

## Laporan Realisasi Perkuliahan

Referensi : PRN2019-02/23417-24699

Kode / Nama Universitas : 39009 - Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Program/ Program Studi : STRATA 1 Manajemen  
 Tahun Akademik/Periode : 2019/2020 Reguler Genap  
 Kode/ Nama Mata Kuliah : MPB-502M PERILAKU KONSUMEN  
 Nama Pengajar/Dosen : (0255)-Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Hari : Selasa  
 Kelas : A  
 Ruang : 3.2  
 Waktu : 1330 1630  
 Jml Mhs:7

No	Tanggal	Materi / Topik Kuliah Per Pertemuan	Verifikasi Mahasiswa	Jumlah Hadir
1	20-02-2020	Definisi dan sifat dasar konsumen. perkembangan marketing concept dan implementasinya. Perilaku	JOSE ARMANDO	4
2	27-02-2020	Definisi Segmentasi dan Targeting dan Perilaku Konsumen sebagai praktik multi disiplin, etika	MIKHAEL WILSON WAHJONO	3
3	03-03-2020	Definisi segmentasi konsumen.	DESDUTA MARANNU	1
4	10-03-2020	1. Implementasi Segmentasi dan target 3. Reputasi dan brand	SYDNEY INDRA	5
5	17-03-2020	4. Avoidance Theory 3. Self-Regulation Theory	SYDNEY INDRA	7
6	24-03-2020	2. Self-Concept 3. Beliefs, Attitudes and Persepsi.	SYDNEY INDRA	7
7	30-03-2020	3. Attitude Theory 3. Diffusion of Innovation theory	SYDNEY INDRA	7
8	14-04-2020	4. Diffusion of Innovation theory 3. Diffusion of Innovation theory	SYDNEY INDRA	7
9	21-04-2020	6. Diffusion of Innovation theory 7. Diffusion of Innovation theory	SYDNEY INDRA	7
10	28-04-2020	2. Classical learning 3. Determinental learning	SYDNEY INDRA	7
11	05-05-2020	2. Karakteristik sikap 3. Dimensi sikap konsumen	SYDNEY INDRA	7
12	12-05-2020	6. Hubungan antara sikap dengan sikap konsumen 3. Dimensi sikap konsumen	SYDNEY INDRA	7
13	19-05-2020	4. Dimensi sikap konsumen 5. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dan grup 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dan grup 4. Konsep dan definisi sikap konsumen dan grup 6. Grup referensi yang paling banyak digunakan	SYDNEY INDRA	7

Jakarta, 28-Aug-2020  
 Dibuat oleh

Diketahui oleh Korbid/KaProgdi

Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

[ \_\_\_\_\_ ]