



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

KODE DOKUMEN

F1.03.05

KONTRAK KULIAH

MATA KULIAH	Nama	Analisis Konsumen
	Kode	EKM2225
	Kredit	3 SKS
	Semester	2

PENGAMPU MATAKULIAH

Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, MSi.

DESKRIPSI 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.

CPL PRODI YANG DIBEBAKANKAN PADA MK

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

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATAKULIAH (CPMK)

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

SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATAKULIAH (Sub-CPMK)

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

MATERI PEMBELAJARAN

- 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

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

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.

PRASYARAT (jika ada)

-

TUGAS

- 1 Makalah yang akan dipresentasikan sudah harus di share melalui WAgroun yang dikoordinir ketua kelas
- 2 Setiap mahasiswa wajib mempresentasikan makalahnya di kelas (secara daring atau luring)
- 3 Setiap mahasiswa wajib membuat makalah dengan tema yang telah ditetapkan (sumber referensi dari Pustaka Utama dan Pustaka Pendukung)
- 4 Pola perkuliahan lebih menekankan pada diskusi dan presentasi serta partisipasi kelas
- 5 Perkuliahan (Analisis Konsumen) diselenggarakan secara daring/luring

KRITERIA PENILAIAN

ATURAN DAN ETIKA PERKULIAHAN

- 1 Toleransi keterlambatan 10 menit
- 2 Mahasiswa berpakaian sopan dan rapi
- 3 Mahasiswa wajib melakukan presensi

JADWAL KULIAH

Minggu Ke	Hari dan Jam	Bahan Kajian	Dosen Pengampu
1		Kontrak Kuliah	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
2		* Pustaka Utama 2; Chapter 1 An Introduction to Consumer Analytics * Pusataka pendukung 1	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
3		* Pustaka Utama 2; ; Chapter 2. purchase insight and the anatomy of transactions * Pustaka pendukung 2 dan 3	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
4		* Pustaka Utama 2; Chapter 3. Web and social media activity * Pustaka pendukung 4	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
5		* Pustaka Utama 2. Chapter 4. Extant research and exogenous cognition * Pustaka pendukung 5 dan 6	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
6		* Pustaka Utama 1; Chapter 3. Consumer perception * Pustaka Pendukung 7.	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.
7		* Pustaka Utama 1; Chapter 4. attitude and judgement formation and change * Pustaka Pendukung 8.	Prof. Dr. Diah Yulisetiarni, M.Si.

8	* Pustaka Utama 1; Chapter 5. motivation and emotion * Pustaka Pendukung 9.	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
9	* Pustaka Utama 1; Chapter 6. learning and memory * Pustaka Pendukung 10.	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
10	* Pustaka Utama 1; Chapter 8. self-concept and personality * Pustaka Pendukung 11.	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
11	* Pustaka Utama 2; Chapter 5. elemental features of consumer choice * Pustaka Pendukung 12 dan 13	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
12	* Pustaka Utama 2; Chapter 6. Perceptual and communicative features of consumer choice * Pustaka Pendukung 14 dan 15	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
13	* Pustaka Utama 2; Chapter 7. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
14	-* Pustaka Utama 2; Chapter 8. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
15	-* Pustaka Utama 2; Chapter 9. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.
16	-* Pustaka Utama 2; Chapter 10. individual and social features of consumption * Pustaka Pendukung 16 dan 17	Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.

Jember,.....

Dosen Pembina/Koordinator
Matakuliah

Perwakilan Mahasiswa,

Prof. Dr. Diah Yulisetiari, M.Si.

.....

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si.