

	Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen					Kode Dokumen																																																																																			
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																									
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																		
Riset Pemasaran	6120103140	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=3	P=0	ECTS=4.77	6	24 Agustus 2025																																																																																		
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																			
	Dr. Sanaji, SE., M.Si		Dr. Nindria Untarini, SE., M.Si			YUYUN ISBANAH																																																																																			
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																								
	CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan																																																																																							
	CPL-8	Lulusan mampu memecahkan masalah manajemen secara tepat (APSMBI 6)																																																																																							
	CPL-10	Lulusan mampu melakukan penelitian manajemen dengan baik dan beretika (APSMBI 8)																																																																																							
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																								
	CPMK - 1	C4. Mahasiswa mampu menguraikan desain riset pemasaran sesuai dengan identifikasi masalah dan pemecahan masalah.																																																																																							
	CPMK - 2	P5. Mahasiswa mampu melakukan riset pemasaran dalam lingkup terbatas dengan memanfaatkan teknologi informasi secara jujur dan bertanggung jawab.																																																																																							
	CPMK - 3	A5. Mahasiswa mampu melaksanakan riset pemasaran dalam lingkup terbatas yang sesuai dengan masalah keputusan manajemen.																																																																																							
	Matrik CPL - CPMK																																																																																								
		<table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-3</td><td>CPL-8</td><td>CPL-10</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td>✓</td><td></td></tr></table>					CPMK	CPL-3	CPL-8	CPL-10	CPMK-1	✓			CPMK-2			✓	CPMK-3		✓																																																																				
CPMK	CPL-3	CPL-8	CPL-10																																																																																						
CPMK-1	✓																																																																																								
CPMK-2			✓																																																																																						
CPMK-3		✓																																																																																							
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																									
	<table><tr><th rowspan="2">CPMK</th><th colspan="16">Minggu Ke</th></tr><tr><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr></table>					CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1	✓	✓	✓	✓													CPMK-2					✓	✓	✓	✓	✓	✓							CPMK-3											✓	✓	✓	✓	✓	✓
CPMK	Minggu Ke																																																																																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																									
CPMK-1	✓	✓	✓	✓																																																																																					
CPMK-2					✓	✓	✓	✓	✓	✓																																																																															
CPMK-3											✓	✓	✓	✓	✓	✓																																																																									
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Riset Pemasaran diberikan kepada mahasiswa S1 Manajemen konsentrasi pemasaran tingkat akhir untuk mendalami lebih lanjut metodologi dan teknik-teknik dalam melakukan penelitian bidang pemasaran. Melalui mata kuliah ini mahasiswa akan belajar peran riset pemasaran dalam pengambilan keputusan manajemen, merumuskan permasalahan menjadi suatu desain penelitian, mendesain instrumen pengumpulan data, mengumpulkan dan menyiapkan data, melakukan analisis data menggunakan berbagai teknik statistik, hingga menuliskan, dan menyajikan hasil analisis data dalam suatu tulisan ilmiah. Metode pembelajaran yang diterapkan adalah konstruktivis berbasis mahasiswa, dimana mahasiswa aktif dalam mencari sumber belajar dan mengkonstruksi pengetahuannya sesuai dengan tujuan belajar. Strategi belajar yang diterapkan adalah project based-learning, di mana mahasiswa ditugaskan untuk merancang dan melaksanakan riset pemasaran sesuai dengan masalah dan pendekatan riset yang disepakati dengan dosen. Output matakuliah ini adalah laporan riset pemasaran yang dipresentasikan dalam diskusi kelas.																																																																																								
Pustaka	Utama :																																																																																								
	1. Naresh K Malhotra. 2009. Marketing Research: An Applied Orientation . Prentice Hall, Inc. 2. William G Zikmund, Barry J Babin. 2007. Exploring Marketing Research, 9th Edition. Thomson South-Wester. 3. Joseph F Hair, Jr, William C Black, Barry J Babin, and Rolph E Anderson. 2009. Multivariate Data Analysis, 7th. Prentice Hall. 4. Bilson Simamora. 2005. Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 5. Nindria Untarini, Sanaji, Widyastuti, Tias Andarini I. 2022. Modul Riset Pemasaran. Universitas Negeri Surabaya																																																																																								

		Pendukung : 1. Philip Kotler and Kevin L. Keller, 2016, Marketing Management, 15th Edition, New Jersey: Prentice Hall 2. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo					
Dosen Pengampu		Dr. Sanaji, S.E., M.Si. Widyastuti, S.Si., M.Si. Dr. Nindria Untarini, S.E., M.Si. Rosa Prafitri Juniarti, S.E., M.S.M. Mohammad Amiruddin Al-farisi, S.E., M.Sc.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu mendeskripsikan karakteristik riset pemasaran	1.1.1. Mampu menjelaskan pengertian, klasifikasi dan pemanfaatan riset pemasaran 2.1.2. Mampu menjelaskan kedudukan riset pemasaran dalam sistem informasi pemasaran 3.1.3. Mampu mendeskripsikan proses riset pemasaran	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif		Ceramah dan Diskusi 3 x 120	Materi: karakteristik riset pemasaran Pustaka: Nares K Malhotra. 2009. <i>Marketing Research: An Applied Orientation</i> . Prentice Hall, Inc.	5%
2	Mahasiswa mampu menjelaskan proses pendefinisian masalah riset pemasaran	1.2.1. Mampu mendeskripsikan dan menjelaskan masalah-masalah keputusan manajemen pemasaran 2.2.2. Mampu merumuskan masalah dan pertanyaan riset pemasaran sesuai masalah keputusan manajemen pemasaran. 3.2.3. Mampu mengidentifikasi kebutuhan informasi untuk memecahkan masalah riset pemasaran	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif		Membaca Literatur dan Diskusi dengan teman sejawat 3 x 120	Materi: proses pendefinisian masalah riset pemasaran Pustaka: Nares K Malhotra. 2009. <i>Marketing Research: An Applied Orientation</i> . Prentice Hall, Inc.	5%
3	Mahasiswa mampu membedakan ciri-ciri dan kegunaan desain eksploratoris, riset deskriptif, dan riset kausal dalam riset pemasaran	1.3.1. Mendeskripsikan jenis-jenis desain riset pemasaran 2.3.2. Mengidentifikasi dan menyusun desain riset eksploratori 3.3.3. Mengidentifikasi dan menyusun desain riset deskriptif	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif		membaca literatur dan diskusi dengan teman sejawat 3 x 120	Materi: membedakan ciri-ciri dan kegunaan desain eksploratoris, riset deskriptif, dan riset kausal dalam riset pemasaran Pustaka: Nares K Malhotra. 2009. <i>Marketing Research: An Applied Orientation</i> . Prentice Hall, Inc.	5%

4	Mahasiswa mampu membedakan ciri-ciri dan kegunaan desain eksploratoris, riset deskriptif, dan riset kausal dalam riset pemasaran	1.4.1. Mampu mendemonstrasikan fenomena kausalitas dalam bidang pemasaran 4.2. Mampu menjelaskan sumber-sumber invaliditas dalam eksperimen 2.4.2. Mampu menjelaskan sumber-sumber invaliditas dalam eksperimen 3.4.3. Mendemonstrasikan jenis-jenis eksperimen dalam riset pemasaran 4.4.4. Menyusun desain riset kausal	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif		Presentasi dan Diskusi dengan Teman Sejawat 3 x 120	Materi: membedakan ciri-ciri dan kegunaan desain eksploratoris, riset deskriptif, dan riset kausal dalam riset pemasaran Pustaka: <i>Naresh K Malhotra. 2009. Marketing Research: An Applied Orientation . Prentice Hall, Inc.</i>	5%
5	Mahasiswa mampu mengkonstruksi kuesioner sesuai dengan masalah riset pemasaran dan menguji kualitas instrument	1.5.1. Mampu mendesain kuesioner dengan penggunaan skala yang tepat 2.5.2. Mampu menilai validitas dan reliabilitas kuesioner	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif		Ceramah Diskusi dan Praktik 3x120	Materi: mengkonstruksi kuesioner sesuai dengan masalah riset pemasaran dan menguji kualitas instrument Pustaka: <i>Naresh K Malhotra. 2009. Marketing Research: An Applied Orientation . Prentice Hall, Inc.</i>	5%
6	Mahasiswa mampu memilih teknik pengambilan dan menentukan jumlah sampel	1.6.1 Mampu mendesain pemilihan sampel 2.6.2 Menentukan ukuran sampel	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif		Ceramah, membaca literatur dan Diskusi dengan teman sejawat 3 x 120	Materi: teknik pengambilan dan menentukan jumlah sampel Pustaka: <i>Naresh K Malhotra. 2009. Marketing Research: An Applied Orientation . Prentice Hall, Inc.</i>	5%
7	Mahasiswa mampu menyusun proposal riset pemasaran	7.1. Mampu menyusun proposal riset pemasaran sesuai masalah keputusan, masalah riset, memilih sumber pustaka dan mengembangkan hipotesis, memilih teknik sampling, menyusun instrumen yang akan digunakan, menentukan teknik analisis data	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		Penugasan penyusunan proposal 3x 120	Materi: menyusun proposal riset pemasaran Pustaka: <i>William G Zikmund, Barry J Babin. 2007. Exploring Marketing Research, 9th Edition. Thomson South-Wester.</i>	5%
8	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)	Review Materi dan Penyusunan Proposal Riset	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		Pengumpulan Proposal Riset 3x120	Materi: Penyusunan Proposal Riset Pemasaran Pustaka: <i>William G Zikmund, Barry J Babin. 2007. Exploring Marketing Research, 9th Edition. Thomson South-Wester.</i>	15%

9	Mahasiswa mampu mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan regresi OLS, regresi logistik, dan ANOVA	9.1. Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis regresi OLS, regresi logistik, dan ANOVA	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Workshop dengan software SPSS dan Penugasan terstruktur 3 X 120	Materi: mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan regresi OLS, regresi logistik, dan ANOVA Pustaka: Joseph F Hair, Jr, William C Black, Barry J Babin, and Rolph E Anderson. 2019. <i>Multivariate Data Analysis, 8th.</i> Prentice Hall. Materi: analisis regresi OLS, regresi logistik, dan ANOVA Pustaka: Nindria Untarini, Sanaji, Widyastuti, Tias Andarini I. 2022. <i>Modul Riset Pemasaran.</i> Universitas Negeri Surabaya	5%
10	Mahasiswa mampu mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis faktor dan analisis konjoin	10.1. Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis faktor dan analisis konjoin	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Praktek lapangan dan Penugasan terstruktur 3 X 120	Materi: mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis faktor dan analisis konjoin Pustaka: Joseph F Hair, Jr, William C Black, Barry J Babin, and Rolph E Anderson. 2019. <i>Multivariate Data Analysis, 8th.</i> Prentice Hall. Materi: analisis faktor dan analisis konjoin Pustaka: Nindria Untarini, Sanaji, Widyastuti, Tias Andarini I. 2022. <i>Modul Riset Pemasaran.</i> Universitas Negeri Surabaya	5%
11	Mahasiswa mampu mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis klaster dan analisis diskriminan	11.1. Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis klaster dan analisis diskriminan	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Praktek lapangan dan Penugasan terstruktur 3 X 120	Materi: mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis klaster dan analisis diskriminan Pustaka: Joseph F Hair, Jr, William C Black, Barry J Babin, and Rolph E Anderson. 2019. <i>Multivariate Data Analysis, 8th.</i> Prentice Hall. Materi: analisis klaster dan analisis diskriminan Pustaka: Nindria Untarini, Sanaji, Widyastuti, Tias Andarini I. 2022. <i>Modul Riset Pemasaran.</i> Universitas Negeri Surabaya	5%

12	Mahasiswa mampu mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis multidimensional scaling (MDS)	12.1. Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis Multidimensional scaling (MDS)	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		Praktek lapangan dan Penugasan terstruktur 3 X120	Materi: mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis multidimensional scaling (MDS) Pustaka: <i>Joseph F Hair, Jr, William C Black, Barry J Babin, and Rolph E Anderson. 2019. Multivariate Data Analysis, 8th. Prentice Hall.</i>	5%
13	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan hasil riset pemasaran nyata	13.1. Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah, menginterpretasi dan mempresentasikan hasil riset pemasaran nyata topik riset perilaku pembelian, mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran.	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		Praktek lapangan dan Penugasan terstruktur 3 X 120	Materi: mendemonstrasikan hasil riset pemasaran nyata Pustaka: <i>Bilson Simamora. 2005. Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.</i>	5%
14	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan hasil riset pemasaran nyata.	14.1. Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah, menginterpretasi dan mempresentasikan hasil riset pemasaran nyata topik riset segmentasi, mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		Praktek lapangan dan Penugasan terstruktur 3 X 120	Materi: mendemonstrasikan hasil riset pemasaran nyata Pustaka: <i>Bilson Simamora. 2005. Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.</i>	5%
15	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan hasil riset pemasaran nyata	15.1. Mahasiswa mampu mengumpulkan, mengolah, menginterpretasi dan mempresentasikan hasil riset pemasaran nyata topik riset brand positioning, mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		Praktek lapangan dan Penugasan terstruktur 3x 120	Materi: mendemonstrasikan hasil riset pemasaran nyata Pustaka: <i>Bilson Simamora. 2005. Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.</i>	5%
16	Pemaparan Hasil Penelitian	Review Materi dan praktik pengolahan data	Kriteria: Rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		Mahasiswa memaparkan hasil penelitian 3 x 120	Materi: analisis regresi OLS, regresi logistik, dan ANOVA, analisis faktor dan analisis konjoin, analisis klaster dan analisis diskriminan, analisis Multidimensional scaling (MDS), hasil riset pemasaran nyata topik riset perilaku pembelian, relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran. Pustaka: <i>Bilson Simamora. 2005. Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.</i>	15%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	30%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	70%
		100%

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 25 Desember 2023

Koordinator Program Studi S1
Manajemen



YUYUN ISBANAH
NIDN 0028128601

UPM Program Studi S1
Manajemen



NIDN 0020127509

File PDF ini digenerate pada tanggal 7 Desember 2025 Jam 00:27 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

