



SILABUS MATA KULIAH

Mata Kuliah	: Perilaku Konsumen	
Kode	: MB 421	
SKS/Semester	: 3 / Semester Ganjil	
Dosen/Kode	: Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si	Kode : 0630
	Hj. Sumiyati, SE,M.Si	Kode :1087
	Drs.Rd.Dian H. Utama, M.Si	Kode :1974
Prasyarat	: -	

1. Tujuan Pembelajaran Mata Kuliah

- Menunjukkan kepada mahasiswa agar memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang perilaku konsumen dari sudut kepentingan Manajemen Pemasaran.
- Menggambarkan secara menyeluruh tentang berbagai konsep dan teori perilaku untuk memahami Perilaku Konsumen
- Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengembangkan strategi pemasaran
- Memahami tipe-tipe konsumen dan segmentasi pasar
- Memahami teori-teori pengambilan keputusan konsumen
- Memahami strategi pemasaran, konsumenisme, dan tanggung jawab sosial perusahaan
- Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis

2. Deskripsi Ringkas

Mata kuliah ini membahas masalah tentang perilaku konsumen berdasarkan pengertiannya, konsep dan teori perilaku untuk memahami perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengembangkan strategi Pemasaran, tipe-tipe konsumen dan segmentasi pasar, teori tentang pengambilan keputusan konsumen, strategi pemasaran, konsumenisme, Undang-undang Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis dan tanggungjawab sosial perusahaan.

3. Sumber Pelajaran/Referensi

Wajib

- Perilaku Konsumen, James F. Engel, FX Budiyantri, Binanya, Jakarta
- Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen, Hani Handoko, Yogya
- Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran, Sutisna, Rosda, Bandung
- Consumers Behavior (Building Marketing Strategy), Hawkins Best Coney, MC GrawHill

Penunjang

- Psikologi dalam Perusahaan, Panji Anggoro, Rineka Cipta, Jakarta
- Marketing dan Perilaku Konsumen, Winarti, Mender Maju, Bandung
- Marketing Management, Kotler, Prentee Hall. Inc, New Jersey
- Prinsip, Pemasaran, WJ. Stanton, Y, Lemort, Erlangga, Jakarta



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS – UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Jl Dr Setiabudhi No 229 Bandung 40154 Telp& Fax. 022- 2007634



Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Sub Pokok Bahasan	Jumlah/ Jam Tata Muka	Sumber/Referensi
1. Memperoleh pengetahuan dan pemahaman perilaku konsumen dari sudut manajemen pemasaran	Pentingnya perilaku konsumen bagi Manajemen pemasaran	a. Pentingnya pemasaran dan manajemen pemasaran b. Ruang lingkup perilaku konsumen c. Kerangka analisis perilaku konsumen d. Pasar konsumen dan perilaku konsumen	2	Hani Hendarto Winardi Philip Kotler Hawkins Sutisna
2. Menggambarkan berbagai teori dan model perilaku konsumen	Teori dan Model Perilaku Konsumen	a. Teori-teori Perilaku Konsumen b. Model-model Perilaku Konsumen c. Perilaku konsumen Costumers Goods d. Perilaku Konsumen industrial Goods	2	Hani Hendarto Kotler Engel, Sutisna
3. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku Konsumen untuk mengembangkan Strategi Pemasaran	Pengaruh lingkungan	a. Nilai-nilai bangsa dan etnis b. Kelas dan status sosial c. Pengaruh Pribadi d. Pengaruh Keluarga dan rumah tangga e. Pengaruh situasi	2	Engel Winardi Hawkins Sutisna
	Perbedaan individu	a. Sumber daya konsumen b. Keterlambatan dan metivasi c. Pengetahuan d. Sikap e. Perbedaan individu dalam prilaku	2	Engel Winardi Hawkin Sutisna
	Proses Psikologi	Proses psikologi jasa faedah konsumen	2	Engel, Hawkin, Sutisna
4. Memahami tipe-tipe konsumen dan segmentasi pasar	Tipe-tipe konsumen Segmentasi Pasar	- Tipe-tipe konsumen - Pengertian segmentasi pasar	2	Philip Kotler Engel, Sutisna



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS – UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
Jl Dr Setiabudhi No 229 Bandung 40154 Telp& Fax. 022- 2007634

5. Memahami teori-teori Pengambilan Keputusan	<ul style="list-style-type: none">- Teori-teori pengambilan keputusan- Proses dalam perilaku keputusan konsumen	<ul style="list-style-type: none">- Teori-teori pengambilan keputusan konsumen- Proses dalam perilaku keputusan konsumen	2	Engel, Sutisna Hawkins
6. Memahami strategi pemasaran, konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen dan tanggung jawab sosial	<ul style="list-style-type: none">- Strategi pemasaran- Konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen dan tanggung jawab sosial- Etiket Bisnis	<ul style="list-style-type: none">- Pengertian strategi pemasaran dan prosesnya- UU Perlindungan Konsumen- Konsumerisme dan tanggung jawab sosial- Etika Bisnis	2	Philip Kotler Engel, Sutisna Uu perlindungan Konsumen



SATUAN ACARA PEMBELAJARAN

Pertemuan 1 dan 2

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi/Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/R eferensi	Evaluasi
Memperoleh pengetahuan dan pemahaman perilaku konsumen dari sudut manajemen Pemasaran	Perilaku konsumen bagi Managemen Pemasaran a. Pemasaran dan Managemen Pemasaran b. Ruang lingkup perilaku konsumen c. Kerangka analisis Perilaku Konsumen d. Pasar konsumen dan Perilaku konsumen	Materi ini menjelaskan tentang pentingnya perilaku konsumen bagi manajemen pemasaran, Pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, ruang lingkup manajemen, kerangka analisis perilaku konsumen dan kisaran konsumen	1. Ceramah 2. Diskusi 1. OHP 2. Papan Tulis	Hari Hendarto Winardi Phillip Kotler Hawkins	Quiz

Pertemuan 3, 4, 5,6

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi/Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/R eferensi	Evaluasi
Menggambarkan berbagai teori dan model Perilaku Konsumen	Teori dan Model Perilaku Konsumen a. Teori b. Model-model c. Perilaku konsumen costumers good d. Perilaku konsumen industrial good	Menjelaskan teori-teori perilaku konsumen, model-model perilaku konsumen, perilaku konsumen costumers good, dan perilaku konsumen industrial good	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Hari Hendarto Phillip Kotler	Quiz
Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk pengembangan Strategi Pemasaran	Pengaruh Lingkungan a. Nilai Budaya b. Pengaruh pribadi c. Pengaruh keluarga dan Rumah Tangga d. Pengaruh Situasi	Menjelaskan nilai-nilai budaya non etnis, kelas dan status sosial, pengaruh pribadi, pengaruh keluarga dan rumah tangga dan pengaruh situasi	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Winardi Engel Sutisna Hawkins	Quiz



Pertemuan 7, 8, 9, 10

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi/Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/R eferensi	Evaluasi
	Perbedaan individu a. Sumberdaya konsumen b. Keterlibatan dan Motivasi c. Pengetahuan, sikap d. Perbedaan individu dalam prilaku	Menjelaskan sumber daya konsumen, keterlibatan dan motivasi, pengetahuan, sikap dan perbedaan individu dalam prilaku	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Engel Hawkins Sutisna	Quiz
	Proses psikologi	Menjelaskan proses psikologi dalam Perilaku Konsumen	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Engel Hawkins Sutisna	Quiz

Pertemuan 11, 12,13

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi/Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/ Referensi	Evaluasi
Menjelaskan type-type konsumen dan segmentasi pasar	- Tipe-tipe konsumen - Segmentasi pasar	Menjelaskan atau memberikan contoh tipe-tipe konsumen dan pengertian segmentasi pasar beserta contohnya	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Phillip Kotler	Resfonsi
Menjelaskan teori-teori tentang pengambilan keputusan	- Teori-teori pengambilan keputusan - Proses dalam perilaku keputusan konsumen	Menjelaskan teori-teori pengambilan keputusan konsumen Menjelaskan proses dalam perilaku keputusan konsumen	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Engel Winardi Sutisna	Quiz



Pertemuan 14, 15

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi/Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/ Referensi	Evaluasi
Memahami strategi pemasaran dan konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen dan tanggung jawab sosial	- Strategi Pemasaran - Konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen dan tanggung jawab sosial	Menjelaskan Strategi Pemasaran, Konsumerisme, UU Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab sosial	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Engel Kotler Sutisna UU Perlindungan Konsumen	Quiz

Pertemuan 16

Tujuan Pembelajaran	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Uraian Materi/Kegiatan	Metode dan Media Pembelajaran	Sumber/ Referensi	Evaluasi
Memahami Hukum dan Etika Bisnis	- Hukum Bisnis - Etika Bisnis	Menjelaskan Hukum Bisnis Etika Bisnis	1.Ceramah 2.bervariasi 3.Tanya jawab 1.OHP 2.Papan Tulis	Engel Kotler Sutisna UU Perlindungan Konsumen	Quiz