



SILABUS

Fakultas	: Ekonomi
Jurusan/Program Studi	: Manajemen
Mata Kuliah	: Perilaku Konsumen
Kode	: SMJ322
SKS	: Teori : 2 Praktik : 1
Semester	: 5
Mata Kuliah Prasyarat	: Manajemen Pemasaran
Dosen	: Arum Darmawati, MM/ Farlianto, SE

I. Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini membahas mengenai faktor-faktor yang harus diperhatikan untuk memahami perilaku konsumen yang akan menjadi referensi kebijakan penentuan harga, pola distribusi, desain produk dan desain promosi. Dalam mata kuliah ini juga akan diperkenalkan teori-teori dasar dan temuan tentang tingkah laku konsumen.

II. Standar Kompetensi

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

III. Sumber Bahan

A. Wajib

Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. (1996), *"Consumer Behavior and Marketing Strategy"*, 4th edition, Irwin

B. Pendukung

1. Assael, Henry (1998), *"Consumer Behavior and Marketing Action"*, 6th edition, International Thomson Publishing
2. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. (1995), *"Consumer Behavior"*, 6th edition, Binarupa Aksara



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

IV. Skema Pembelajaran

Pertemuan Ke	Kompetensi Dasar	Materi Pokok	Kegiatan Pembelajaran	Sumber Bahan*)
1	Mahasiswa mengetahui cakupan materi perilaku konsumen	Pengenalan Silabus dan Pembuatan Kontrak Belajar	Ceramah Diskusi Pretest	
2	Mahasiswa mampu memahami hubungan manajemen pemasaran dan perilaku konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian Manajemen Pemasaran • Perilaku Konsumen • Hubungan Manajemen Pemasaran dengan Perilaku Konsumen 	Ceramah Diskusi	A 1 B ₁ 1 B ₂ 1-2
3 dan 4	Mahasiswa mampu memahami kerangka analisis pengambilan keputusan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Keterlibatan dan pengetahuan konsumen • Tingkatan pengetahuan Produk • Proses Perhatian • pemahaman • Sikap terhadap Obyek • Sikap terhadap Perilaku 	Ceramah Diskusi	A 2 B ₁ 2 B ₂ 3
5	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis pengaruh lingkungan terhadap pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh budaya • Pengaruh lintas budaya 	Ceramah Diskusi Studi Kasus	A 3 B ₁ 3 B ₂ 4
6 dan 7	Mahasiswa mampu mengevaluasi proses pengambilan keputusan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan keputusan kompleks • Pembelajaran konsumen, kebiasaan, dan loyalitas merek • Keterlibatan rendah pengambilan keputusan 	Ceramah <i>Problem Solving</i>	A 4 B ₁ 4-5
8		Ujian Tengah Semester		
9 dan 10	Mahasiswa mampu memahami segmentasi pasar dan pemosisian produk	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentasi pasar • Targeting • Pemosisian 	Ceramah Diskusi <i>Problem Solving</i>	A 9-11 B ₁ 6-9 B ₂ 5-7
11	Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dan strategi produk	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian produk • Macam-macam produk • Karakteristik produk 	Ceramah Diskusi	A 12 B ₁ 11 B ₂ 8-9



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

		<ul style="list-style-type: none"> • Pengemasan produk • Loyalitas konsumen • Daur hidup produk • Hubungan perilaku konsumen dengan strategi produk 		
12	Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dan strategi harga	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian harga • Cara menentukan harga produk • Strategi penetapan harga • Hubungan perilaku konsumen dengan strategi harga 	Ceramah Diskusi StudiKasus	A 13 B ₁ 10 B ₂ 10
13	Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen dan strategi didistribusi	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian saluran distribusi • Macam-macam saluran distribusi • Menentukan saluran distribusi • Hubungan perilaku konsumen dan strategi saluran distribusi 	Ceramah Diskusi StudiKasus	A 16 B ₁ 14 B ₂ 12
14	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis perilaku konsumen dan strategi penetapan promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian promosi • Jenis-jenis promosi • Menentukan strategi promosi • Hubungan perilaku konsumen dan strategi promosi 	Ceramah Diskusi StudiKasus	A 17 B ₁ 15 B ₂ 14
15	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis pertimbangan sisi sosial dan etika	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian etika • Pengertian etika bisnis • Pengertian tanggung jawab sosial • Pengaruh etika dan tanggung jawab sosial terhadap perilaku konsumen 	Ceramah Diskusi StudiKasus	A 19 B ₁ 17 B ₂ 13
16		Review Materi dan Quiz		
17		Ujian Akhir Semester		



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

V. Komponen Penilaian

No	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Quiz	5%
2	Partisipasi kuliah	10%
3	Tugas	15%
4	Ujian tengah semester	35%
5	Ujian akhir semester	35%
	Jumlah	100 %

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Yogyakarta, 1 Agustus 2011
Dosen,

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

Arum Darmawati, MM
19800405 200501 2 001