



# YAYASAN SASMITA JAYA UNIVERSITAS PAMULANG NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

### A. Identitas Mata Kuliah

1. Nama Program Studi : Manajemen S-1
2. Nama dan Kode Mata Kuliah : Perilaku Konsumen / MK53
3. Semester : 7 (Tujuh)
4. SKS : 2 SKS
5. Nama Dosen Pengampu : Aris Ariyanto, S.E., M.M

### B. Capaian Pembelajaran Lulusan

1. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan; (S6)
2. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara; (S7)
3. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik; (S8)
4. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri (S9)
5. 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 (KU1)
6. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur; (KU2)
7. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data (KU5)
8. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya (KU6)
9. Mampu memilih berbagai tipe calon pelanggan. (P2)
10. Mampu menganalisis prosedur penjualan suatu barang atau jasa. (P7)
11. Mampu memilih prosedur penjualan suatu barang atau jasa. (P8)
12. Mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni pada digital marketing dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi (P10)
13. Mampu menganalisis konsep nasabah kredit serta produk kredit yang dapat ditawarkan kepada nasabah. (P21)
14. Mampu membandingkan calon nasabah yang dapat ditawarkan peminjaman kredit (P22)
15. Mampu menganalisis pengawasan jalannya proses produksi (P38)
16. Mampu menganalisis pelanggan yang mampu membina hubungan dengan pelanggan (P39)



# YAYASAN SASMITA JAYA UNIVERSITAS PAMULANG NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

17. Mampu menganalisis konsep kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, dan peradaban berdasarkan Pancasila untuk menjadi warga negara yang baik (P41)
18. Mampu menganalisis konsep penelitian sesuai dengan pedoman penelitian yang ditetapkan (P43)
19. Mampu memilih pendekatan kepada calon pelanggan dengan cara yang tepat. (KK2)
20. Mampu mengaplikasikan prosedur penjualan suatu barang atau jasa. (KK7)
21. Mampu memilih prosedur penjualan suatu barang dan jasa. (KK8)
22. Mampu mengaplikasikan ilmu pengetahuan teknologi dan atau seni pada digital marketing dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi (KK10)
23. Mampu mengaplikasikan konsep nasabah kredit serta produk kredit yang dapat ditawarkan kepada nasabah. (KK21)  
Mampu melakukan pendekatan pada calon nasabah yang dapat ditawarkan peminjaman kredit. (KK22)  
Mampu menjalin hubungan dengan pelanggan (KK39)
24. Mampu berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, dan peradaban berdasarkan Pancasila untuk menjadi warga negara yang baik (KK41)
25. Mampu menyusun prosedur penelitian sesuai dengan pedoman penelitian yang ditetapkan (KK43)

## C. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

Setelah menyelesaikan perkuliahan, mahasiswa mampu menerapkan bagaimana cara mengetahui perilaku konsumen, mempengaruhi konsumen sampai pengambilan keputusan pembelian

## D. Deskripsi Rencana Pembelajaran

| Minggu Ke | Pertemuan Ke | Teknik Pembelajaran (Daring/Luring) | Kemampuan akhir yang diharapkan | Bahan Kajian (Materi) | Metode Pembelajaran | Alokasi Waktu | Pengalaman Pembelajaran | Penilaian           |                |       |
|-----------|--------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------|-------------------------|---------------------|----------------|-------|
|           |              |                                     |                                 |                       |                     |               |                         | Kriteria/ Indikator | Bentuk/ Teknik | Bobot |
| (1)       | (2)          | (3)                                 | (4)                             | (5)                   | (6)                 | (7)           | (8)                     | (9)                 | (10)           | (11)  |

# YAYASAN SASMITA JAYA

## UNIVERSITAS PAMULANG

### NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|   |   |        |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                  |              |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                      |                        |    |
|---|---|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
| 1 | 1 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, mahasiswa mampu menganalisis dan mengidentifikasi perilaku konsumen                           | <b>Analisis Perilaku Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian perilaku konsumen</li> <li>2. Perilaku konsumen sebagai ilmu</li> <li>3. Pentingnya menganalisis perilaku konsumen</li> <li>4. Model-model perilaku konsumen</li> </ol> | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa Mempelajari secara global tentang analisis perilaku konsumen</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol>                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memahami pengertian perilaku konsumen serta mampu mengidentifikasi model perilaku konsumen</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol> | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |
| 2 | 2 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen | <b>Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses Keputusan pembelian</li> <li>2. Keputusan Konsumen</li> <li>3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</li> </ol>                                 | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa Mempelajari secara global mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. mahasiswa mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol>         | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |

# YAYASAN SASMITA JAYA

## UNIVERSITAS PAMULANG

### NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|   |   |        |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                  |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                        |    |
|---|---|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
| 3 | 3 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu menganalisa pengaruh faktor budaya terhadap pengambilan keputusan pembelian dan menganalisis pengaruh faktor kelas dan status social terhadap keputusan pembelian | <b>Faktor Yang mempengaruhi keputusan Pembelian</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor budaya dan etnis:</li> <li>2. Budaya dan konsumsi</li> <li>3. Pengaruh etnis terhadap perilaku konsumen</li> <li>4. Kelas dan status sosial:</li> <li>5. Pengertian kelas sosial</li> <li>6. Faktor yang menentukan kelas sosial</li> <li>7. Mengukur kelas sosial</li> </ol> | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa belajar menganalisa pengaruh faktor budaya terhadap pengambilan keputusan pembelian dan menganalisis pengaruh faktor kelas dan status social terhadap keputusan pembelian</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menganalisa pengaruh faktor budaya terhadap pengambilan keputusan pembelian dan menganalisis pengaruh faktor kelas dan status social terhadap keputusan pembelian</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol> | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |
| 4 | 4 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu menganalisa faktor pribadi dan keluarga yang mempengaruhi                                                                                                         | <b>Faktor Yang mempengaruhi keputusan Pembelian 2</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor pribadi terhadap keputusan pembelian</li> <li>2. Faktor keluarga dan rumah tangga terhadap keputusan pembelian</li> <li>3. Faktor sikap terhadap</li> </ol>                                                                                                                 | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa belajar menganalisis mengenai faktor pribadi dan keluarga yang mempengaruhi keputusan pembelian</li> </ol>                                                                                                                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menganalisa faktor pribadi dan keluarga yang mempengaruhi keputusan pembelian</li> </ol>                                                                                                                                                                                          | Tes                    | 7% |

# YAYASAN SASMITA JAYA UNIVERSITAS PAMULANG NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|   |   |        |                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                         |                                  |              |                                                                                                                        |                                                                                                                                                   |                        |    |
|---|---|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
|   |   |        | keputusan pembelian                                                                                           | keputusan pembelian<br>4. Faktor kepribadian dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian                                                                                                                                |                                  |              | 2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.                                                                         | 2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi<br>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.                                                             | Unjuk Kerja            |    |
| 5 | 5 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu menganalisis Perubahan dan Tantangan Perusahaan | <b>Perubahan dan Tantangan Perusahaan</b><br><br>1. Klasifikasi Konsumen<br>2. Pengembangan konsep pemasaran<br>3. Membangun dan mempertahankan konsumen<br>4. Tantangan yang dihadapi Perusahaan                       | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | 1. Mahasiswa belajar menganalisis Perubahan dan Tantangan Perusahaan<br>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat. | 1. mampu menganalisis Perubahan dan Tantangan Perusahaan<br>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi<br>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu. | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |
| 6 | 6 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu menganalisis keterlibatan konsumen              | <b>Keterlibatan Konsumen</b><br><br>1. Pengertian Keterlibatan Konsumen.<br>2. Jenis dimensi keterlibatan konsumen<br>3. Makna keterlibatan konsumen<br>4. Fokus keterlibatan<br>5. Faktor keterlibatan serta dampaknya | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | 1. Mahasiswa menganalisis keterlibatan dan persepsi konsumen<br>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.         | 1. mahasiswa mampu menganalisis keterlibatan konsumen<br>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi                                                 | Tes                    | 7% |

# YAYASAN SASMITA JAYA UNIVERSITAS PAMULANG NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|     |   |        |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                  |              |                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                |                        |    |
|-----|---|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
|     |   |        |                                                                                              | 6. Bentuk keterlibatan dan hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                  |              |                                                                                                                                                                | 3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.                                                                                                                                                      | Unjuk Kerja            |    |
| 7   | 7 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu menganalisis persepsi konsumen | <b>Persepsi Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian Persepsi Konsumen</li> <li>2. Simulasi pemasaran dan persepsi konsumen</li> <li>3. Karakteristik stimulus yang mempengaruhi persepsi konsumen</li> <li>4. Karakteristik konsumen yang mempengaruhi persepsi</li> <li>5. Proses persepsi.</li> </ol>                                                                              | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa belajar menganalisis persepsi konsumen</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menganalisis persepsi konsumen</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol> | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |
| UTS |   |        |                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                  |              |                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                |                        |    |
| 8   | 8 | Luring | Setelah mempelajari materi perkuliahan, mahasiswa mampu menganalisis motivasi konsumen       | <b>Motivasi Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian Motivasi</li> <li>2. Proses Motivasi</li> <li>3. Konsep motif dan motivasi</li> <li>4. Tujuan motivasi konsumen</li> <li>5. Asas motivasi</li> <li>6. Klaisifikasi motif</li> <li>7. Teori motivasi</li> <li>8. Metode dan bentuk pemberian motivasi</li> <li>9. Implementasi Teori motivasi dalam strategi pemasaran</li> </ol> | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa belajar menganalisis motivasi konsumen)</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menganalisis motivasi konsumen</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskus</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol>  | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |

# YAYASAN SASMITA JAYA

## UNIVERSITAS PAMULANG

### NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|    |    |        |                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                  |              |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                       |                        |    |
|----|----|--------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
| 9  | 9  | Luring | Setelah mempelajari materi perkuliahan, mahasiswa mampu menganalisis Sikap Konsumen    | <b>Sikap Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian sikap konsumen</li> <li>2. Karakteristik sikap</li> <li>3. Komponen sikap konsumen</li> <li>4. Fungsi sikap</li> <li>5. Model sederhana sikap konsumen</li> <li>6. Model multiatribut sikap</li> <li>7. Karakteristik konsumen, sikap dan belanja online</li> <li>8. Nilai konsumen</li> <li>9. Peranan sikap dalam pengembangan strategi pemasaran</li> </ol> | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa menganalisis sikap konsumen</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol>    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa mampu menganalisis sikap konsumen</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol> | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |
| 10 | 10 | Luring | Setelah mempelajari materi perkuliahan, mahasiswa mampu menganalisis kepuasan Konsumen | <b>Kepuasan Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian Kepuasan Konsumen</li> <li>2. Memberikan nilai dan kepuasan pelanggan</li> <li>3. Teori kepuasan konsumen</li> <li>4. Pengembangan kepuasan konsumen</li> </ol>                                                                                                                                                                                             | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa menganalisis kepuasan konsumen</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menganalisis kepuasan konsumen</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol>        | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |
| 11 | 11 | Luring | Setelah mempelajari materi perkuliahan ini, mahasiswa mampu                            | <b>Kepercayaan Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian Kepercayaan Konsumen</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa menganalisis kepercayaan konsumen</li> </ol>                                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menganalisis kepercayaan konsumen</li> </ol>                                                                                                          | Tes                    | 7% |

# YAYASAN SASMITA JAYA UNIVERSITAS PAMULANG NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|    |    |        |                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                  |              |                                                                                                             |                                                                                                                                                |                        |    |
|----|----|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
|    |    |        | menganalisis kepercayaan konsumen                                                                        | <u>2.</u> Kpercayaan konsumen terhadap atribut produk<br><u>3.</u> Pentingnya atribut<br><u>4.</u> Harga sebagai atribut<br><u>5.</u> Kualitas produk<br><u>6.</u> Kpercayaan konsumen dan Implikasi manajerialnya                                                                                                |                                  |              | 2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.                                                              | 2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi<br>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.                                                          | Unjuk Kerja            |    |
| 12 | 12 | Luring | Setelah mempelajari materi perkuliahan ini, mahasiswa mampu merancang Komunikasi efektif dengan Konsumen | <b>Komunikasi Efektif dengan Konsumen</b><br><u>1.</u> Pengertian Komunikasi<br><u>2.</u> Komunikasi efektif dengan konsumen<br><u>3.</u> Merancang komunikasi efektif<br><u>4.</u> Komunikasi pemasaran<br><u>5.</u> Periklanan<br><u>6.</u> Evaluasi berbagai jenis media<br><u>7.</u> Hukum komunikasi efektif | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | 1. Mahasiswa merancang komunikasi efektif dengan konsumen<br>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat. | 1. Mampu merancang komunikasi efektif dengan konsumen<br>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi<br>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu. | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |

# YAYASAN SASMITA JAYA

## UNIVERSITAS PAMULANG

### NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|    |    |        |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                  |              |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                              |                        |    |
|----|----|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----|
| 13 | 13 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu menganalisis dan mengatasi keluhan konsumen. | <b>Keluhan Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku keluhan konsumen</li> <li>2. Faktor yang mempengaruhi keluhan konsumen</li> <li>3. Dampak Keluhan konsumen</li> <li>4. Keluhan dan perilaku keluar</li> <li>5. Solusi untuk keluhan pelanggan</li> <li>6. Sisi gelap perilaku konsumen</li> </ol>                                                                                                                                                                                            | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa menganalisis dan mengatasi keluhan konsumen..</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu menganalisis dan mengatasi keluhan konsumen.</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol> | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 7% |
| 14 | 14 | Luring | Setelah mengikuti perkuliahan ini, diharapkan mahasiswa mampu melakukan penelitian perilaku konsumen       | <b>Penelitian Perilaku Konsumen</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian Penelitian Perilaku Konsumen</li> <li>2. Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif</li> <li>3. Masalah, Variabel dan paradigma penelitian</li> <li>4. Macam-macam perilaku penelitian konsumen</li> <li>5. Pendekatan penelitian konsumen</li> <li>6. Prosedur penelitian konsumen</li> <li>7. Metode Pengumpulan Informasi Konsumen</li> <li>8. Jenis data penelitian</li> <li>9. Teknik pendekatan keputusan konsumen</li> </ol> | Ceramah, Diskusi dan Tanya jawab | 2 x 50 menit | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mahasiswa melakukan penelitian perilaku konsumen.</li> <li>2. Berlatih diskusi dan mengemukakan pendapat.</li> </ol>       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. mampu melakukan penelitian perilaku konsumen</li> <li>2. Menunjukkan sikap aktif dalam diskusi</li> <li>3. Melaporkan hasil diskusi yang bermutu.</li> </ol>       | Tes<br><br>Unjuk Kerja | 9% |



# YAYASAN SASMITA JAYA UNIVERSITAS PAMULANG NAMA PROGRAM STUDI

Jl. Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat – Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

|    |     |  |  |                                                         |  |  |  |  |  |  |
|----|-----|--|--|---------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
|    |     |  |  | 10. Hal yang diperhatikan dalam riset perilaku konsumen |  |  |  |  |  |  |
|    |     |  |  | 11.                                                     |  |  |  |  |  |  |
| 16 | UAS |  |  |                                                         |  |  |  |  |  |  |

## E. Referensi

1. David D. Loudon & Albert J. Della Bett. Consumer Behavior. Singapura: Mc. Grow-Hill
2. EM Sangadji dan Sopiah, (2013) *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta, Andi Offset.
3. Jame F. Engel. Perilaku Konsumen(alih bahasa Fx. Budiyanto). Jakarta: Binarupa-Aksara

| Koordinator Bidang Pendidikan dan Pengajaran                                                         | Ketua Program Studi Manajemen S-1                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Diperiksa Oleh<br> | Disetujui Oleh<br> |
| Fauziah Septiani, S.E., M.M.<br>NIDN. 0402099101                                                     | Dr. Ali Maddinsyah, S.E., M.M.<br>NIDN 0417067101                                                      |