

SILABUS

1. Identitas Matakuliah

Nama Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : MKU – 3.26

2. Dosen Pengampu

Nama : Aswad Ishak, S.I.P., M.Si.
Email/HP : ishak@umy.ac.id / 0815 687 1870

3. Deskripsi Singkat Matakuliah

Matakuliah ini membahas tentang konsep perilaku membeli dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan konsumen untuk mengkonsumsi produk/jasa yang ditawarkan. Dengan pemahaman tersebut akan dapat disusun strategi komunikasi dan pemasaran yang tepat sesuai karakter dan kebutuhan konsumen yang diperoleh dari riset konsumen.

4. Outcome Pembelajaran

1. Mahasiswa mampu menjelaskan tentang proses pengambilan keputusan pada konsumen.
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian
3. Mahasiswa mampu menganalisis kebutuhan konsumen
4. Mahasiswa mampu menjelaskan keterkaitan perilaku konsumen dengan IMC
5. Mahasiswa mampu menyusun desain instrumen penelitian perilaku konsumen dengan survey atau etnografi
6. Mahasiswa mampu melakukan mini riset perilaku konsumen dan merancang desain kegiatan IMC berbasis temuan riset

5. Rencana Kegiatan Belajar Mingguan (RKBM)

Pertemuan	Pokok Bahasan
1	Penjelasan silabus dan assessment : kontrak Belajar Pentingnya memahami perilaku konsumen: Ruang Lingkup Perilaku Konsumen
2.	Posisi perilaku konsumen dalam IMC: a. Segmentasi, Targeting Faktor-Faktor Lingkungan : Hak-Hak Konsumen, b. Kebijakan Pemerintah dan aturan internasional
3	Memahami Perilaku Konsumen: Proses pengambilan keputusan pada konsumen
4	Ujian Kompetensi 1
5	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen : Lingkungan (1) a. Nilai-Nilai Budaya dan Etnis b. Kelas sosial dan Status
6	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen : Lingkungan (2) a. Pengaruh Kelompok Acuan

	<ul style="list-style-type: none"> b. Pengaruh Keluarga c. Pengaruh Situasi
7	Ujian Kompetensi 2
8	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen : Perbedaan Individu (1) <ul style="list-style-type: none"> a. Sumber Daya Konsumen b. Keterlibatan dan Motivasi
9	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen : Perbedaan Individu (2) <ul style="list-style-type: none"> a. Pengetahuan b. Sikap c. Perbedaan Individu Dalam Perilaku : Kepribadian, Nilai dan Gaya Hidup
10	Riset Perilaku Konsumen : <ul style="list-style-type: none"> A. Pentingnya penelitian dalam memahami perilaku konsumen B. Jenis-Jenis Penelitian Perilaku Konsumen (Survey, Etnografi Konsumen)
11	Rancangan mini riset consumer insight
12	Rancangan mini riset konsumen insight
13	Melaksanakan riset consumer insight
14	Mendesain IMC
15	Mendesain IMC
16	Ujian Kompetensi 3

Referensi

- Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W., & Engel, James F. (2001). *Consumer Behavior, 9th edition*, South-Western Thomson Learning USA.
- Martin Evans, Ahmad Jamal, and Gordon Foxall (2006), *Consumer Behavior*, England: John Wiley and Sons Inc.
- Michael Solomon, Gary Bamossy, Saren Askegaard, Margaret K. Hoog (2006), *Consumer Behavior, European Perspective, 3rd edition*. UK: Prentice Hall.
- Neal, Cathy, Pascale Quester & Del Hawkins (2001). *Consumer Behavior : Implications for Marketing Strategy, 2nd edition*, McGraw Hill Companies Inc., USA.
- Spradley, James P. (2007). *Metode Etnografi*, edisi 2, Tiara Wacana, Yogyakarta