

FAKULTAS PSIKOLOGI
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Psikologi Konsumen

Silabus

MB. Sudinadji



Program Studi : Pengantar Psikologi
Nama Mata Kuliah : PSIKOLOGI KONSUMEN
Jumlah SKS : 2

Deskripsi Mata Kuliah : Mata kuliah ini berkenaan dengan hubungan antara penciptaan suatu produk dan peluang penggunaannya oleh individu dengan proses-proses mental (psikologis). Isi pokok mata kuliah ini meliputi pemahaman tentang a) Proses psikologi dalam diri konsumen sebagai individu maupun kelompok, b) Aspek-aspek psikologi yang dipertimbangkan dalam strategi pemasaran/distribusi produk, c) Riset pemasaran dalam konteks psikologi. Mata kuliah ini merupakan bagian dalam bidang psikologi industri dan organisasi yang sinergi dengan bidang ekonomi dan akan membantu pemahaman dalam penilaian keinginan-kebutuhan konsumen serta situasi pasar

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.

Kompetensi Dasar	Indikator (Setelah mengikuti kuliah)	Pengalaman Pembelajaran	Materi Ajar	Waktu	Alat/Bahan/Sumber Belajar	Evaluasi
Memahami ilmu keperilakuan sebagai pedoman dalam merancang pencapaian tujuan.	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjelaskan obyek formal dan material psikologi - Dapat menjelaskan dan membedakan formula perilaku 	Mengkaji dan mendiskusikan pengertian, jenis-jenis perilaku dan formula perilaku	BAGIAN I : PENDAHULUAN 1.Psikologi dan Keperilakuan	100'	LCD, Laptop. <i>Rita L. Atkinson, Richard C. Atkinson, Edward E. Smith, Daryl J. Bem: 1997, PENGANTAR PSIKOLOGI, Jilid I, Edisi Kedelapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.</i>	Tes UTS-UAS
Memahami dan mengetahui interaksi interdisiplin keilmuan	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjelaskan keterkaitan psikologi dengan manajemen pemasaran 	Mengkaji dan mendiskusikan hubungan konsep perilaku dengan aspek-aspek dalam manajemen/ strategi pemasaran	2.Perilaku dan Manajemen Pemasaran	100'	LCD, Laptop. <i>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.</i>	Tes UTS-UAS
Memahami ruang lingkup psikologi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjelaskan model perilaku konsumen - Dapat menjelaskan dimensi psikologi konsumen dipandang dari konsumen, produsen, dinamika proses mental 	Menelaah dan mendiskusikan model keperilakuan konsumen Menelaah faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya studi perilaku konsumen	3.Psikologi Konsumen	100'	LCD, Laptop. <i>Endar Sugiarto. 2002. Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. Consumer Behavior. 7th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc</i>	Tes UTS-UAS

Kompetensi Dasar	Indikator (Setelah mengikuti kuliah)	Pengalaman Pembelajaran	Materi Ajar	Waktu	Alat/Bahan/Sumber Belajar	Evaluasi
Memahami konsumen, sebagai individu/kelompok yang dapat dikategorikan. Memahami karakter produk dalam mempengaruhi konsumen	- Dapat menjelaskan dan membedakan fungsi dari segmentasi, penentuan target, dan penciptaan posisi produk pada lingkungan konsumen.	Mengkaji dan mendiskusikan pengelompokan konsumen, penentuan sasaran pemasaran dan penempatan citra produk dalam strategi pemasaran	4. <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	100'	LCD, Laptop. Husein Umar. 2002. <i>Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen</i> . Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama. Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. <i>Consumer Behavior</i> . 7 th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc	Tes UTS-UAS
Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan pengalaman individu sebagai konsumen	- Dapat menjelaskan faktor-faktor pengalaman yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan produk	Mengkaji dan mendiskusikan konsep pemasaran tentang Pembelajaran Konsumen, Kebiasaan dan Loyalitas Konsumen bagi strategi pemasaran	BAGIAN II : DINAMIKA PSIKOLOGIS KONSUMEN 5. Pembelajaran Konsumen, Kebiasaan dan Loyalitas Konsumen	100'	LCD, Laptop. Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. <i>Consumer Behavior</i> . 7 th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc Sutisna. 2001. <i>Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran</i> . Bandung. PT. Remaja Rosdakarya	Tes UTS-UAS
Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan aspek kognitif individu sebagai konsumen individu sebagai konsumen	- Dapat menjelaskan faktor-faktor kognitif dan ciri-ciri stimulus yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan produk	Mengkaji dan mendiskusikan konsep pemasaran tentang Persepsi Konsumen bagi strategi pemasaran	6. Persepsi Konsumen	100'	LCD, Laptop. Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. <i>Consumer Behavior</i> . 7 th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc Sutisna. 2001. <i>Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran</i> . Bandung. PT. Remaja Rosdakarya	Tes UTS-UAS
Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan aspek orientasi individu, predisposisi individu sebagai konsumen	- Dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi pendukung dan pembentukan sikap yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan produk	Mengkaji dan mendiskusikan konsep pemasaran tentang Motivasi dan Sikap Konsumen bagi strategi pemasaran	7. Motivasi dan Sikap Konsumen	100'	LCD, Laptop. Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. <i>Consumer Behavior</i> . 7 th Edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc Sutisna. 2001. <i>Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran</i> . Bandung. PT. Remaja Rosdakarya	Tes UTS-UAS

Kompetensi Dasar	Indikator (Setelah mengikuti kuliah)	Pengalaman Pembelajaran	Materi Ajar	Waktu	Alat/Bahan/Sumber Belajar	Evaluasi
Memahami penerimaan individu terhadap stimulus pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjelaskan faktor-faktor pencarian informasi - Dapat menjelaskan sistem memori dalam pencarian informasi 	Mengkaji dan mendiskusikan konsep pemasaran tentang Pencarian dan Pemrosesan Informasi bagi strategi pemasaran	8.Pencarian dan Pemrosesan Informasi	100'	LCD, Laptop. Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. <i>Consumer Behavior. 7th Edition.</i> New Jersey: Prentice-Hall International, Inc Sutisna. 2001. <i>Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.</i> Bandung. PT. Remaja Rosdakarya	Tes UTS-UAS
Memahami pengaruh bagi pemasaran yang disebabkan orientasi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjelaskan teori kepribadian - Dapat menjelaskan nilai dan gaya hidup serta implikasinya pada strategi pemasaran 	Mengkaji dan mendiskusikan konsep pemasaran tentang peran kepribadian dan gaya hidup bagi strategi pemasaran	9.Kepribadian dan Gaya Hidup Konsumen	100'	LCD, Laptop. Schiffman, LG and Kanuk, LL. 2000. <i>Consumer Behavior. 7th Edition.</i> New Jersey: Prentice-Hall International, Inc Sutisna. 2001. <i>Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.</i> Bandung. PT. Remaja Rosdakarya	Tes UTS-UAS
Memahami keberadaan riset terhadap konsumen dalam konteks psikologi	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjelaskan pengertian, kriteria, dan langkah-langkah riset pemasaran - Dapat menjelaskan peran riset pemasaran 	Telaah atau mengkaji disertai tanya jawab tentang materi riset secara umum dan riset pemasaran dalam konteks psikologi	BAGIAN III : Riset PEMASARAN DAN KONSUMEN DALAM KONTEKS PSIKOLOGI 10.Pengertian Dan Langkah-langkah Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen	100'	LCD, Laptop. Husein Umar. 2002. <i>Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.</i> Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama. Website jurnal: Ebsco dan Proquest	Tes UTS-UAS
Memahami lingkup riset pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menjelaskan beberapa konsep pemasaran dan perilaku konsumen sebagai area riset 	Telaah materi disertai diskusi Pembahasan beberapa contoh produk (jasa/barang) yang dihasilkan dari riset	11.Ruang Lingkup Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen	100'	LCD, Laptop. Husein Umar. 2002. <i>Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.</i> Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama. Website jurnal: Ebsco dan Proquest	Tes UTS-UAS

Kompetensi Dasar	- Indikator (Setelah mengikuti kuliah)	Pengalaman Pembelajaran	Materi Ajar	Waktu	Alat/Bahan/Sumber Belajar	Evaluasi
Mengetahui dan memahami ragam pendekatan peneliti dalam pemilihan masalah atau topik riset konsumen/pemasaran	- Dapat menjelaskan bentuk riset serta contoh-contohnya	Telaah pada beberapa jurnal yang diunduh dari internet	12. Contoh-contoh Topik Riset	100'	LCD, Laptop. <i>Husein Umar. 2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.</i> Website jurnal: Ebsco dan Proquest	Diskusi, Paper, Portofolio, Tes UTS-UAS