

FAKULTAS PSIKOLOGI
Universitas Muhammadiyah Surakarta

PSIKOLOGI KONSUMEN

Rencana Mutu Pembelajaran

MB. Sudinadji



Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
Program Studi : Psikologi

**PERTEMUAN
UMUM**

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
Jumlah SKS : 2
Kelas/Semester : VII
Durasi Kuliah : 12 Kali
Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami peran psikologi di dalam bidang pemasaran dan mengetahui riset keperilakuan untuk kepentingan peningkatan produksi.

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Memahami dan menjelaskan secara umum tentang aspek mental/psikologis yang melatarbelakangi keputusan individu terhadap produk
- Memahami dan menjelaskan individual differences dan strategi pemasaran
- Memahami dan menjelaskan hubungan antara pemasaran dan pembentukan perilaku dan peranan individu dalam menciptakan produk
- Dapat mengaplikasikan analogi prinsip-prinsip psikologi konsumen ke dalam pengembangan diri untuk mengatasi tuntutan kehidupan di masa depan.

IV. Materi Ajar :

BAGIAN I : PENDAHULUAN

1. Psikologi dan Keperilakuan
2. Perilaku dan Manajemen Pemasaran
3. Psikologi Konsumen
4. *Segmentation, Targeting dan Positioning*

BAGIAN II : DINAMIKA PSIKOLOGIS KONSUMEN

5. Pembelajaran Konsumen, Kebiasaan dan Loyalitas Konsumen
6. Persepsi Konsumen
7. Motivasi dan Sikap Konsumen
8. Pencarian dan Pemrosesan Informasi
9. Kepribadian dan Gaya Hidup Konsumen

BAGIAN III : RISET PEMASARAN DAN KONSUMEN DALAM KONTEKS PSIKOLOGI

10. Pengertian Dan Langkah-langkah Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen
11. Ruang Lingkup Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen
12. Contoh-contoh Topik Riset

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang

- akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Endar Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.Husein Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.Rita L. Atkinson, Richard C. Atkinson, Edward E. Smith, Daryl J. Bem: 1997, *PENGANTAR PSIKOLOGI*, Jilid I, Edisi Kedelapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, IncSutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior***VIII. Penilaian**

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
Jumlah SKS : 2
Kelas/Semester : VII
Durasi Kuliah : 12 Kali
Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

1

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

- Memahami ilmu keperilakuan sebagai pedoman dalam merancang pencapaian tujuan.
- Memahami dan mengetahui interaksi interdisiplin keilmuan

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan obyek formal dan material psikologi
- Dapat menjelaskan dan membedakan formula perilaku
- Dapat menjelaskan keterkaitan psikologi dengan manajemen pemasaran

IV. Materi Ajar :

BAGIAN I : PENDAHULUAN

1. Psikologi dan Keperilakuan
2. Perilaku dan Manajemen Pemasaran

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Rita L. Atkinson, Richard C. Atkinson, Edward E. Smith, Daryl J. Bem: 1997, PENGANTAR PSIKOLOGI, Jilid I, Edisi Kedelapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior. 7th Edition.* New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- | | |
|---|-----|
| - Tes Tertulis (UTS dan UAS) | 55% |
| - Presentasi & Diskusi | 15% |
| - Tugas | 30% |
| - Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS. | |

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

2

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami dan mengetahui interaksi interdisiplin keilmuan

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan keterkaitan psikologi dengan manajemen pemasaran
- Dapat menjelaskan model perilaku konsumen
- Dapat menjelaskan dimensi psikologi konsumen dipandang dari konsumen, produsen, dinamika proses mental

IV. Materi Ajar :**BAGIAN I : PENDAHULUAN**

3. Psikologi Konsumen

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting

- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

3

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

- Memahami konsumen, sebagai individu/kelompok yang dapat dikategorikan
- Memahami karakter produk dalam mempengaruhi konsumen

III. Indikator :

- Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :
- Dapat menjelaskan dan membedakan fungsi dari segmentasi, penentuan target, dan penciptaan posisi produk pada lingkungan konsumen.

IV. Materi Ajar :**BAGIAN I : PENDAHULUAN**

4. *Segmentation, Targeting dan Positioning*

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang

- digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Husein Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

4

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan pengalaman individu sebagai konsumen

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan faktor-faktor pengalaman yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan produk

IV. Materi Ajar :**BAGIAN II : DINAMIKA PSIKOLOGIS KONSUMEN**

5. Pembelajaran Konsumen, Kebiasaan dan Loyalitas Konsumen

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

5

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan aspek kognitif individu sebagai konsumen individu sebagai konsumen

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan faktor-faktor kognitif dan ciri-ciri stimulus yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan produk

IV. Materi Ajar :**BAGIAN II : DINAMIKA PSIKOLOGIS KONSUMEN**

6. Persepsi Konsumen

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang

- digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

6

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan aspek orientasi individu, predisposisi individu sebagai konsumen

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi pendukung dan pembentukan sikap yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan produk

IV. Materi Ajar :**BAGIAN II : DINAMIKA PSIKOLOGIS KONSUMEN**

7. Motivasi dan Sikap Konsumen

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang

- digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

7

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami penerimaan individu terhadap stimulus pemasaran.

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan faktor-faktor pencarian informasi
- Dapat menjelaskan sistem memori dalam pencarian informasi

IV. Materi Ajar :**BAGIAN II : DINAMIKA PSIKOLOGIS KONSUMEN**

8. Pencarian dan Pemrosesan Informasi

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

8

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan orientasi konsumen

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan teori kepribadian
- Dapat menjelaskan nilai dan gaya hidup serta implikasinya pada strategi pemasaran

IV. Materi Ajar :**BAGIAN II : DINAMIKA PSIKOLOGIS KONSUMEN**

9. Kepribadian dan Gaya Hidup Konsumen

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

9

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami keberadaan riset terhadap konsumen dalam konteks psikologi

III. Indikator :

- Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :
- Dapat menjelaskan pengertian, kriteria, dan langkah-langkah riset pemasaran
 - Dapat menjelaskan peran riset pemasaran

IV. Materi Ajar :

BAGIAN III : RISET PEMASARAN DAN KONSUMEN DALAM KONTEKS PSIKOLOGI
 10. Pengertian Dan Langkah-langkah Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang

- digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Husein Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*, Ebsco & ProquestJournal

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

10

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami lingkup riset pemasaran

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan beberapa konsep pemasaran dan perilaku konsumen sebagai area riset

IV. Materi Ajar :**BAGIAN III : RISET PEMASARAN DAN KONSUMEN DALAM KONTEKS PSIKOLOGI**

11. Ruang Lingkup Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Husein Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

11

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Mengetahui dan memahami ragam pendekatan peneliti dalam pemilihan masalah atau topik riset konsumen/pemasaran

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :
 – Dapat menjelaskan bentuk riset serta contoh-contohnya

IV. Materi Ajar :

BAGIAN III : RISET PEMASARAN DAN KONSUMEN DALAM KONTEKS PSIKOLOGI
 12. Contoh-contoh Topik Riset

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Husein Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*, Ebsco & Proquest Journal.

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.

Nama Dosen : MB. Sudinadji, S.Psi.
 Program Studi : Psikologi

Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
 Jumlah SKS : 2
 Kelas/Semester : VII
 Durasi Kuliah : 12 Kali
 Alokasi Waktu : 100 menit/Kuliah

PERTEMUAN

12

I. Standar Kompetensi :

Mahasiswa dapat mengetahui, memahami, dan menguasai teori, konsep dan prinsip dalam Psikologi Konsumen serta mampu mengimplementasikannya baik untuk keperluan keilmuan maupun pengembangan minat.

II. Kompetensi Dasar :

Memahami lebih mendalam hubungan psikologi atau berperilaku dengan strategi pemasaran

III. Indikator :

Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat :

- Dapat menjelaskan faktor-faktor strategi pemasaran berkenaan dengan dimensi psikologis konsumen

IV. Materi Ajar :

REVIEW

V. Metode/Strategi Pembelajaran

Ceramah, Pembelajaran Aktif, antara lain: *Discuss, Information Search, Pengamatan Video, dst*

VI. Tahap Pembelajaran :

Pada setiap pertemuan terdiri dari:

Kegiatan Awal

Dosen membuka kuliah:

- Bila di awal kuliah: Dosen menceritakan suatu peristiwa kehidupan yang relevan untuk menjadi ilustrasi menuju penyimpulan manfaat mata kuliah.
- Bila di awal Bagian/Bab atau pertengahan materi: Dosen menunjukkan suatu fenomena/peristiwa atau kasus dan mengeksplorasi mahasiswa dengan pertanyaan reflektif, kegiatan ini dapat menjadi cuplikan sebagian materi yang akan dipelajari pada konteks Bagian/Bab tersebut.
- Bila di akhir Bagian/Bab/Kuliah: Dosen melakukan review atau evaluasi, mengajukan refleksi kaitan antar materi.
- Memeriksa kehadiran peserta.

Kegiatan Inti

Dosen:

- Menggambarkan apa yang akan dipelajari dan apa yang akan dicapai
- Menjelaskan metode/strategi pembelajaran yang akan digunakan dan konsekuensi peserta untuk meningkatkan hasil belajar
- Menjelaskan evaluasi belajar yang mungkin diadakan
- Menjelaskan, menjabarkan, atau mengklarifikasi, isi materi Bagian/Bab yang diagendakan.
- Memandu proses pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang digunakan.

Kegiatan Akhir

Dosen

- Memberikan penegasan pada beberapa materi yang dianggap penting
- Membuat kesimpulan dari hasil pembelajaran sesuai dengan metode/strategi yang

- digunakan.
- Menyampaikan rencana agenda selanjutnya

VII. Alat/Bahan/Sumber Belajar :

Alat/Media : PC, Laptop, OHP, LCD, Internet.

Bahan/Sumber Belajar :

Buku

Endar Sugiarto. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Husein Umar. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Artikel

Tugas dokumentasi contoh jurnal penelitian *Psychology in Bussiness, Marketing and Consumer Behavior*

VIII. Penilaian

- Tes Tertulis (UTS dan UAS) 55%
- Presentasi & Diskusi 15%
- Tugas 30%
- Kehadiran minimal 75% sebagai syarat peserta dapat mengikuti UAS.