	Universitas Negeri Surabaya S1 Pendidikan Bisnis	Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Perilaku Konsumen	8721103057		3		15 November 2026

OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi
		Renny Dwijayanti, S.Pd., M.Pd	TRI SUDARWANTO

Deskripsi Singkat MK

Pembahasan tentang konsep perilaku konsumen serta implementasinya dalam dunia pendidikan ekonomi terutama sebagai bekal memasuki dunia kerja menjadi guru ekonomi di SMK. Pemahaman konsep serta pengkajian perilaku konsumen serta pelaksanaannya sehingga diperoleh informasi pemasaran sebagai saranan pelaksanaan riset pasar dan pengambilan keputusan. Perkuliahan dilaksanakan dengan sistem analisis studi kasus, presentasi dan diskusi, dan refleksiCourse DescriptionDiscussion about the concept of consumer behavior and its implementation in the world of economic education, especially as a provision to enter the world of work to become an economics teacher in vocational schools. Understanding the concept and assessing consumer behavior and its implementation in order to obtain marketing information as a means of implementing market research and decision making. Lectures are carried out using a case study analysis system, presentation and discussion, and reflection

Capaian Pembelajaran (CP)

CPL-PRODI yang dibebankan pada MK

CPL-6	Mampu mengaplikasikan konsep ilmu Bisnis dan Pemasaran dan bidang kelimuan lain yang serumpun sebagai pendukung penguasaan kelimuan yang relevan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi
CPL-2	Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan
CPL-9	Mampu menerapkan fungsi manajemen dalam mengelola dan mengevaluasi kelayakan usaha

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

CPMK-1	Able to analyze theories and concepts of consumer behavior
CPMK-2	Able to demonstrate a responsible attitude towards work independently
CPMK-3	Able to solve problems in consumer behavior activities
CPMK-4	Able to utilize ICT to track data and information about consumer behavior

Matrik CPL - CPMK

CPMK	CPL-6	CPL-2	CPL-9
CPMK-1	✔		
CPMK-2		✔	
CPMK-3			✔
CPMK-4			✔

Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)

CPMK	Minggu Ke															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK-1		✔	✔				✔		✔	✔				✔	✔	
CPMK-2	✔				✔						✔	✔				
CPMK-3						✔		✔					✔			✔
CPMK-4				✔												

Pustaka

Utama :	

1. James F Engel, R.D Blackwell, dan Paul W M. 1994. Perilaku konsumen jilid I &II . Terjemahan Binarupa Aksara.
2. Anwar Prabu M, Refika Aditama. 2002. Perilaku konsumen edisi revisi.
3. Sutisna. 2001. Perilaku konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Reemaja Rosdakarya.
4. Winardi. 1991. Marketing dan Perilaku Konsumen. Bandung: Madar Maju.
5. L.G Schiffman dan L.L Kanuk. 1997. Consumer Behavior International Edition. Prentice Hall International.
6. Michael R Solomon. 1998. Consumer Behavior 4th edition. Prentice Hall International.
7. Assael Henry. 1994. Consumer Behavior and Marketing Action 5th ed. International Thomson Publishing.
8. Uyung Sulaksana. 2003. Integrated Marketing Communications "Teks dan Kasus". Pustaka Pelajar.

Pendukung :	

Mg Ke-	**Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)**	**Penilaian**		**Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]**		**Materi Pembelajaran**	**Bobot Penilaian (%)**
		Indikator	**Kriteria & Bentuk**	**Luring (*offline*)**	***Daring (online*)**		
(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**	**(8)**
1	Mendeskripsikan gambaran umum Perilaku Konsumen yang meliputi ruang lingkup dan model perilaku konsumen	1. Mendeskripsikan ruang lingkup perilaku konsumen 2. Menyebutkan model perilaku konsumen	Skor >80-100 Mendeskripsikan ruang lingkup dan model perilaku konsumen dengan benar	1) Membaca literatur 2) diskusi case study			5%
2	Menganalisis perbedaan model perilaku konsumen	1. Menyebutkan model-model perilaku konsumen 2. Mengidentifikasi perbedaan model perilaku konsumen 3. Mengananalisis perbedaan model perilaku konsumen	>80 Mampu Mendeskripsikan gambaran umum Perilaku Konsumen yang meliputi ruang lingkup dan model perilaku konsumen	Membaca literatur dan diskusi case study terkait model perilaku konsumen			
3	Mengidentifikasi kepuasan konsumen, faktor pendorong kepuasan dan Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	1. Mendeskripsikan prinsip-prinsip kepuasan konsumen 2. Menjelaskan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen 3. Menganalisis prinsip-prinsip kepuasan konsumen dan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen	>80 Mampu Menganalisis prinsip-prinsip kepuasan konsumen dan factor-faktor pendorong kepuasan konsumen	Membaca literatur dan diskusi terkait factor-faktor pendorong kepuasan konsumen			
4	Menganalisis dimensi kualitas layanan dan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	1. Menganalisis dimensi kualitas layanan 2. Menjelaskan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	>80 Mampu Menganalisis dimensi kualitas layanan dan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	Membaca literatur dan diskusi terkait dimensi kualitas layanan			
5	Mengidentifikasi motivasi dan kebutuhan konsumen	1. Mengidentifikasi dasar pembentukan motivasi konsumen 2. Mengidentifikasi kebutuhan konsumen didasarkan dari motivasi konsumen	>80 Mampu mengidentifikasi motivasi dan kebutuhan konsumen dengan tepat	Membaca literatur dan diskusi terkait motivasi dan kebutuhan konsumen			
6	Menganalisis kepribadian dan gaya hidup	Menjelasakan kaitan antara kepribadian, gaya hidup dengan keputusan pembelian	>80 Mampu mengidentifikasi kaitan antara kepribadian, gaya hidup dengan keputusan pembelian konsumen dengan tepat	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			10%

7	Mendeskripsikan pembelajaran konsumen	1. Menjelaskan tahapan pengolahan informasi konsumen 2. Menganalisis tahapan pengolahan informasi konsumen '	>80 Mampu mengidentifikasi tahapan informasi konsumen secara tepat	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat Diskusi studi kasus kelompok			10%
8	UTS		-	-			20%
9	Mendeskripsikan pembelajaran konsumen	Menjelaskan: (a) Pengertian dan macam-macam proses belajar. (b) Syarat-syarat proses belajar. (c) Proses belajar classical conditioning danmembuatcontohpenerapandalampemasaran. (d) Proses belajar instrumental dan membuat contoh penerapan dalam pemasaran. (e) Proses belajar observational dan penerapan dalam pemasaran		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			5%
10	Mendeskripsikan pengetahuan dan sikap konsumen	Menjelasakan: (a) Pengertian pengetahuan dan sikap, macam pengetahuan serta karakteristik sikap. (b) Pengetahuan produk dan aplikasi dalam pemasaran. (c) Pengetahuan pembeliandan memberi contoh penerapandalam pemasaran. (d) Pengetahuan pemakaian dan memberi contoh penerapandalam pemasaran. (e) Fungsi sikap sebagai metode merubah sikap. (f) Model tiga komponen model sikap multi atribut fishbeny model sikap angka ideal		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			
11	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			
12	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			
13	Merumuskan faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan	Menjelaskan berbagai variabel dari faktor lingkungan		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			
14	Menganalisis keputusan pembelian dan loyalitas	Menjelaskan proses keputusan konsumsi, pasca konsumsi dan loyalitas		Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			10%
15	Memahami strategi pemasaran dan konsumerisme, UU, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab sosial	Menjelaskan strategi pemasaran dan konsumerisme, UU, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab sosial	Peserta aktif dalam kegiatan diskusi, bisa menjawab pertanyaan serta bertanya dalam diskusi > 75	Membaca literatur dan diskusi teman sejawat			10%
16	UAS		-	-			30%

SDGS (Sustainable Development Goals)



Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi (CPL-Prodi)** adalah rumusan kemampuan yang harus dimiliki oleh lulusan program studi yang mencakup sikap, penguasaan pengetahuan, keterampilan umum, dan keterampilan khusus sesuai dengan jenjang kualifikasi, yang diperoleh melalui proses pembelajaran.

2. **CPL-Prodi yang dibebankan pada Mata Kuliah** adalah bagian dari CPL-Prodi yang dipilih dan relevan untuk dikembangkan melalui suatu mata kuliah, sebagai dasar perumusan capaian pembelajaran mata kuliah.
3. **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dirumuskan secara spesifik dan diturunkan dari CPL-Prodi yang dibebankan pada mata kuliah, serta menggambarkan kompetensi yang harus dicapai mahasiswa setelah menyelesaikan mata kuliah.
4. **Sub-CPMK** adalah kemampuan akhir yang direncanakan pada setiap tahap pembelajaran, sebagai penjabaran lebih rinci dari CPMK, bersifat terukur dan dapat diamati sesuai dengan materi pembelajaran.
5. **Indikator Penilaian** adalah pernyataan spesifik dan terukur yang digunakan untuk menilai ketercapaian Sub-CPMK, baik dari proses maupun hasil belajar mahasiswa, yang didukung dengan bukti penilaian.
6. **Kriteria Penilaian** adalah tolok ukur yang digunakan untuk menentukan tingkat ketercapaian hasil belajar mahasiswa berdasarkan indikator penilaian, guna menjamin penilaian yang objektif, konsisten, dan adil. Kriteria penilaian dapat bersifat kuantitatif dan/atau kualitatif.
7. **Bentuk Penilaian** meliputi penilaian tes dan non-tes sesuai dengan karakteristik capaian pembelajaran.
8. **Bentuk Pembelajaran** meliputi kuliah, responsi, tutorial, seminar atau bentuk lain yang setara, praktikum, praktik studio, praktik bengkel, praktik lapangan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
9. **Metode Pembelajaran** merupakan cara penyampaian pembelajaran yang digunakan untuk mencapai capaian pembelajaran, antara lain Small Group Discussion, Project Based Learning, Case Based Learning, Collaborative Learning, Discovery Learning, Self-Directed Learning, serta metode lain yang relevan.
10. **Materi Pembelajaran** adalah bahan kajian yang disusun secara sistematis dalam bentuk pokok dan sub-pokok bahasan untuk mendukung pencapaian Sub-CPMK.
11. **Bobot Penilaian** adalah persentase kontribusi setiap komponen penilaian terhadap nilai akhir mata kuliah, yang ditetapkan secara proporsional sesuai tingkat kompleksitas dan ketercapaian Sub-CPMK, dengan total keseluruhan sebesar 100%.
12. TM = Tatap Muka, PT = Penugasan Terstruktur, BM = Belajar Mandiri.