

## RENCANA PROGRAM KEGIATAN PERKULIAHAN SEMESTER (RPKPS)

|                               |  |                          |                           |
|-------------------------------|--|--------------------------|---------------------------|
| Kode/Nama Mata Kuliah         | : /Pemasaran dan Perilaku Konsumen   | Revisi ke                | : 0                       |
| Satuan Kredit Semester        | : 2 SKS  | Tgl Revisi               | : -                       |
| Jml Jam Kuliah dalam seminggu | : 100 menit  | Tgl mulai berlaku        | : September 2015          |
| Jml Jam Kegiatan Lab          | : -  | Penyusun                 | : Amida Yusriana, M.I.Kom |
|                               |  | Penanggungjawab Keilmuan | : Khamadi, M.Ds           |
| <b>Deskripsi Mata Kuliah</b>  | : <b>Mata kuliah ini membahas pengetahuan, pemahaman tentang pengertian dan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen baik internal maupun eksternal</b>  |                          |                           |
| <b>Standar Kompetensi</b>     | : <b>Mahasiswa dapat memahami jenis – jenis perilaku konsumen dalam ilmu pemasaran serta menganalisa hingga kemudian mampu menerapkan faktor – faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam desain komunikasi visual mereka</b> |                          |                           |

| Pertemuan ke : | Kompetensi Dasar                       | Indikator   | Pokok Bahasan/Materi   | Aktifitas Pembelajaran   | Rujukan               |
|----------------|--|---|--|--|-----------------------|
| 1              | Mengapa Mempelajari Perilaku Konsumen? | Mahasiswa memahami pentingnya mempelajari perilaku konsumen dan signifikansinya dalam ilmu desain komunikasi visual       | a. Pendahuluan<br>b. Apa itu Perilaku Konsumen?<br>c. Mengapa Mempelajari Perilaku Konsumen?<br>d. Tiga Perspektif Riset Perilaku Konsumen<br>e. Proses Pertukaran dan Perilaku Konsumen | Mahasiswa memberikan contoh proses pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari – hari   | (John C. Mowen, 2001) |
| 2              | Keterlibatan dan Persepsi              | Mahasiswa dapat menjelaskan dan mengidentifikasi jenis exposure promosi dan tahap awal penerimaan informasi pada konsumen | a. Sebuah Pengantar Pemrosesan Informasi<br>b. Keterlibatan Konsumen<br>c. Tahap Exposure<br>d. Tahap Perhatian<br>e. Tahap Pemahaman<br>f. Semiotik                                     | Mahasiswa menonton film dokumenter tentang terpaan promosi pada konsumen sehari – hari dan mendiskusikan isi film dikaitkan dengan pengaruh promosi terhadap perilaku konsumen | (John C. Mowen, 2001) |
| 3              | Memori dan Pembelajaran Kognitif       | Mahasiswa dapat mengetahui bagian tubuh manusia yang bereaksi saat memperoleh terpaan promosi                             | a. Model Memori Sederhana<br>b. Pengetahuan Konsumen<br>c. Proses Melupakan<br>d. Afeksi dan Memori  | Mahasiswa menjelaskan proses pembelian barang tertier dengan menggunakan model memori  | (John C. Mowen, 2001) |

| Pertemuan ke : | Kompetensi Dasar                          | Indikator  | Pokok Bahasan/Materi  | Aktifitas Pembelajaran   | Rujukan               |
|----------------|---|--|---|--|-----------------------|
| 4              | Motivasi Konsumen dan Afeksi              | Mahasiswa dapat menjelaskan pengaruh afeksi dan motivasi dalam pengambilan keputusan pembelian | a. Apa itu Motivasi?<br>b. Konsep Afeksi<br>c. Beberapa Teori Umum Tentang Motivasi<br>d. Teori Motivasi Rata – rata  | Mahasiswa mendiskusikan contoh kasus pembelian dengan alasan unik  | (John C. Mowen, 2001) |
| 5              | Kepribadian dan Psikografis               | Mahasiswa  | a. Kepribadian dan Perilaku Konsumen<br>b. Konsep Diri pada Riset Konsumen<br>c. Analisis Gaya Hidup dan Psikografis  | Mahasiswa menganalisa gaya hedonisme dan keputusan pembelian barang mewah                                  | (John C. Mowen, 2001) |
| 6              | Kepercayaan, Sikap, dan Perilaku Konsumen | Mahasiswa dapat mengidentifikasi kepercayaan, sikap dan meramalkan perilaku konsumen           | a. Konsep Kepercayaan, Sikap, dan Perilaku<br>b. Bagaimana Kepercayaan, Sikap, dan Perilaku Terbentuk<br>c. Memprediksi Sikap Konsumen Melalui Model Multiatribut | Mahasiswa melakukan studi kasus pembelian dengan melibatkan unsur kepercayaan, sikap dan perilaku konsumen | (John C. Mowen, 2001) |

| Pertemuan ke : | Kompetensi Dasar                          | Indikator  | Pokok Bahasan/Materi   | Aktifitas Pembelajaran   | Rujukan   |
|----------------|---|--|--|--|---|
| 7              | Perubahan Sikap, Kepercayaan dan Perilaku | Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian persepsi, unsur-unsur persepsi, jenis-jenis persepsi, prinsip-prinsip persepsi sosial | a. Tahapan Pengambilan Keputusan Menuju Persuasi<br>b. Tahapan Eksperiensial Menuju Perubahan Sikap<br>c. Rute Perilaku Menuju Perubahan Perilaku  | Mahasiswa menganalisa perubahan gaya hidup dari tidak merokok ke merokok                       | (John C. Mowen, 2001)                                     |
| 8              | UTS                                       | Mahasiswa mengerjakan Ujian Tengah Semester  | a. Mengapa Mempelajari Perilaku Konsumen?<br>b. Keterlibatan dan Persepsi<br>c. Memori dan Pembelajaran Kognitif<br>d. Motivasi Konsumen dan Afeksi<br>e. Kepribadian dan Psikografis<br>f. Kepercayaan, Sikap dan perilaku Konsumen<br>g. Perubahan Sikap, Kepercayaan dan Perilaku | Mahasiswa UTS  | UTS   |
| 9              | Komunikasi Persuasif                      | Mahasiswa dapat menjelaskan proses terpaan persuasi hingga pesan diterima oleh konsumen                                      | a. Model Proses Komunikasi<br>b. Karakteristik Sumber<br>c. Karakteristik Pesan  | Mahasiswa diberi penugasan untuk membuat contoh iklan yang persuasif dan menganalisa isi pesan | (John C. Mowen, 2002)<br><br>(Hawkins Mothersbaugh, 2010) |
| 10             | Pencarian dan Pengenalan Masalah          | Mahasiswa dapat memahami macam perspektif dalam pengambilan keputusan  | a. Perspektif Alternatif pada Pengambilan Keputusan Konsumen<br>b. Pengenalan Masalah<br>c. Perilaku Pencarian Konsumen  | Mahasiswa berdiskusi macam pencarian online/offline dalam pembelian barang                     | (John C. Mowen, 2002)                                     |

| Pertemuan ke : | Kompetensi Dasar                                     | Indikator   | Pokok Bahasan/Materi  | Aktifitas Pembelajaran   | Rujukan   |
|----------------|--|---|---|--|---|
|                |  |   |   |  | (Hawkins Mothersbaugh, 2010)                              |
| 11             | Pengevaluasian dan Pemilihan                         | Mahasiswa memahami adanya beberapa macam proses keterlibatan konsumen dalam sebuah pembelian                    | a. Evaluasi Alternatif<br>b. Proses Pilihan Konsumen<br>c. Proses Keterlibatan Tinggi<br>d. Proses Keterlibatan Rendah  | Mahasiswa menganalisa contoh pembelian dengan proses keterlibatan tinggi dan proses keterlibatan rendah              | (John C. Mowen, 2002)<br><br>(Hawkins Mothersbaugh, 2010) |
| 12             | Pascaakuisisi, Kepuasan Konsumen dan Kesetiaan Merek | Mahasiswa dapat mengetahui perilaku konsumen pasca pembelian dan jenis – jenis kesetiaan terhadap merek         | a. Pengalaman Konsumsi<br>b. Pengembangan Kepuasan/Ketidakpuasan Pascaakuisisi<br>c. Disposisi Produk<br>d. Kesetiaan Merek   | Mahasiswa menganalisa kesetiaan merek pada brand – brand mewah   | (John C. Mowen, 2002)<br><br>(Hawkins Mothersbaugh, 2010) |
| 13             | Lingkungan Konsumen dan Dampak Pengaruh Situasional  | Mahasiswa memahami dan mampu menjelaskan secara konkrit adanya pengaruh lingkungan terhadap keputusan pembelian | a. Pengenalan Pada Pemberi Pengaruh Situasional<br>b. Lingkungan Fisik: Suatu Fokus pada Lingkung Toko<br>c. Lingkungan Sosial<br>d. Definisi Tugas<br>e. Waktu Sebagai Pemberi Pengaruh Lingkungan<br>f. Keadaan Terdahulu<br>g. Interaksi di antara Situasi Pemakaian, Orang dan Produk | Mahasiswa melakukan pengamatan pada toko/restauran tertentu dan menganalisa apa yang mempengaruhi pembelian konsumen | (John C. Mowen, 2002)<br><br>(Hawkins Mothersbaugh, 2010) |

| Pertemuan ke : | Kompetensi Dasar                   | Indikator  | Pokok Bahasan/Materi   | Aktifitas Pembelajaran   | Rujukan   |
|----------------|------------------------------------|--|--|--|---|
| 14             | Proses Kelompok, Dyadic dan Difusi | Mahasiswa mengetahui pengaruh kelompok dalam pembelian   | a. Jenis Kelompok<br>b. Pertukaran Dyadic<br>c. Proses Difusi  | Mahasiswa melakukan pengamatan dan diskusi kelompok keputusan pembelian dan kelompok yang mempengaruhi pembelian | (John C. Mowen, 2002)<br><br>(Hawkins Mothersbaugh, 2010) |
| 15             | Proses Rumah Tangga dan Organisasi | Mahasiswa dapat mengidentifikasi peran keluarga dalam pembelian dan mengetahui perilaku pembelian organisasi | a. Keluarga dan Rumah Tangga<br>b. Perilaku Pembelian Organisasi   | Mahasiswa diminta membuat contoh peran keluarga dan pembelian produk tertentu dalam rumah tangga                 | (John C. Mowen, 2002)<br><br>(Hawkins Mothersbaugh, 2010) |
| 16             | Ujian Akhir Semester               | Mahasiswa ujian akhir semester   | a. Komunikasi Persuasif<br>b. Pencarian dan Pengenalan Masalah<br>c. Pengevaluasian dan Pemilihan<br>d. Pascaakuisisi, Kepuasan Konsumen dan Kesetiaan Merek<br>e. Lingkungan Sosial<br>f. Proses Kelompok, Dyadic dan Difusi<br>g. Proses Rumah Tangga dan Organisasi | Mahasiswa mengerjakan UAS  | Ujian Akhir Semester                                      |



Level Taksonomi :

|             |      |
|-------------|------|
| Pengetahuan | 20 % |
| Pemahaman   | 20 % |
| Penerapan   | 20 % |
| Analisis    | 20 % |
| Sintesis    | 10 % |
| Evaluasi    | 10 % |

Komposisi Penilaian :

| Aspek Penilaian          | Prosentase   |
|--------------------------|--------------|
| Ujian Akhir Semester     | 35 %         |
| Ujian Tengah Semester    | 35 %         |
| Tugas Mandiri            | 20 %         |
| Keaktifan Mahasiswa      | 10 %         |
| Komponen lain (jika ada) | 0 %          |
| <b>Total</b>             | <b>100 %</b> |

#### Daftar Referensi

1. Mowen, John C dan Michael Minor. (2001). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
2. Mowen, John C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
3. Mothersbaugh, Hawkins. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw Hills.



| <b>Disusun oleh :</b>   | <b>Diperiksa oleh :</b>  | <b>Disahkan oleh :</b> |                  |
|-------------------------|--------------------------|------------------------|------------------|
| Dosen Pengampu          | Penanggungjawab Keilmuan | Program Studi          | Dekan            |
| Amida Yusriana, M.I.Kom | Khamadi, M.Ds            | Lisa Mardiana, M.Si    | Dr. Abdul Syukur |