



**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-1**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

- I. Standar Kompetensi :
1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
 2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen
- II. Kompetensi Dasar : Menjelaskan cakupan materi mata kuliah perilaku konsumen
- III. Indikator : Mahasiswa mengetahui cakupan materi mata kuliah perilaku konsumen
- IV. Materi Pokok:
1. Penjelasan Silabus Mata Kuliah, yang mencakup penjelasan secara global materi perilaku konsumen, buku acuan yang digunakan, prosentase komponen penilaian nilai akhir serta tugas-tugas untuk satu semester ke depan
 2. Penjelasan aturan main selama mengikuti mata kuliah perilaku konsumen

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan silabus mata kuliah perilaku konsumen secara umum2. Menjelaskan tujuan pembelajaran mata kuliah perilaku konsumen3. Menjelaskan buku acuan yang digunakan4. Menjelaskan materi-materi perilaku konsumen5. Menjelaskan tugas-tugas dalam mata kuliah perilaku konsumen6. Menjelaskan komponen penilaian7. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan	130'

	8. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen	
Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'

- VI. Metode Pembelajaran : Ceramah, Diskusi Kasus
VII. Media : Powerpoint Presentasi
VIII. Sumber/Bahan : Silabus
IX. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Enderwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405200501 2 002



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

FRM/FISE/47-00
12 Januari 2009

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-2**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

I. Standar Kompetensi :

1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

II. Kompetensi Dasar:

Mahasiswa memahami hubungan manajemen pemasaran dan perilaku konsumen

III. Indikator :

Mahasiswa memahami hubungan manajemen pemasaran dan perilaku konsumen

IV. Materi Pokok:

1. Pengertian Manajemen Pemasaran
2. Perilaku Konsumen
3. Hubungan Manajemen Pemasaran dengan Perilaku Konsumen

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep manajemen pemasaran2. Menjelaskan konsep perilaku konsumen3. Menjelaskan hubungan antara manajemen pemasaran dengan perilaku konsumen9. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan10. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen	130'

Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'
---------	--	-----

4. Metode Pembelajaran : Ceramah, Diskusi Kasus
5. Media : Powerpoint Presentasi
6. Sumber/Bahan : Silabus
7. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

FRM/FISE/47-00
12 Januari 2009

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-3 dan 4**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

I. Standar Kompetensi :

1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

II. Kompetensi Dasar :

Mahasiswa memahami kerangka analisis pengambilan keputusan konsumen

III. Indikator :

Mahasiswa mampu memahami kerangka analisis pengambilan keputusan konsumen

IV. Materi Pokok:

1. Keterlibatan dan pengetahuan konsumen
2. Tingkatan pengetahuan Produk
3. Proses Perhatian
4. pemahaman
5. Sikap terhadap Obyek
6. Sikap terhadap Perilaku

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep keterlibatan dan pengetahuan konsumen terhadap produk2. Menjelaskan tingkatan pengetahuan produk3. Menjelaskan konsep proses perhatian dan pemahaman4. Menjelaskan konsep sikap terhadap obyek dan perilaku	130'

	5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan 6. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen	
Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'

VI. Metode Pembelajaran: Ceramah, Diskusi Kasus

VII. Media : Powerpoint Presentasi

VIII. Sumber/Bahan : Silabus

IX. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

FRM/FISE/47-00
12 Januari 2009

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-5**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

X. Standar Kompetensi :

1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

XI. Kompetensi Dasar:

Mahasiswa memahami hubungan manajemen pemasaran dan perilaku konsumen

XII. Indikator :

Mahasiswa memahami hubungan manajemen pemasaran dan perilaku konsumen

XIII. Materi Pokok:

1. Pengertian Manajemen Pemasaran
2. Perilaku Konsumen
3. Hubungan Manajemen Pemasaran dengan Perilaku Konsumen

XIV. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	4. Membuka perkuliahan. 5. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai 6. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	V. Menjelaskan konsep manajemen pemasaran VI. Menjelaskan konsep perilaku konsumen VII. Menjelaskan hubungan antara manajemen pemasaran dengan perilaku konsumen 11. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan 12. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen	130'

Penutup	Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham Menyimpulkan materi	10'
---------	--	-----

XVIII. Metode Pembelajaran : Ceramah, Diskusi Kasus

XIX. Media : Powerpoint Presentasi

XX. Sumber/Bahan : Silabus

XXI. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

FRM/FISE/47-00
12 Januari 2009

RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-6 dan 7

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

I. Standar Kompetensi :

1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

II. Kompetensi Dasar :

Mahasiswa mengevaluasi proses pengambilan keputusan konsumen

III. Indikator :

Mahasiswa mampu mengevaluasi proses pengambilan keputusan konsumen

IV. Materi Pokok:

1. Pengambilan keputusan kompleks
2. Pembelajaran konsumen, kebiasaan, dan loyalitas merek
3. Keterlibatan rendah pengambilan keputusan

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menjelaskan proses pengambilan keputusan kompleks3. Menjelaskan pembelajaran konsumen, kebiasaan, dan loyalitas konsumen terhadap produk4. Keterlibatan rendah dalam pengambilan keputusan5. Menjelaskan konsep sikap terhadap obyek dan perilaku6. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan7. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai8. Melakukan deskripsi singkat mengenai	10'

	materi	
Penutup	5. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 6. Menyimpulkan materi	10'

- VI. Metode Pembelajaran: Ceramah, Diskusi Kasus
VII. Media : Powerpoint Presentasi
VIII. Sumber/Bahan : Silabus
IX. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Enderwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

FRM/FISE/47-00
12 Januari 2009

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-9**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

- I. Standar Kompetensi :
1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
 2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

- II. Kompetensi Dasar:
Mahasiswa memahamisegmentasi pasar dan pemosisian produk

- III. Indikator :
Mahasiswa mampu memahamisegmentasi pasar dan pemosisian produk

- IV. Materi Pokok:
1. Segmentasi pasar
 2. Targeting
 3. Pemosisian

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep segmentasi pasar2. Menjelaskan konsep penyasaran pasar3. Menjelaskan konsep pemosisian produk4. Menjelaskan hubungan segmentasi, penyasaran produk, dan pemosisian terhadap perilaku konsumen5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan6. Mendiskusikan kasus sederhana	130'

	tentang perilaku konsumen	
Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'

3. Metode Pembelajaran : Ceramah, Diskusi Kasus
4. Media : Powerpoint Presentasi
5. Sumber/Bahan : Silabus
6. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

FRM/FISE/47-00
12 Januari 2009

**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-10**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

I. Standar Kompetensi :

1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

II. Kompetensi Dasar :

Mahasiswa memahami perilaku konsumen dan strategi produk

III. Indikator :

Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dan strategi produk

IV. Materi Pokok:

1. Pengertian produk
2. Macam-macam produk
3. Karakteristik produk
4. Pengemasan produk
5. Loyalitas konsumen
6. Daur hidup produk
7. Hubungan perilaku konsumen dengan strategi produk

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep produk2. Menjelaskan macam-macam dan karakteristik produk3. Menjelaskan jenis-jenis pengemasan dan pengepakan produk	130'

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Menjelaskan konsep sikap terhadap obyek dan perilaku 5. Menjelaskan daur hidup produk 6. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan 7. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen 	
Penutup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi 	10'

VI. Metode Pembelajaran: Ceramah, Diskusi Kasus

VII. Media : Powerpoint Presentasi

VIII. Sumber/Bahan : Silabus

IX. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-12**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

I. Standar Kompetensi :

1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

II. Kompetensi Dasar:

Mahasiswa memahami perilaku konsumen dan strategi harga

III. Indikator :

Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dan strategi harga

IV. Materi Pokok:

1. Pengertian harga
2. Cara menentukan harga produk
3. Strategi penetapan harga
4. Hubungan perilaku konsumen dengan strategi harga

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep harga2. Menjelaskan cara penentuan harga3. Menjelaskan strategi penetapan harga4. Menjelaskan hubungan antara perilaku konsumen dan penentuan harga5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan6. Mendiskusikan kasus sederhana tentang	130'

	perilaku konsumen	
Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'

VI. Metode Pembelajaran : Ceramah, Diskusi Kasus

VII. Media : Powerpoint Presentasi

VIII. Sumber/Bahan : Silabus

IX. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-13**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

I. Standar Kompetensi :

1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

II. Kompetensi Dasar :

Mahasiswa memahami perilaku konsumen dan strategi didistribusi

III. Indikator :

Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dan strategi didistribusi

IV. Materi Pokok:

1. Pengertian saluran distribusi
2. Macam-macam saluran distribusi
3. Menentukan saluran distribusi
4. Hubungan perilaku konsumen dan strategi saluran distribusi

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep saluran distribusi2. Menjelaskan macam-macam saluran distribusi3. Menjelaskan strategi menentukan saluran distribusi4. Menjelaskan hubungan saluran distribusi terhadap perilaku konsumen	130'

	5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan 6. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen	
Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakan mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'

VI. Metode Pembelajaran: Ceramah, Diskusi Kasus

VII. Media : Powerpoint Presentasi

VIII. Sumber/Bahan : Silabus

IX. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-14**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

1. Standar Kompetensi :
 1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
 2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen
2. Kompetensi Dasar:

Mahasiswa memahami menganalisis perilaku konsumen dan strategi penetapan promosi
3. Indikator :

Mahasiswa mampu memahami menganalisis perilaku konsumen dan strategi penetapan promosi
4. Materi Pokok:
 1. Pengertian promosi
 2. Jenis-jenis promosi
 3. Menentukan strategi promosi
 4. Hubungan perilaku konsumen dan strategi promosi
5. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep promosi2. Menjelaskan jenis-jenis promosi3. Menjelaskan strategi penentuan promosi4. Menjelaskan hubungan strategi penentuan promosi dengan perilaku konsumen5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa	130'

	apabila masih ada yang ingin ditanyakan 6. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen	
Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'

3. Metode Pembelajaran : Ceramah, Diskusi Kasus
4. Media : Powerpoint Presentasi
5. Sumber/Bahan : Silabus
6. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002



**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)
PERTEMUAN KE-15**

Prodi/Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Kode Mata Kuliah : SMJ322
Jumlah SKS : 3 Teori: 2 Praktik: 1
Semester : 5

- I. Standar Kompetensi :
1. Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dalam pembelian produk
 2. Mahasiswa mampu mengembangkan strategi bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

- II. Kompetensi Dasar :
- Mahasiswa memahami dan menganalisis pertimbangan sisi sosial dan etika

- III. Indikator :
- Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis pertimbangan sisi sosial dan etika

- IV. Materi Pokok:
1. Pengertian etika
 2. Pengertian etika bisnis
 3. Pengertian tanggung jawab sosial
 4. Pengaruh etika dan tanggung jawab sosial terhadap perilaku konsumen

V. Kegiatan Perkuliahan

Komponen Langkah	Uraian Kegiatan	Estimasi Waktu
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none">1. Membuka perkuliahan.2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan konsep etika dan etika bisnis2. Menjelaskan konsep tanggung jawab sosial3. Menjelaskan pengaruh tanggung jawab sosial dan etika terhadap perilaku konsumen	130'

	4. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan 5. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen	
Penutup	1. Melakukan <i>feedback</i> kepada mahasiswa untuk mengetahui apakah mereka paham 2. Menyimpulkan materi	10'

VI. Metode Pembelajaran: Ceramah, Diskusi Kasus

VII. Media : Powerpoint Presentasi

VIII. Sumber/Bahan : Silabus

IX. Penilaian :

Mengetahui,
Kajur

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen

M. Lies Endarwati, M.Si.
NIP. 19610711 198812 2 001

Arum Darmawati, MM
NIP. 19800405 200501 2 002