



**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"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan silabus mata kuliah perilaku konsumen secara umum</li><li>2. Menjelaskan tujuan pembelajaran mata kuliah perilaku konsumen</li><li>3. Menjelaskan buku acuan yang digunakan</li><li>4. Menjelaskan materi-materi perilaku konsumen</li><li>5. Menjelaskan tugas-tugas dalam mata kuliah perilaku konsumen</li><li>6. Menjelaskan komponen penilaian</li><li>7. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan</li></ol>	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"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep manajemen pemasaran</li><li>2. Menjelaskan konsep perilaku konsumen</li><li>3. Menjelaskan hubungan antara manajemen pemasaran dengan perilaku konsumen</li><li>9. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan</li><li>10. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen</li></ol>	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

<b>Komponen Langkah</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Estimasi Waktu</b>
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep keterlibatan dan pengetahuan konsumen terhadap produk</li><li>2. Menjelaskan tingkatan pengetahuan produk</li><li>3. Menjelaskan konsep proses perhatian dan pemahaman</li><li>4. Menjelaskan konsep sikap terhadap obyek dan perilaku</li></ol>	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"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menjelaskan proses pengambilan keputusan kompleks</li><li>3. Menjelaskan pembelajaran konsumen, kebiasaan, dan loyalitas konsumen terhadap produk</li><li>4. Keterlibatan rendah dalam pengambilan keputusan</li><li>5. Menjelaskan konsep sikap terhadap obyek dan perilaku</li><li>6. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan</li><li>7. Mendiskusikan kasus sederhana tentang perilaku konsumen Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>8. Melakukan deskripsi singkat mengenai</li></ol>	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 memahami segmentasi pasar dan pemosisian produk

- III. Indikator :  
Mahasiswa mampu memahami segmentasi pasar dan pemosisian produk

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

V. Kegiatan Perkuliahan

<b>Komponen Langkah</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Estimasi Waktu</b>
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep segmentasi pasar</li><li>2. Menjelaskan konsep penyasaran pasar</li><li>3. Menjelaskan konsep pemosisian produk</li><li>4. Menjelaskan hubungan segmentasi, penyasaran produk, dan pemosisian terhadap perilaku konsumen</li><li>5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan</li><li>6. Mendiskusikan kasus sederhana</li></ol>	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

<b>Komponen Langkah</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Estimasi Waktu</b>
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep produk</li><li>2. Menjelaskan macam-macam dan karakteristik produk</li><li>3. Menjelaskan jenis-jenis pengemasan dan pengepakan produk</li></ol>	130'

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

<b>Komponen Langkah</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Estimasi Waktu</b>
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep harga</li><li>2. Menjelaskan cara penentuan harga</li><li>3. Menjelaskan strategi penetapan harga</li><li>4. Menjelaskan hubungan antara perilaku konsumen dan penentuan harga</li><li>5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa apabila masih ada yang ingin ditanyakan</li><li>6. Mendiskusikan kasus sederhana tentang</li></ol>	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"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep saluran distribusi</li><li>2. Menjelaskan macam-macam saluran distribusi</li><li>3. Menjelaskan strategi menentukan saluran distribusi</li><li>4. Menjelaskan hubungan saluran distribusi terhadap perilaku konsumen</li></ol>	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

<b>Komponen Langkah</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Estimasi Waktu</b>
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep promosi</li><li>2. Menjelaskan jenis-jenis promosi</li><li>3. Menjelaskan strategi penentuan promosi</li><li>4. Menjelaskan hubungan strategi penentuan promosi dengan perilaku konsumen</li><li>5. Memberi kesempatan kepada mahasiswa</li></ol>	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

<b>Komponen Langkah</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Estimasi Waktu</b>
Pendahuluan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Membuka perkuliahan.</li><li>2. Menyampaikan kompetensi yang hendak dicapai</li><li>3. Melakukan deskripsi singkat mengenai materi</li></ol>	10'
Penyajian	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menjelaskan konsep etika dan etika bisnis</li><li>2. Menjelaskan konsep tanggung jawab sosial</li><li>3. Menjelaskan pengaruh tanggung jawab sosial dan etika terhadap perilaku konsumen</li></ol>	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