

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA INDONESIA
KWIK KIAN GIE

Laporan Realiasi

Referensi : PRN2015-01/1050-2768

Kode / Nama Universitas	: 39009 - Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Hari	:Rabu
Program Studi	: S1 - Manajemen	Kelas	:B
Periode	: 2021/2022 - Ganjil	Ruang	:2.5
Kode/Nama Mata Kuliah	: MPB-502M - PERILAKU KONSUMEN	Waktu	:07:00 - 10:00
Nama Pengajar/Dosen	: 0051 - Dr. Tony Sitinjak, M.M.	Jml Mhs	:14

No	Tanggal	Materi/Topik Kuliah Perpertemuan	Verifikasi Mahasiswa	Jumlah hadir
1	2021-10-06	1. Defenisi dan sifat dasar perilaku konsumen. 2. Perkembangan Marketing Concepts dan implementasinya. 3. Perilaku konsumen dalam revolusi digital. 4. Model perilaku konsumen. 5. Perilaku konsumen		12
2	2021-10-13	1. Definisi Segmentasi dan Target strategik 2. Kriteria Target yang efektif 3. Basis segmentasi 4. Implementasi Segmentasi dan target strategik		11
3	2021-10-23	1. Definisi motivasi konsumen. 2. Teori motivasi 3. Kebutuhan dan goals. 4. Pengertian motivasi positif dan motivasi negatif 5. Pengukuran Motivasi		10
4	2021-10-27	1. Definisi motivasi konsumen. 2. Teori motivasi 3. Kebutuhan dan goals. 4. Pengertian motivasi positif dan motivasi negatif 5. Pengukuran Motivasi		10
5	2021-11-03	1. Pengertian kepribadian. 2. Freudian Theory 3. Neo-Freudian Theory 4. Trait Theory 5. Brand Personality 6. Virtual Personality		10
6	2021-11-10	1. Teori learning 2. Classical learning 3. Instrumental learning 4. Reinforcement 5. Cognitive learning 6. Memory		10
7	2021-11-17	1. Teori learning 2. Classical learning 3. Instrumental learning 4. Reinforcement 5. Cognitive learning 6. Memory		13
8	2021-11-30	UJIAN TENGAH SEMESTER		
9	2021-12-08	1. Pengertian sensasi dan persepsi. 2. Absolute threshold. 3. Differential threshold. 4. Hukum Weber tentang perubahan stimuli 5. Perceptual selection 6. Perceptual organization 7. Perceptual i		11
10	2021-12-15	1. Defenisi sikap 2. Karakteristik sikap 3. Dinamika sikap 4. Model sikap tiga komponen, Multi atribut, mencoba mengkonsumsi, terhadap iklan		13
11	2022-01-05	1. Pembentukan sikap konsumen 2. Hubungan learning dengan sikap konsumen 3. Teknik mengubah sikap konsumen 4. Cognitive dissonance theory 5. Attribution theory Elaboration of likelihood model		13
12	2022-01-12	1. Peran keluarga, Daur Hidup keluarga 2. Kelas Sosial dan perilaku konsumen serta strategi pemasaran 3. Pengaruh keluarga, perileku konsumen dan strategi pemasaran.		12
13	2022-01-19	1. Teori budaya mempengaruhi perilaku konsumen 2. Budaya dan kepuasan kebutuhan konsumen 3. Budaya dapat dipelajari, dinamis 4. Budaya dan budaya belanja		13

14	2022-01-26	Proses keputusan konsumen : Adanya kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan setelah pembelian 2. Aturan dalam pengambilan keputusan 3. Consuming and Possesing 4. Relationshi		13
15	2022-02-02	Review & Quiz		10
16	2022-02-15	UJIAN AKHIR SEMESTER		

Jakarta, 24-Feb-2022

Disetujui Oleh Korbid/KaProgdi

Dibuat Oleh,

(.....)

Dr. Tony Sitinjak, M.M.

*Laporan ini dicetak sesuai dengan data sebenarnya melalui sistem aplikasi komputer