







**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI (PSIKOLOGI)
FAKULTAS (HUMANIORA DAN BISNIS)**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

Mata Kuliah	: Psikologi Konsumen	Tanggal	: 5 Juli 2023
Kode MK	: PSI508	Rumpun MK	: MKP
Bobot (sks)	T (Teori) : 2 P (Praktik/Praktikum) : 0	Semester	: 6
Dosen Pengembang RPS,  (Dr. Clara Moningka, S.Psi., M.Si.)	Koordinator Keilmuan,  (Maria Jane T. Simanjuntak, S.Psi., M.Psi., Psikolog)	Kepala Program Studi,  (Aries Yulianto, S.Psi., M.Si.)	Dekan,  (Dra. Clara Evi Citraningtyas, M.A., Ph.D)

NOMOR TUGAS
1
BENTUK TUGAS
Presentasi Kelompok
JUDUL TUGAS
Presentasi sesuai tema Pembahasan
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
23-PSI-SCPMK-02147: Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar perilaku konsumen dan ruang lingkungnya. 23-PSI-SCPMK-02148: Mahasiswa mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dengan tepat.
METODE Pengerjaan Tugas
Mahasiswa membuat kelompok 3-4 orang atau disesuaikan dengan banyaknya mahasiswa dalam 1 kelas. Dosen memberikan tema presentasi. Mahasiswa wajib melakukan presentasi. Setelah presentasi dosen akan memberikan umpan balik dan kemudian m

BENTUK DAN FORMAT LUARAN
Presentasi
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
<ul style="list-style-type: none"> - Kelengkapan materi termasuk penjelasan yang sistematis - Kesesuaian materi presentasi dengan bahasan pada sumber referensi - Penggunaan referensi luar selain buku utama - Kemampuan menghubungkan teori dengan contoh nyata termasuk keluasan wawasan
JADWAL PELAKSANAAN
Disesuaikan dengan presentasi dosen pengampu mata kuliah.
LAIN-LAIN
-
DAFTAR RUJUKAN
<ul style="list-style-type: none"> - Schiffman, L.G., Wisenblit, J. (2019). Consumer behavior 12th Ed. New Jersey (NJ): Pearson. - Moschis, G.P. 2019. Consumer Behavior over the Life Course Research Frontiers and New Directions. Atlanta, GA: Springer.

NOMOR TUGAS
2
BENTUK TUGAS
Membuat Paper/tugas analisis
JUDUL TUGAS
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
23-PSI-SCPMK-02147: Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar perilaku konsumen dan ruang lingkungannya.
23-PSI-SCPMK-02148: Mahasiswa mampu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dengan tepat.



**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI (PSIKOLOGI)
FAKULTAS (HUMANIORA DAN BISNIS)**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

23-PSI-SCPMK-03149: Mahasiswa dapat menentukan perilaku konsumen di lingkungannya, termasuk tren perilaku konsumen yang terjadi.

DESKRIPSI TUGAS

Mahasiswa bisa memilih 3 media pemasaran suatu jenis produk dengan merek yang berbeda kemudian menentukan jenis daya tarik iklan, menentukan alasan di balik daya tarik, termasuk apakah faktor budaya mempengaruhi dan membuat rekomendasi, iklan mana yang efektif. Mahasiswa juga bisa menentukan faktor demografi tambahan mana yang perlu ditambahkan untuk pemasaran produk dan memberikan saran bagaimana memanfaatkan pengaruh kelompok dalam pemasaran produk, dan akhirnya mempresentasikan rencana yang dibuat untuk pengenalan kebutuhan dan memasukkan produk ke dalam pertimbangan konsumen.

METODE Pengerjaan Tugas

Kelompok 4 orang

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

Tulisan ilmiah/paper yang dipresentasikan

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

- Kelengkapan laporan dan bukti analisa
- Kelogisan alasan serta analisis
- Ketepatan analisis dan rekomendasi

JADWAL PELAKSANAAN

Sesuai dengan RPS

LAIN-LAIN

-

DAFTAR RUJUKAN

Morgeson, F.P., et al. 2020. Job and Work Analysis 3rd Ed. California, CA: Sage

Moningka, dkk. 2021. Psikologi Industri dan Organisasi. Jakarta: DD Publishing.



**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI (PSIKOLOGI)
FAKULTAS (HUMANIORA DAN BISNIS)**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

NOMOR TUGAS
3
BENTUK TUGAS
Projek
JUDUL TUGAS
Projek Green Marketing
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
23-PSI-SCPMK-03149: Mahasiswa dapat menentukan perilaku konsumen di lingkungannya, termasuk tren perilaku konsumen yang terjadi. 23-PSI-SCPMK-03150: Mahasiswa dapat menghubungkan berbagai faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen.
DESKRIPSI TUGAS
Dosen memberikan projek Green Marketing pada mahasiswa, dimana mahasiswa dapat memasarkan produk/jasa yang eco-friendly. Dalam hal ini diharapkan mahasiswa juga dapat melibatkan masyarakat sekitar dalam proses pembuatan atau distribusi produk/jasa.
METODE Pengerjaan Tugas
Kelompok 4 – 5 orang, untuk proposal dipresentasikan, hasil akhir akan dipresentasikan atau dijual di pameran.
BENTUK DAN FORMAT LUARAN
Produk, pameran
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
<ul style="list-style-type: none">- Originalitas produk/jasa- Keterlibatan masyarakat- Pameran
JADWAL PELAKSANAAN
Sesuai dengan RPS
LAIN-LAIN
-



**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI (PSIKOLOGI)
FAKULTAS (HUMANIORA DAN BISNIS)**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

DAFTAR RUJUKAN

Morgeson, F.P., et al. 2020. Job and Work Analysis 3rd Ed. California, CA: Sage

Moningka, dkk. 2021. Psikologi Industri dan Organisasi. Jakarta: DD Publishing.