RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDY MANAJEMEN

 SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PASAMAN

(STIE PASAMAN)

Mata Kuliah : Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran

Semester : VI (enam)

Kode : MKBU 617

Tahun Akademik : 2016/2017 :

Dosen : Hj. Erdawati, SE.,M.Si

SKS : 3 SKS

**Capaian Pembelajaran** :

Mampu untuk mengidentifikasi kebutuhan dari konsumen, merencanakan dan membuat strategi pemasaran beserta program pemasaran, Mampu untuk membuat perencanaan strategi pemasaran dan baurannya berdasarkan karakteristik perilaku konsumennya sertaMemahami aplikasi dari ilmu perilaku konsumen didalam memenangkan persaingan bisnis.

**Deskripsi Singkat :**

Matakuliah ini membahas tentang bagaimana prilaku konsumen harus diintegrasikan dengan baik dan bagaimana topik-topik yang ada saling terkait dan dapat dipergunakan oleh manajer untuk mengembangkan strategi pemasaran, membicarakan perilaku serta memberikan perlakuan rinci atas tindakan konsumen dan bagaimana tindakan ini mempengaruhi serta dipengaruhi oleh strategi pemasaran, membicarakan tentang lingkungan dan menganalisa rangsangan yang datang dari luar konsumen yang mempengaruhi cara mereka berpikir, merasa dan bertindak.

**KOMPONEN PENILAIAN**

|  |  |
| --- | --- |
| Komponen Penilaian | Bobot |
| Tugas Tengah Semester | 15% |
| Ujian Tengah Semester | 25% |
| Tugas Akhir Semester | 15% |
| Ujian Akhir Semester | 25% |
| Partisipasi dalam kelas dan Kehadiran. | 20% |

**Daftar Pustaka** :

1. Prof. Dr. J. Supranto, M. A., APU - Dr. H. Nandan Limakrisna, Ir., M.M., CQM, 2011

Perilaku konsumen & Strategi pemasaran, Untuk memenangkan persaingan bisnis. Edisi 2

 2. J. Paul Peter. – Jerry C. Olson . 2000 Consumen Behavior

Perilaku konsumen dan Strategi pemasaran Edisi 4, Jilid 2

 3. Leon G. Schiffman dan Leslie Lazae kanuk. 2008 Perilaku Konsumen Edisi ke Tujuh.

 4. Fandy Tjiptono. 2008 Strategi Pemasaran Edisi III Yogyakarta : ANDI

 5. Dr. H. Mulyadi Nitisusastro. 2012 Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan

 Cetakan ke I. ALFABETA, CV

 Menyetujui: Dosen Pengampu

Ketua Program Study Manajemen

 **MEGA USVITA, SE., M.Si Hj. ERDAWATI, SE.,M.Si**

Acara Pembelajaran

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| Minggu Ke  | Kemampuan akhir yang diharapkan | Bahan kajian (materi ajar) | Metode Pembelajaran | Waktu | Pengalaman Belajar Mahasiswa | Kriteria (indikator) Penilaian | Bobot Nilai |
| 1 | Mahasiswa menguasai CP mata kuliah Semester, dan cara pencapaiannya serta memahami maksud dari Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. | PENYAMPAIAN KONTRAK KULIAH, RPS DAN Materi Pengantar Prilaku Konsumen & Starategi Pemasaran | Pemaparan dikelas dan Tanya jawab seputaran kontrak perkuliahan | 90 menit45 menit | Mahasiswa dapat mengetahui rencana materi 1 semester, kriteria pemberian nilai, proses pembelajaran. | Tanya jawab seputar kontrak perkuliahan | 5 % |
| 2 | Mahasiswa menguasai* proses pemasaran melalui kegiatan pertukaran (*exchange*)
* Menjelaskan nilai (value)/nilai lebih kepada konsumen.
* Menguasai dimana melayani satu segmen lebih mudah dari melayani beberapa segmen
* Agar memahami faktor2 yang mempengaruhi keputusan konsumen
 | ARTI PENTINGNYA PERILAKU KONSUMEN DALAM STRATEGI PEMASARAN | * Pemaparan dikelas, dan diskusi
* Tanya jawab

  | 90 menit45 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mahasiswa mempelajari sumber-sumber pembelajaran

  | * Ketepatan menjawab dan kebenaran penjelasan.
* Keberanian mengungkapkan pendapat
 | 5% |
| 3 | Mahasiswa mampu* Membentuk segmen dengan melihat karakteristik/ sifat konsumen.
* Bisa membaca segmen mana dan berapa banyak segmen yang akan dilayani.

- Mampu memberikan tawaran didalam memilih perbedaan dengan pesaing dimata konsumen. | SEGMENTASI, PASAR SASARAN, DAN PEMOSISIAN PRODUK | * Pemaparan dikelas, dan diskusi
* Tanya jawab
 | 90 menit45 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mahasiswa mempelajari sumber-sumber pembelajaran

  | * Ketepatan menjawab dan kebenaran penjelasan.
* Keberanian mengungkapkan pendapat
 | 5% |
| 4 | Mahasiswa mampu memahami aspek lingkungan social mikro, grup reverensi dan keluarga beserta pengaruhnya serta bagaimana grup ini mempengaruhi keputusan pilihan. |  GRUP REFERENSI DAN KELUARGA | * Pemaparan di kelas dan diskusi
* Tanya jawab
 | 90 menit45 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mahasiswa mempelajari sumber-sumber pembelajaran
 | * Ketepatan menjawab dan kebenaran penjelasan.
* Keberanian mengungkapkan pendapat
 | 5% |
|  |
| 5 | Mahasiswa dapat* Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen
* Kontak produk dengan loyalitas merek
* Ciri-ciri produk, kemasan, warna kemasan,.

-Karakteristik konsumen dan karakteristik produk | PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PRODUK | * Pemaparan dikelas., dan diskusi
* Tanya jawab
 | 90 menit45 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mahasiswa mempelajari sumber-sumber pembelajaran
 | * Ketepatan menjawab dan kebenaran penjelasan
* Keberanian mengungkapkan pendapat
 | 5% |
| 6 | Mahasiswa mampu: * Bentuk – bentuk jenis promosi
* Proses komunikasi dan tujuan dari komunikasi promosi
* Kekacauan promosi, tingkat persaingan
* Kontak informasi, komunikasi dari mulut kemulut
* Menganalisis hubungan konsumen – produk
 | PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PROMOSI | * Pemaparan dikelas, dan diskusi
* Tanya jawab
 | 90 menit45 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mahasiswa mempelajari sumber-sumber pembelajaran
 | * Ketepatan menjawab dan kebenaran penjelasan.
* Keberanian mengungkapkan pendapat
 | 5% |
| 7 | Mahasiswa mampu memahami* Staretgi penetapan harga, analisis hubungan konsumen produk

Menganalisis situasi lingkungan | PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PENETAPAN HARGA | * Pemaparan dikelas,dan diskusi
* Tanya jawab
 | 45 menit90 menit | TugasDiskusi | * Ketepatan menjawab dan kebenaran penjelasan.
* Keberanian mengungkapkan pendapat
 | 5% |
| 8 | ***UJIAN TENGAH SEMESTER*** | ***15 %***  |
| 5 | Mahasiswa mampu | PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI SALURAN DISTRIBUSI | * Pemaparan dikelas
* Presentasi kelompok
 | 45 menit90 menit | Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.Mampu mampu bekerjasama dengan Tim | * Kemampuan memahami materi
* Keberanian menyampaikan pendapat/menjelas kan secara lisan
 | 5% |
| 10 | Mahasiswa mampu | KONSUMEN SEBAGAI INDIVIDU (MOTIVASI KONSUMEN, DAN KEPRIBADIAN KONSUMEN) | * Pemaparan dikelas
* Presentasi kelompok
 | 45 menit90 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mampu mampu bekerjasama dengan Tim
 | * Kemampuan memahami materi
* Keberanian menyampaikan pendapat/menjelas kan secara lisan
 | 5% |
| 11 | Mahasiswa mampu | KONSUMEN SEBAGAI INDIVIDU (PERSEPSI KONSUMEN DAN PEMBELAJARAN KONSUMEN) | * Pemaparan dikelas
* Presentasi kelompok
 | 45 menit90 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mampu mampu bekerjasama dengan Tim
 | * Kemampuan memahami materi
* Keberanian menyampaikan pendapat/menjelas kan secara lisan
 | 5% |
| 12 | Mahasiswa mampu: * Memberikan gambaran yang terinci mengenai dimensi social budya dari perilaku konsumen.
* Mempengaruhi sikap dan perilaku para individu
 | KONSUMEN DALAM LINGKUNGAN SOCIAL BUDAYA ( Kelas social dan prilaku konsumen) | * Pemaparan dikelas
* Presentasi Kelompok
 | 45 menit90 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mampu mampu bekerjasama dengan Tim
 | * Kemampuan memahami materi
* Keberanian menyampaikan pendapat/menjelas kan secara lisan
 | 5% |
| 13 | Mahasiswa mampu | PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN | * Pemaparan dikelas
* Presentasi kelompok
 | 45 menit90 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mampu mampu bekerjasama dengan Tim
 | * Mampu mengerjakan tugas sesuai dengan materi.
* Keberanian menyampaikan pendapat
 | 5% |
| 14 | Mahasiswa mampu | PERTIMBANGAN SOSIAL DAN ETIKA | * Pemaparan dikelas
* Presentasi Kelompok
 | 45 menit90 menit | * Mahasiswa dapat memahami materi yang disajikan.
* Mampu mampu bekerjasama dengan Tim
 | * Mampu mengerjakan tugas sesuai dengan materi.
* Keberanian menyampaikan pendapat
 | 5% |
| 15 | Mahasiswa dapat :  | STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN | * Pemaparan dikelas
* Menganalisa kasus
 | 45 menit90 menit | * Tugas
* Diskusi
 | * Mampu mengerjakan tugas sesuai dengan materi.
* Keberanian menyampaikan pendapat
 | 5 % |
| 16 | ***UJIAN AKHIR SEMESTER*** | ***15 %*** |