter 8. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17			
<b>Minggu ke- 16</b>			
* Partisipasi diskusi dan presentasi proposal analisis konsumen (lanjutan)	15 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuli ah, presentasi dan diskusi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuli ah, presentasi dan diskusi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>
* Pustaka Utama 9; Chapter 7. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17			
* Partisipasi diskusi dan presentasi proposal analisis konsumen (lanjutan)	20 %	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuli ah, presentasi dan diskusi secara tatap muka</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuli ah, presentasi dan diskusi secara daring</li> </ul> <p>Estimasi Waktu: TM (50)x 2BM (60)x 1</p>
* Pustaka Utama 2; Chapter 10. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17			