



¹Program Studi : Destinasi Pariwisata

²Kode Mata Kuliah : Consumer Behaviour

³Bobot SKS : 2 / minggu

⁴Status Revisi : Akhir

⁵Tanggal Efektif : 2020

⁶Jumlah Halaman :

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (Course Plan)

NAMA MATA KULIAH

CONSUMER BEHAVIOUR

⁸Disiapkan oleh

⁹Diperiksa oleh

¹⁰Disetujui oleh

Dosen/DosenPengampu

Kepala Program Studi

DirekturAkademik

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI : DESTINASI PARIWISATA

MATA KULIAH : CONSUMER BEHAVIOUR

JUMLAH SKS : 2 SEMESTER

TAHUN AKADEMIK : 2020/2021

Standar Kompetensi: Mahasiswa mampu untuk: Mengetahui perilaku-perilaku pada konsumen

Pekan Ke-	Sub-CPMK	Indikator	Materi Perkuliahan / Pokok Bahasan	Bentuk / Metode Pembelajaran	Metode Pembelajaran Blended		Waktu	Penilaian	
					Sinkron	Asinkron		Strategi	Kriteria dan Rubrik
1	Mahasiswa mengetahui kontrak perkuliahan dan peraturan serta tata tertib perkuliahan Mata Consumer Behavior	1. Mengetahui materi-materi yang akan dipelajari. 2. Mengetahui metode perkuliahan yang digunakan. 3. Mengenal dosen yang akan membimbing perkuliahan. 4. Mengenal teman teman sekelas. 5. Mematuhi tata tertib perkuliahan.	Penyampaian Kontrak Perkuliahan, RPS, LSP	Ceramah	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, google meet dan group WA.	Mahasiswa mampu mengenal kontrak perkuliahan, dosen pengampu, teman sekelas, metode yang digunakan, materi yang diajarkan, dan kegiatan ekstra pembelajaran di LSP

		6. Mengetahui bahan rujukan perkuliahan							
2	Memberikan pemahaman mengenai pengaruh faktor-faktor sosial yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai pengaruh faktor budaya	Pengaruh faktor budaya dan sub budaya Pengaruh faktor kelas sosial	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50”	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap
3 - 4	Memberikan pemahaman mengenai pengaruh faktor-faktor sosial yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai pengaruh faktor-faktorsosial	1. Pengaruh faktor Kelompok Acuan 2. Pengertian konsep Kelaurga 3. Pengaruh faktor Keluarga 4. Pengaruh faktor komunikasi interpersonal	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50”	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial

5	Memberikan pemahaman mengenai pengaruh Persepsi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai faktor psikologis	1. Kepribadian dan Gaya Hidup 2. Pengaruh faktor persepsi 3. Pengaruh faktor nilai (values) 4. Pengaruh faktor motivasi	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
6	Memberikan Pemahaman mengenai psikologi konsumen <i>online</i>	Pemahaman mengenai proses psikologi konsumen <i>online</i>	1. Komunitas online 2. Online WoM 3. Customization Decision making	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap
7	Memberikan pemahaman mengenai proses pengambilan keputusan membeli konsumen	Pemahaman mengenai tahap-tahap proses pengambilan keputusan membeli	1. Tahap problem recognition 2. Tahap information search	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial

			3. Tahap evaluation of alternatives 4. Tahap decision 5. Tahap post decision						
8	U T S								
9	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen	Persepsi terhadap resiko	1. Pengertian persepsi terhadap resiko 2. Jenis-jenis persepsi terhadap resiko 3. Upaya mengatasi persepsi terhadap resiko	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial dan spiritual
10	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Kategori produk Low & High Involvement	1. Produk High Involvement 2. Produk Low involvement	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap

11	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Fenomena Unplanned purchase	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impulse purchase 2. Repeat purchase behavior 	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial
12	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Fenomena loyalitas merk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis-jenis pengukuran loyalitas merk 2. Strategi penciptaan loyalitas pada produk low involvement 	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial

	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa mampu memahami faktor-faktor strategi pemasaran yang mempengaruhi perilaku konsumen	Pengaruh penetapan harga terhadap persepsi konsumen	1. Fair cost standard 2. Reverse Direction Price Perception Out of pocket cost	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui google meet, Mempelajari video pembelajaran berdasarkan penugasan.	Mahasiswa mampu memahami konsep social dlm pengambilan keputusan berdasarkan video pembelajaran yang sudah disaksikannya. Kognitif, keterampilan dan sikap
	Setelah mengikuti perkuliahan ini diharapkan mahasiswa memahami fenomena-fenomena yang relevan dengan perilaku konsumen	Fenomena konsumerisme	Gerakan Konsumerisme, deskripsi dan penerapannya di Indonesia	Praktek dan Penugasan	v	v	3x50 "	Pembelajaran melalui Spada, googlemeet dan group WA.	Kognitif, sikap sosial

