

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)
Topik bahasan : Pendahuluan (orientasi perkuliahan)
Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa memahami silabus, peraturan kelas, dan prosentase kehadiran
Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-1	<ol style="list-style-type: none">1. Mahasiswa dapat mendiskusikan silabus dan ruang lingkup kajian Psikologi Konsumen2. Mahasiswa dapat mendiskusikan peraturan kelas, prosentase kehadiran, prosedur perkuliahan dan penyelesaian tugas-tugas yang nantinya harus dilakukan oleh mahasiswa	<ol style="list-style-type: none">1. Pembahasan silabus dan kajian Psikologi Konsumen2. Peraturan kelas, prosentase kehadiran, prosedur perkuliahan dan tugas	Diskusi	Mahasiswa memberi masukan mengenai silabus, peraturan kelas, prosentase kehadiran, prosedur perkuliahan dan penyelesaian tugas-tugas yang nantinya harus dilakukan oleh mahasiswa	- Alat : LCD, papan tulis

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)
 Topik bahasan : Pemahaman dasar Psikologi Konsumen
 Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat memahami tentang psikologi konsumen, perilaku konsumen, alasan mempelajari perilaku konsumen dan keputusannya dalam membeli produk dan kesulitan dalam mempelajari perilaku konsumen
 Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menjelaskan pemahaman dasar Psikologi Konsumen 2. Mahasiswa dapat menjelaskan perilaku konsumen dan alasan mempelajari perilaku konsumen 3. Mahasiswa dapat mendiskusikan kesulitan dalam mempelajari perilaku konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman dasar: produsen, barang konsumen 2. Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan membeli dan alasan mempelajari perilaku konsumen 3. Kesulitan-kesulitan dalam mempelajari perilaku konsumen berkaitan dengan analisis konsumen dan marketing mix. 	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan.	<ul style="list-style-type: none"> - Alat : LCD dan OHP - Media : ilustrasi, bagan, gambar - Buku : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama (Bab 1, hal 1)

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Studi Perilaku Konsumen

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat memahami hal-hal yang berkaitan dengan perilaku konsumen

Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-3 dan ke-4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menjelaskan variabel-variabel dalam mempelajari perilaku konsumen 2. Mahasiswa dapat menjelaskan kebutuhan konsumen 3. Mahasiswa dapat menjelaskan motivasi konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel-variabel penting dalam perilaku konsumen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Stimulus variables</i> - <i>Intervening variables</i> - <i>Responses variables</i> 2. Teori Kebutuhan yang berhubungan dengan Psikologi Konsumen 3. Motivasi Konsumen 	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari contoh mengenai motif-motif sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Alat : LCD dan OHP - Media : Bagan - Buku : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama. (Bab II Hal 3)

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Pembahasan Tugas Motif-motif Sosial

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat menganalisis motif-motif sosial sebagai pemberi motivasi dalam memberikan keputusan membeli suatu produk

Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-5	1. Mahasiswa dapat membedakan dan membandingkan motif-motif sosial sebagai pemberi motivasi dalam memberikan keputusan membeli suatu produk	1. Motif-motif sosial sebagai pemberi motivasi dalam memberikan keputusan membeli suatu produk	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan	<ul style="list-style-type: none"> - Alat : LCD dan OHP - Media : Bagan motif-motif sosial dari Edward J. Murray - Buku I : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama (Bab II, hal 15)

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Model-model Perilaku Konsumen

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat memahami skema-skema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan aktivitas-aktivitas konsumen dalam mengambil keputusan membeli.

Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-6	<p>2. Mahasiswa dapat menjelaskan sepuluh kriteria untuk mengevaluasi model perilaku konsumen</p> <p>3. Mahasiswa dapat mendiskusikan lima macam model perilaku konsumen</p>	<p>1. Sepuluh kriteria untuk mengevaluasi model perilaku konsumen</p> <p>2. Lima macam model perilaku konsumen.</p>	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan	<p>- Alat : LCD dan OHP</p> <p>- Media : 5 Bagan model perilaku konsumen</p> <p>- Buku I : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama (Bab III, hal 21)</p>

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)
 Topik bahasan : Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen
 Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat memahami kekuatan-kekuatan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen
 Jumlah pertemuan : 2 (dua) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-7 dan ke-8	1. Mahasiswa dapat menjelaskan kekuatan dari faktor kebudayaan 2. Mahasiswa dapat menjelaskan kekuatan dari faktor sosial 3. Mahasiswa dapat menjelaskan kekuatan dari faktor personal 4. Mahasiswa dapat menjelaskan kekuatan dari	1. Budaya, sub budaya, kelas sosial 2. Kelompok teladan, keluarga, peranan dan status 3. Umur dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian 4. Motif, persepsi, belajar, sikap dan kepercayaan	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan. Kuis lisan di akhir pelajaran	- Alat : LCD dan OHP - Media : Bagan - Buku I : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i> . Bandung: PT Rafika Aditama (Bab IV, hal 39) - Buku II : Kotler, Philip. (2002). <i>Manajemen Pemasaran I</i> . Jakarta: PT Prenhallindo. (Bab 6, hal 183)

	faktor psikologikal				
Ke-9	UTS	UTS	UTS	UTS	UTS

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Tipe-tipe Konsumen

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat memahami bagaimana pendekatan yang harus dilakukan terhadap tipe-tipe konsumen yang berbeda-beda

Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-10	<p>1. Mahasiswa dapat menjelaskan falsafah penjual dan faktor sukses dalam menjual</p> <p>2. Mahasiswa dapat menjelaskan tipe-tipe konsumen menurut Johnstone</p>	<p>1. Falsafah penjual dan faktor sukses dalam menjual</p> <p>2. Pembeli pria, wanita, remaja, usia lanjut, pendiam, suka berbicara, gugup ragu-ragu, pembantah, pendatang, sadar, curiga, angkuh, anak</p>	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	<p>Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan.</p> <p>Kuis lisan di akhir pelajaran</p>	<p>- Alat : LCD dan OHP</p> <p>- Media : bagan</p> <p>- Buku I :</p> <p style="padding-left: 40px;">Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama (Bab VI, hal 55)</p> <p>- Buku II : Munandar, Ashar Sunyoto. (2001). <i>Psikologi Industri dan Organisasi</i>. Jakarta: UI Press</p>

					(Bab 12 hal 431)
--	--	--	--	--	------------------

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Segmentasi Pasar dan situasi pasar

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat menjelaskan cara-cara yang berbeda-beda untuk memisahkan pasar, kemudian mengembangkan profil-profil yang ada pada setiap segmen pasar dan menilai daya tarik dari masing-masing segmen tersebut dan menjelaskan tipe-tipe situasi pasar dalam masyarakat

Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-11	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian segmentasi pasar 2. Mahasiswa dapat menjelaskan manfaat penggunaan segmentasi pasar 3. Mahasiswa dapat menjelaskan persyaratan segmentasi yang efektif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian segmentasi pasar 2. Manfaat penggunaan segmentasi pasar 3. Persyaratan segmentasi yang efektif 	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain	<ul style="list-style-type: none"> - Alat : LCD dan OHP - Media : bagan - Buku I : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama (Bab IX, hal 85) - Buku II : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002).

	<p>4. Mahasiswa dapat menjelaskan pelaksanaan segmentasi pasar</p> <p>5. Mahasiswa dapat menjelaskan tipe-tipe situasi pasar ditinjau dari sisi pembeli</p> <p>6. Mahasiswa dapat menjelaskan tipe-tipe situasi pasar ditinjau dari sisi penjual</p>	<p>4. Pelaksanaan segmentasi pasar</p> <p>5. Tipe-tipe situasi pasar ditinjau dari sisi pembeli</p> <p>6. Tipe-tipe situasi pasar ditinjau dari sisi pembeli</p>			<p><i>Perilaku Konsumen.</i> Bandung: PT Rafika Aditama (Bab X, hal 89)</p> <p>-</p>
--	--	--	--	--	--

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Proses Komunikasi Pemasaran dalam Psikologi Konsumen

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat mengetahui bagaimana proses komunikasi pemasaran dapat mempermudah pencapaian target penjualan

Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-12	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menyebutkan proses komunikasi 2. Mahasiswa dapat menemukan teknik dalam mengembangkan komunikasi yang efektif 3. Mahasiswa dapat menyebutkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian platform komunikasi umum 2. Mengidentifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menentukan jumlah anggaran komunikasi pemasaran 3. Alat-alat promosi, faktor-faktor 	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	<p>Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan.</p> <p>Kuis lisan di akhir pelajaran</p>	

	bauran promosi	dalam menyusun bauran promosi, strategi dorong lawan, strategi tarik			
--	----------------	--	--	--	--

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)
 Topik bahasan : Metode-metode Penelitian Perilaku Konsumen
 Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat menerapkan penelitian yang menjelaskan perilaku konsumen.
 Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-13	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menggunakan macam-macam penelitian konsumen 2. Mahasiswa dapat menjelaskan pendekatan penelitian konsumen 3. Mahasiswa dapat menjelaskan metode-metode pengumpulan informasi konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian eksplorasi dan penelitian tentang kesimpulan konsumen 2. <i>Cross Sectional</i> dan Longitudinal 3. Metode observasi, metode eksperimen dan metode survei 	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan.	<ul style="list-style-type: none"> - Alat : LCD dan OHP - Media : Uraian tentang penelitian mengenai perilaku konsumen dalam bentuk Power Point. - Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama. (Bab IV hal 49)

	4. Mahasiswa dapat menjelaskan teknik-teknik pendekatan keputusan konsumen	4. Teknik pendekatan S-R, Humanistik, kombinasi antara S-R dan Humanistik			
--	--	---	--	--	--

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Diskusi Kelompok, pengambilan data, pembuatan laporan dan pengumpulan laporan

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat memahami metode-metode penelitian perilaku konsumen

Jumlah pertemuan : 1 (satu) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-14	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa dapat mendiskusikan judul dan metode-metode penelitian yang akan dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam memberikan keputusan membeli. Mahasiswa dapat melaporkan judul dan metode yang sudah didiskusikan kepada dosen pembimbing 	<ol style="list-style-type: none"> Judul dan metode-metode penelitian yang akan dilakukan untuk menjangring perilaku konsumen dalam memberikan keputusan membeli. Judul dan metode yang akan sudah didiskusikan dan akan digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen. 	Menyimak kuliah dari dosen, bertanya jawab, mengerjakan tugas dan diskusi	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan.	<ul style="list-style-type: none"> - Alat : LCD dan OHP - Media : diskusi - Buku : Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2002). <i>Perilaku Konsumen</i>. Bandung: PT Rafika Aditama. (Bab IV hal 49)

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

Kode dan nama mata kuliah : PG 541 Psikologi Konsumen (2 sks)

Topik bahasan : Pengambilan data penelitian dan membuat laporan penelitian

Tujuan pembelajaran umum : Mahasiswa dapat menerapkan salah satu metode penelitian perilaku konsumen dan membuat laporan hasil penelitian.

Jumlah pertemuan : 2 (dua) kali

Pertemuan	Tujuan Pembelajaran Khusus	Sub Pokok Bahasan dan Rincian Materi	Proses Pembelajaran	Tugas dan Evaluasi	Media dan Buku Sumber
Ke-15 dan 16	<ol style="list-style-type: none">1. Mahasiswa dapat membuat eksperimen (penelitian) untuk mengetahui perilaku konsumen2. Mahasiswa dapat melaporkan hasil eksperimen (penelitian) kepada dosen pembimbing	<ol style="list-style-type: none">1. Judul dan metode-metode penelitian yang sudah didiskusikan2. Hasil eksperimen (penelitian)	Tugas dan diskusi.	Mahasiswa mencari dan merangkum dari literature lain tentang materi yang disampaikan.	<ul style="list-style-type: none">- Alat : LCD dan OHP- Media : data penelitian- Buku : Metodologi Penelitian