

PERILAKU KONSUMEN - 0899

SKS: 3 | Kelas: 64.6A.06

Dosen: 200904369 - DTB

Berita Acara Pengajaran

Temu	Ruang	Kehadiran	Bahan Kajian	BAP
1	EN3-E2	2026-03-30 10:00-12:30 Masuk: 10:02:08 -12:30:50	Penjelasan Peraturan Perkuliahan, Silabus, RPS dan RTM. Menjelaskan Rencana Tugas Mahasiswa (RTM). Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 1. Konsep Dasar Perilaku Konsumen: Pengertian Perilaku konsumen, Pentingnya Memahami Perilaku Konsumen dalam Pemasaran, Peran Perilaku Konsumen dalam Bisnis dan Ekonomi dan Penerapan Perilaku Konsumen dalam Strategi Pemasaran. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan konsep pengertian dan pentingnya perilaku konsumen.	Membahas materi pertemuan 1. Konsep Dasar Perilaku Konsumen. Mahasiswa mengerjakan soal konsep pengertian dan pentingnya perilaku konsumen Mahasiswa membentuk kelompok guna berdiskusi untuk mengerjakan tugas PBL yang terdapat di RTM. Diharapkan mahasiswa 1. Dapat menjelaskan pengertian perilaku konsumen 2. Dapat menjelaskan pentingnya memahami perilaku konsumen dalam pemasaran.
2	EN3-E2	2026-04-06 10:00-12:30 Masuk: 10:05:15 -12:33:40	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 2. Faktor-Faktor Internal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Pentingnya memahami perilaku konsumen, peran faktor pribadi, faktor psikologis, Faktor emosional dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Diharapkan mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menjelaskan faktor-faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen.	Membahas materi pertemuan 2. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Mahasiswa mengerjakan soal faktor-faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Diharapkan mahasiswa 1. Dapat menjelaskan mengenai pentingnya faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen. 2. Dapat memahami faktor-faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen.
3	EN3-E2	2026-04-13 10:00-12:30 Masuk: 10:04:45 -12:30:05	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 3. Faktor-Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen: Definisi dan pentingnya memahami faktor eksternal yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor personal dan aktifitas pemasaran dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Diharapkan mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menjelaskan faktor faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen.	Membahas materi pertemuan 3. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Mahasiswa mengerjakan soal faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Diharapkan mahasiswa 1. Dapat menjelaskan konsep pentingnya faktor eksternal. 2. Dapat menjelaskan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Temu	Ruang	Kehadiran	Bahan Kajian	BAP
4	EN3-E2	2026-04-20 10:00-12:30 Masuk: 10:01:09 -12:31:33	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 4. Pengambilan Keputusan Konsumen Tahap Awal: Pentingnya memahami proses pengambilan keputusan dan definisinya, tahapan proses pengambilan keputusan awal dan implikasi bagi pemasar. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan tahapan proses pengambilan keputusan pembelian tahap awal.	Membahas materi pertemuan 4. Pengambilan Keputusan Konsumen Tahap Awal. Mahasiswa mengerjakan soal tahapan proses pengambilan keputusan tahap awal. Diharapkan mahasiswa 1. Dapat menjelaskan konsep proses tahap awal 2. Menjelaskan perihal tahapan proses pengambilan keputusan tahap awal.
5	EN3-E2	2026-04-27 10:00-12:30 Masuk: 10:04:47 -12:37:22	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 5. Evaluasi Pasca Pembelian: Definisi dan tujuan Evaluasi pasca pembelian, faktor-faktor yang mempengaruhi evaluasi pasca pembelian dan komponennya, kepuasan, loyalitas serta proses evaluasi pasca pembelian. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan tahapan proses Evaluasi Pasca Pembelian.	Membahas materi pertemuan 5. Evaluasi Pasca Pembelian. Mahasiswa mengerjakan soal proses evaluasi Pasca Pembelian. Diharapkan mahasiswa 1. Dapat menjelaskan bagaimana proses Evaluasi Pasca Pembelian.
6	EN3-E2	2026-05-04 10:00-12:30 Masuk: 10:04:58 -12:35:39	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 6. Model Pengambilan Keputusan Konsumen Dan Penerapannya Dalam Pemasaran: Definisi pengambilan keputusan konsumen, model pengambilan keputusan rasional, model pengambilan keputusan belajar, model pengambilan keputusan emosional, penerapan model pengambilan keputusan konsumen dalam strategi pemasaran. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan penerapan model-model pengambilan keputusan dalam pemasaran.	Membahas materi pertemuan 6. Model Pengambilan Keputusan Konsumen Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Mahasiswa mengerjakan kasus model pengambilan keputusan. Indikator Penilaian Mahasiswa: 1. Dapat menjelaskan konsep, model pengambilan keputusan 2. Dapat menyelesaikan kasus, model pengambilan keputusan.
7	EN3-E2	2026-05-11 10:00-12:30 Masuk: 10:08:31 -12:23:04	Review Pertemuan I sd Pertemuan VI kemudian dilanjutkan dengan Kuiz. Diharapkan mahasiswa mengerti materi pertemuan I sd Pertemuan VI dan dapat mengerjakan kuiz dengan baik dan benar.	Pertemuan 7. Review dan Kuiz. Diharapkan mahasiswa: 1. Mengerti review materi Pertemuan I sd Pertemuan VI. 2. Mahasiswa dapat mengerjakan Kuiz dengan baik dan lancar.
8	EN3-E2	2026-05-18 10:00-12:30 Masuk: 10:01:17 -12:30:12	UTS	UTS berlangsung dengan tertib dan lancar.
9	EN3-E2	2026-05-25 10:00-12:30	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 9. Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumen: konsep budaya, unsur-unsur	Membahas materi pertemuan 9. Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumen. Mahasiswa mengerjakan studi kasus mengenai pengaruh budaya terhadap

Temu	Ruang	Kehadiran	Bahan Kajian	BAP
		Masuk: 10:15:41 -12:40:52	budaya, fungsi dan karakteristik budaya, serta pengaruh budaya terhadap nilai, gaya hidup, kepribadian, motivasi, sikap, proses pengambilan keputusan, dan perilaku pembelian konsumen. Mahasiswa diberikan contoh-contoh nyata bagaimana budaya memengaruhi pilihan produk dan keputusan pembelian konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu dibahas pengaruh subbudaya terhadap perilaku konsumen serta pentingnya pemahaman budaya dalam penyusunan strategi pemasaran yang efektif. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumen.	keputusan pembelian konsumen. Indikator Penilaian Mahasiswa: 1. Dapat menjelaskan konsep budaya dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. 2. Dapat menganalisis pengaruh budaya dalam keputusan pembelian dan strategi pemasaran.
10	EN3-E2	2026-06-08 10:00-12:30 Masuk: 10:08:01 -12:32:10	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 10. Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumen: konsep pengaruh sosial, faktor-faktor sosial yang memengaruhi perilaku konsumen, teori norma sosial, teori konformitas, teori pengaruh kelompok, kelompok referensi, pengaruh keluarga, pengaruh media sosial, peran influencer, fenomena FOMO (Fear of Missing Out), serta etika dalam memanfaatkan pengaruh sosial dalam strategi pemasaran. Mahasiswa diberikan contoh-contoh nyata mengenai bagaimana keluarga, teman, komunitas, media sosial, dan influencer dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu dibahas studi kasus mengenai pembelian produk teknologi terbaru yang dipengaruhi oleh konformitas, simbol status, dan FOMO, serta pentingnya penerapan etika dalam strategi pemasaran. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan pengaruh sosial terhadap perilaku konsumen dan menganalisis penerapannya dalam dunia bisnis.	Membahas materi pertemuan 10, yaitu Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumen. Mahasiswa mengerjakan studi kasus mengenai pengaruh kelompok referensi, media sosial, influencer, dan fenomena FOMO terhadap keputusan pembelian konsumen. Mahasiswa juga mendiskusikan pentingnya etika dalam memanfaatkan pengaruh sosial untuk membangun kepercayaan konsumen. Indikator Penilaian Mahasiswa: 1. Dapat menjelaskan konsep pengaruh sosial dan faktor-faktor sosial yang memengaruhi perilaku konsumen. 2. Dapat menganalisis pengaruh kelompok referensi, keluarga, media sosial, influencer, dan FOMO terhadap keputusan pembelian serta penerapan etika dalam strategi pemasaran.
11	EN3-E2	2026-06-15 10:00-12:30 Masuk: 10:11:42 -12:20:30	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 11. Peran Keluarga terhadap Perilaku Konsumen: konsep keluarga dan perilaku konsumen, teori pengaruh keluarga, peran orang tua, saudara	Membahas materi pertemuan 11. Peran Keluarga terhadap Perilaku Konsumen. Mahasiswa mengerjakan studi kasus mengenai pengaruh keluarga terhadap keputusan pembelian konsumen. Indikator Penilaian Mahasiswa: 1. Dapat

Temu	Ruang	Kehadiran	Bahan Kajian	BAP
			kandung, dan keluarga besar dalam membentuk perilaku konsumen, serta proses pengambilan keputusan konsumen dalam konteks keluarga. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan peran keluarga terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian.	menjelaskan konsep keluarga dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. 2. Dapat menganalisis pengaruh keluarga terhadap keputusan pembelian konsumen.
12	EN3-E2	2026-06-19 07:30-10:00 Masuk: 07:31:34 -09:52:43	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 12. Peran Kelompok Acuan/Referensi dalam Perilaku Konsumen: pengertian kelompok acuan/referensi, fungsi kelompok acuan, jenis-jenis kelompok acuan (primer, sekunder, aspirasional, dan disosiatif), pengaruh kelompok acuan terhadap perilaku konsumen, teori pengaruh kelompok acuan, serta strategi pemasaran yang memanfaatkan kelompok acuan/referensi. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan peran kelompok acuan/referensi terhadap perilaku konsumen dan keputusan pembelian.	Membahas materi pertemuan 12. Peran Kelompok Acuan/Referensi dalam Perilaku Konsumen. Mahasiswa mengerjakan studi kasus mengenai pengaruh kelompok acuan/referensi terhadap keputusan pembelian konsumen. Indikator Penilaian Mahasiswa: 1. Dapat menjelaskan pengertian kelompok acuan/referensi dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. 2. Dapat menganalisis pengaruh kelompok acuan/referensi terhadap keputusan pembelian konsumen.
13	EN3-E2	2026-06-22 10:00-12:30 Masuk: 10:12:36 -12:29:50	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 13. Perilaku Konsumen dalam Strategi Pemasaran: membahas pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen (pribadi, sosial, psikologis, dan budaya), model proses pengambilan keputusan konsumen, segmentasi pasar berdasarkan perilaku konsumen, penetapan posisi produk (positioning), pengembangan bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi), manfaat penerapan wawasan perilaku konsumen, serta tantangan dan kendala dalam memahami perilaku konsumen. Diharapkan mahasiswa mampu menjelaskan perilaku konsumen dalam strategi pemasaran serta menganalisis penerapannya dalam penyusunan strategi pemasaran yang efektif.	Membahas materi Pertemuan 13. Perilaku Konsumen dalam Strategi Pemasaran. Mahasiswa mengerjakan studi kasus mengenai penerapan perilaku konsumen dalam penyusunan strategi pemasaran suatu produk. Indikator Penilaian Mahasiswa: 1. Dapat menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusan konsumen. 2. Dapat menganalisis penerapan perilaku konsumen dalam segmentasi pasar, positioning produk, dan strategi pemasaran.
14	EN3-E2	2026-06-29 10:00-12:30	Bahan Kajian (Materi Ajar) Pertemuan 14. Segmentasi Pasar Berdasarkan Perilaku Konsumen: membahas pengertian segmentasi pasar, pentingnya segmentasi	Membahas materi Pertemuan 14 tentang Segmentasi Pasar Berdasarkan Perilaku Konsumen. Mahasiswa mengerjakan studi kasus mengenai penerapan segmentasi

[illegible]

#	Nim	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Total
18	64231066	SITI NURHALIZAH LUBIS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
19	64231106	SUKMA ANDRIANI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
20	64231147	NATASYA BELLA ANGGRAINI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	13
21	64231175	SALMA NABILAH	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
22	64231213	RIZKI RAMADAN	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	11
23	64231251	SOFIA ARINDA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
24	64231300	NUR KOMARININGSIH MUNTAGRAINI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
25	64231336	TAMAM ABDUL KARIM	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
26	64231369	REFLINA VELLINDA PRATIWI	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	15
27	64231432	INDAH PURNAMA SARI LUBIS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
28	64231439	LUTHFI ALFIANSYAH	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
29	64231506	JIHAN AULIA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	15
30	64231511	DERIANSYAH AFRIZAL 'S	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	15

#	Nim	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	Total
31	64231521	ZAHRA NABILLA ADRIFAH	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	15
32	64231532	URMILA JOVITA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
33	64231568	ALDA WOWOR	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
34	64231608	JESLIN PUTRI SAGALA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
35	64231629	MARIA MAGDALENA WEA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
36	64231647	ELISTIA WATI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
37	64231665	NABILA ANDINI PUTRI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
38	64231680	SARAH DWI AMALIA PUTRI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	15
39	64231716	MAETSA KURNIA AFNAENI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
40	64231721	NOVIYANTI WULANDARI	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
Total Kehadiran Harian			39	39	40	39	39	40	38	39	40	39	38	38	38	38	36	39	-

*Data Presensi diambil berdasarkan laman Elearning

Penilaian

#	Nim	Nama	Presensi	Tugas	UTS	UAS	Grade Akhir
1	64230147	TRI LESTARI	100	83	92	94	A
2	64230196	PUTRI REVINA	100	87	94	94	A
3	64230261	TARAS VIRANATA RUSMAWAN	100	87	100	94	A
4	64230285	ALFATH SHALAHUDDIN ZAKY	100	84	94	98	A
5	64230312	NADIA ELISABETH	100	78	88	96	A
6	64230463	MUHAYA MAHESA JENAR	100	81	92	92	A
7	64230492	WISHNU DHAMAR SAPUTRA	100	85	96	92	A
8	64230599	ANISA DEWI MUKTI	100	81	96	96	A
9	64230645	ISMATUL MAULA RAKHMAWATI	100	79	96	98	A
10	64230657	RIFQI RAMADHANA EKO SAPUTRA	93	83	98	100	A
11	64230708	NANDA NOVIA NARESWARI	100	80	98	96	A
12	64230760	PUTRI WINA WULANDARI	100	85	98	98	A
13	64230851	ELSA FIRDA AMELIA	100	86	90	98	A
14	64230926	STEFANUS YUDISTIRA	57	80	76	86	B
15	64230997	NOEH SURYA NUGRAHA	86	82	94	98	A
16	64231007	ANDRINA BALQIS	100	84	94	88	A
17	64231028	ALDI PRASETIYO TRIYANTORO	100	80	92	92	A

#	Nim	Nama	Presensi	Tugas	UTS	UAS	Grade Akhir
18	64231066	SITI NURHALIZAH LUBIS	100	86	98	96	A
19	64231106	SUKMA ANDRIANI	100	82	98	94	A
20	64231147	NATASYA BELLA ANGGRAINI	86	70	100	0	C
21	64231175	SALMA NABILAH	100	84	94	96	A
22	64231213	RIZKI RAMADAN	64	83	98	94	A
23	64231251	SOFIA ARINDA	100	70	94	94	A
24	64231300	NUR KOMARININGSIH MUNTAGRAINI	100	81	96	98	A
25	64231336	TAMAM ABDUL KARIM	93	81	94	98	A
26	64231369	REFLINA VELLINDA PRATIWI	100	79	0	100	B
27	64231432	INDAH PURNAMA SARI LUBIS	100	84	94	98	A
28	64231439	LUTHFI ALFIANSYAH	100	83	96	90	A
29	64231506	JIHAN AULIA	93	83	84	94	A
30	64231511	DERIANSYAH AFRIZAL 'S	93	80	96	100	A
31	64231521	ZAHRA NABILLA ADRIFAH	93	84	0	96	C
32	64231532	URMILA JOVITA	100	84	86	92	A
33	64231568	ALDA WOWOR	100	86	88	94	A
34	64231608	JESLIN PUTRI SAGALA	100	85	96	92	A
35	64231629	MARIA MAGDALENA WEA	100	81	96	100	A

#	Nim	Nama	Presensi	Tugas	UTS	UAS	Grade Akhir
36	64231647	ELISTIA WATI	100	85	100	94	A
37	64231665	NABILA ANDINI PUTRI	100	81	96	98	A
38	64231680	SARAH DWI AMALIA PUTRI	93	80	72	98	A
39	64231716	MAETSA KURNIA AFNAENI	100	85	96	98	A
40	64231721	NOVIYANTI WULANDARI	100	80	96	98	A

*Data Penilaian diambil berdasarkan laman student