

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH: PSIKOLOGI KONSUMEN



Nama Dosen : Dra. Endang Widyastuti
Program Studi : S1 Psikologi
Fakultas : Psikologi
Institusi : Universitas Setia Budi

2021

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Nama Mata Kuliah/Kode : Psikologi Konsumen / K600501315
SKS : 3 sks
Semester : 6
Program Studi : S1 Psikologi
Dosen Pengampu : Dra. Endang Widyastuti, MA

CAPAIAN PEMBELAJARAN :

a. CP LULUSAN YANG DIBEBANKAN PADA MATA KULIAH

Kemampuan dalam penguasaan konsep dan teori-teori dasar dalam Psikologi Industri dan Organisasi

b. CP MK YANG RELEVAN DENGAN CP LULUSAN

a. Hard Skills :

- Menjelaskan peran psikologi dalam meningkatkan efektivitas perilaku konsumen.
- Menjelaskan faktor-faktor psikologis yang berpengaruh pada perilaku konsumen

b. Soft Skills :-

MATRIKS PEMBELAJARAN :

Minggu	Kemampuan akhir yang diharapkan	Materi/Pokok Bahasan	Strategi Pembelajaran	Latihan yang dilakukan	Waktu yang disediakan	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Menjelaskan ruang lingkup Psikologi Konsumen.	Perilaku konsumen berbasis teknologi	E-learning (GC, google meet), Diskusi	Menuliskan harapan yang akan dicapai	3 X 50 mnt	-	20%
2	Menjelaskan segmentasi, target pasar dan positioning	Segmentasi, target pasar dan positioning	E-learning (GC, google meet), Diskusi	Diskusi	3 X 50 mnt	Keaktifan diskusi	
3	Mendeskripsikan determinan motivasi dan kepribadian konsumen	Motivasi dan kepribadian konsumen	E-learning (GC, google meet), Diskusi	Diskusi	3 X 50 mnt		
4	Menguraikan peran persepsi dalam perilaku konsumen	Persepsi konsumen UKAD 1	E-learning (GC, google meet), Discovery Learning (DL)	Diskusi	3 X 50 mnt	Keterlibatan dalam diskusi	20%

5	Menelaah peran pembelajaran dalam perilaku konsumen	Pembelajaran konsumen	E-learning (GC, google meet), Case Study	Diskusi kasus Melaporkan hasil kajian kasus	3 X 50 mnt	Ketepatan analisa masalah	
6	Merumuskan pembentukan sikap konsumen dan perubahannya	Pembentukan sikap konsumen dan perubahannya	E-learning (GC, google meet), Diskusi	Brainstorming, Diskusi, pelaporan	3 X 50 mnt	Kreativitas, ketepatan mengemukakan ide	
7	Menguraikan <i>Persuading Consumers</i>	<i>Persuading Consumers</i>	E-learning (GC, google meet), Diskusi	Brainstorming, Diskusi, pelaporan	3 X 50 mnt	Kreativitas, ketepatan mengemukakan ide	
8	UKD 2	-	Uji Tulis	-	3 X 50 mnt	Kelengkapan dan keakuratan kajian jurnal	
9	Menyimpulkan peran Iklan dalam perilaku konsumsi	Iklan: cetak, broadcast dan social/ <i>mobile media</i>	E-learning (GC, google meet), Contextual Instruction (CI)	Diskusi, ceramah	3 X 50 mnt	Keterlibatan dalam diskusi	25%
10	Mendeskripsikan peran referensi kelompok dan <i>Word-of-Mouth</i>	Referensi kelompok dan <i>Word-of-Mouth</i>	E-learning (GC, google meet), Contextual Instruction (CI)	Ceramah, FGD	3 X 50 mnt	Keterlibatan dalam diskusi	
11	Menjabarkan pengaruh keluarga dan posisi sosial	Keluarga dan posisi sosial	E-learning (GC, google meet), Problem Based Learning (PBL)	Brainstorming, diskusi	3 X 50 mnt	Ketepatan analisa masalah	
12	Menggambarkan pengaruh budaya pada perilaku konsumen	Pengaruh budaya pada perilaku konsumen UKAD 3	E-learning (GC, google meet), Diskusi	Diskusi	3 X 50 mnt	Kemampuan mengemukakan gagasan	
13	Menganalisa peran Sub-budaya dan perilaku konsumen Perilaku konsumen lintas budaya: perspektif internasional	Sub-budaya dan perilaku konsumen Perilaku konsumen lintas budaya: perspektif internasional	E-learning (GC, google meet), Diskusi	Merumuskan hasil roleplay	3 X 50 mnt	Ketepatan rumusan masalah	35 %

14	Menelaah proses pengambilan keputusan konsumen dan penyebaran inovasi	Pengambilan keputusan konsumen dan penyebaran inovasi	E-learning (GC, google meet), Case Study	Brainstorming, diskusi, presentasi	3 X 50 mnt	Ketepatan analisa kasus
15	Mengaplikasikan teori psikologi dalam perilaku konsumsi	Etika pemasaran dan pertanggungjawaban social Riset konsumen	E-learning (GC, google meet), Case Study		3 X 50 mnt	
16	UKAD 4	UKAD 4	Project Based Learning (PjBL)	Poster/brosur/flyer pemasaran produk	3 X 50 mnt	Kreatifitas, kelengkapan teori, ketajaman analisa

DAFTAR REFERENSI

- Engel, JF., Blackwell RD., & Miniard PW. 1994. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara
- Hawkins, DI., Mothersbaum, DL & Best RJ. Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. New York: McGraw-Hill Int'l Ed
- Schiffman, L.G. & Wisenblit, J.L. (2015). Consumer Behavior. Essex: Pearson Education Limited

Mengetahui,

Kaprodi



Prilya Shanty Andrianie, M.Psi, Psikolog
NIDN 0629048303

Menyetujui,

Peer Group



(Patria Mukti, S. Psi, M.Si)
NIDN 0607108701

Surakarta, Februari 2021

Dosen/ Tim Dosen



(Endang Widyastuti)
NIDN 0620056702

FORMAT RANCANGAN TUGAS

Nama Mata Kuliah : Psikologi Konsumen / K600501315 **sks** : 3
Program Studi : S1 Psikologi **Pertemuan ke** : 1, 2
Fakultas : Psikologi

A. TUJUAN TUGAS: Mahasiswa mampu menjabarkan perilaku konsumen sebagai kerangka pikir interdisipliner

B. URAIAN TUGAS:

a. Obyek Garapan : Perilaku konsumen berbasis teknologi, dan Segmentasi, target pasar dan positioning

b. Metode/Cara Pengerjaan (acuan cara/langkah pengerjaan):

- Mahasiswa menentukan menentukan satu produk spesifik yang akan dikaji Segmentasi, target pasar dan positioning
- Mahasiswa melakukan Small Group Discussion
- Mahasiswa menuliskan ringkasan hasil diskusi dalam format word, diketik di kertas ukuran A4 dengan jumlah halaman antara 2 – 3 halaman

c. Deskripsi Luaran tugas yang dihasilkan: kajian Segmentasi, target pasar dan positioning produk

C. KRITERIA PENILAIAN

POLA PENILAIAN KOMPETENSI

KRITERIA 1:

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Kelengkapan hasil kajian	Mereview seluruh proses pembelian secara integratif dengan mempertimbangkan seluruh faktor-2 yang mempengaruhi	Mereview seluruh proses pembelian secara integratif dengan mempertimbangkan sebagian faktor-2 yang mempengaruhi	Mereview proses pembelian secara integratif tanpa mempertimbangkan faktor-2 yang mempengaruhi	Mereview proses pembelian secara integratif tanpa mempertimbangkan faktor-2 yang mempengaruhi	Mereview proses pembelian tanpa mempertimbangkan faktor-2 yang mempengaruhi	50

KRITERIA 2:

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Keberhasilan hasil review	Mereview proses pengambilan keputusan dengan benar dan komprehensif	Mereview proses pengambilan keputusan dengan benar	Mereview proses pengambilan keputusan dengan sedikit kesalahan	Mereview proses pengambilan keputusan dengan beberapa kesalahan	-	50

LAMPIRAN – LAMPIRAN:

1. Lecture Notes: power point
2. Lembar Kerja
3. Selected Reading Material (daftar alamat web; buku; print out artikel; fotocopy)

FORMAT RANCANGAN TUGAS

Nama Mata Kuliah : Psikologi Konsumen / K600501315 sks : 3
 Program Studi : S1 Psikologi Pertemuan ke : 3 - 6
 Fakultas : Psikologi

A. TUJUAN TUGAS: Mahasiswa mampu menjabarkan pengaruh faktor-faktor psikologis terhadap perilaku konsumen.

B. URAIAN TUGAS:

a. Obyek Garapan : Motivasi dan kepribadian konsumen, Persepsi konsumen, Pembelajaran konsumen, dan Pembentukan sikap konsumen dan perubahannya

b. Metode/Cara Pengerjaan (acuan cara/langkah pengerjaan):

- Dosen menyediakan jurnal dengan tema sesuai dengan objek garapan dengan jumlah yang sama dengan jumlah kelompok
- Mahasiswa memilih secara acak satu jurnal untuk direview, dengan isi kajian: latar belakang masalah, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, serta review.
- Mahasiswa menuliskan ringkasan dalam format word, diketik di kertas ukuran A4 dengan jumlah halaman antara 3 – 4 halaman

c. Deskripsi Luaran tugas yang dihasilkan: Review/studi kasus

C.KRITERIA PENILAIAN

POLA PENILAIAN KOMPETENSI

KRITERIA 1:

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Kelengkapan sistematika kajian jurnal	Kajian disajikan secara sistematis dan terstruktur dengan baik	Kajian disajikan secara sistematis dan terstruktur	Kajian disajikan secara sistematis	Kajian disajikan kurang sistematis dan tidak lengkap	-	50

KRITERIA 2:

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Tingkat kedalaman pembahasan	Pembahasan dilakukan dengan lengkap dan komprehensif	Pembahasan dilakukan dengan lengkap	Pembahasan dilakukan dengan kurang lengkap	Pembahasan dilakukan dengan tidak lengkap		50

LAMPIRAN – LAMPIRAN:

1. Lecture Notes: power point
2. Lembar Kerja
3. Selected Reading Material (daftar alamat web; buku; print out artikel; fotocopy)

FORMAT RANCANGAN TUGAS

Nama Mata Kuliah : Psikologi Konsumen / K600501315 sks : 3
 Program Studi : S1 Psikologi Pertemuan ke : 7, 9 - 10
 Fakultas : Psikologi

A.TUJUAN TUGAS: Mahasiswa mampu menguraikan peran komunikasi dan persuasi dalam psikologi konsumen.

B. URAIAN TUGAS:

a. Obyek Garapan : *Persuading Consumers*, Iklan: cetak, broadcast dan social/ mobile media, Referensi kelompok dan *Word-of-Mouth*

b. Metode/Cara Pengerjaan (acuan cara/langkah pengerjaan):

- Mahasiswa memilih produk yang akan dibuat iklan .
- Mahasiswa memilih media periklanan yang akan dipilih untuk tugas "besar".
- Mahasiswa merencanakan "content" iklan.

b. Metode/Cara Pengerjaan (acuan cara/langkah pengerjaan):

- Mahasiswa memilih produk yang akan dibuat iklan .
- Mahasiswa menetapkan media periklanan yang akan dipilih untuk tugas "besar".
- Mahasiswa membuat desain iklan dengan mengintegrasikan elemen psikologis, sosial, dan komunikasi

c. Deskripsi Luaran tugas yang dihasilkan: desain iklan (poster/brosur/flyer), uraian analisa integrasikan elemen psikologis, sosial, dan komunikasi

C.KRITERIA PENILAIAN

POLA PENILAIAN KOMPETENSI

KRITERIA 1:

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Kedalaman kajian riset	Penelitian dilakukan dengan lengkap, benar dan komprehensif	Penelitian dilakukan dengan lengkap dan benar	Penelitian dilakukan dengan benar	Penelitian dilakukan dengan masih terdapat beberapa kesalahan	-	60

KRITERIA 2:

DIMENSI	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Batas	Kurang Memuaskan	Di bawah standard	SKOR
Kreatifitas	Tema penelitian aktual dan menarik	Tema penelitian aktual	Tema penelitian menarik	Tema yang dipilih tidak ada unsur kebaruan		40

LAMPIRAN – LAMPIRAN:

1. Lecture Notes: power point
2. Lembar Kerja
3. Selected Reading Material (daftar alamat web; buku; print out artikel; fotocopy)