

		<p align="center">Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga</p>					Kode Dokumen																																		
<p align="center">RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</p>																																									
MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																	
Riset Pemasaran		8721103068		T=3	P=0	ECTS=4.77	4	4 Desember 2025																																	
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																		
Model Pembelajaran		Project Based Learning																																							
Capaian Pembelajaran (CP)		CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																							
		Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																							
		Matrik CPL - CPMK																																							
		<table border="1"> <tr> <td colspan="2">CPMK</td> <td colspan="16"></td> </tr> </table>							CPMK																																
CPMK																																									
		Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																							
		<table border="1"> <tr> <td rowspan="2">CPMK</td> <td colspan="16">Minggu Ke</td> </tr> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td> </tr> </table>							CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK	Minggu Ke																																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																									
Deskripsi Singkat MK		<p>Matakuliah Riset Pemasaran ini mengungkapkan dan menjelaskan langkah-langkah spesifikasi pengumpulan, analisis dan interpretasi informasi yang menghubungkan organisasi dengan pasarnya, identifikasi masalah dan peluang pemasaran, dan penyusunan serta evaluasi serangkaian tindakan pemasaran.</p> <p>Course Description This Marketing Research course reveals and explains the specific steps of collecting, analyzing and interpreting information that links an organization to its market, identifying marketing problems and opportunities, and compiling and evaluating a series of marketing actions.</p>																																							
Pustaka		Utama : <ol style="list-style-type: none"> Singgih Santoso, 2002, 1D Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi SPSS 1D, Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta Sugiarto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, and Deny S. Oetomo, 2001, 1D Teknik Sampling 1D, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Husein Umar, 2000, 1D Riset Pemasaran 1D, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Freddy Ranguti, 1999, 1D Riset Pemasaran 1D, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Naresh K. Malhotra, 1D Marketing Research: An Applied Orientation 1D, Prentice Hall International, Inc. Third Edition, 1999 																																							
		Pendukung :																																							
Dosen Pengampu		Dr. Finisica Dwijayati Patrikha, S.Pd., M.Pd. Erta, S.E., M.M.																																							
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan 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	Mengidentifikasi karakteristik riset pemasaran dan karir dalam riset pemasaran	1. Mampu menjelaskan pengertian, klasifikasi dan pemanfaatan riset pemasaran 2. Dapat membedakan riset pemasaran dengan riset pada bidang lain. 3. Mampu mendeskripsikan proses riset pemasaran 4. Mendeskripsikan praktek riset pemasaran dalam industri riset pemasaran	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Penugasan individu tentang praktek riset pemasaran oleh perusahaan riset pemasaran. 3 X 50			3%																																		

2	Mendefinisikan masalah riset pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1.Mampu mendefinisikan masalah keputusan manajemen pemasaran. 2.Mampu mendefinisikan masalah riset pemasaran. 3.Mampu mengidentifikasi kebutuhan informasi untuk memecahkan masalah riset pemasaran. 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, presentasi mahasiswa dan diskusi kelas. 3 X 50			3%
3	Mengidentifikasi dan menyusun desain riset sesuai dengan tujuan yang diharapkan	<ol style="list-style-type: none"> 1.Mendeskripsikan jenis-jenis desain riset pemasaran. 2.Mengidentifikasi dan menyusun desain riset eksploratori 3.Mengidentifikasi dan menyusun desain riset deskriptif 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, presentasi mahasiswa dan diskusi kelas. 3 X 50			3%
4	Mengidentifikasi dan menyusun desain riset kausal	<ol style="list-style-type: none"> 1.Mampu mendemonstrasikan fenomena kausalitas dalam bidang pemasaran. 2.Mampu menjelaskan sumber-sumber invaliditas dalam eksperimen 3.Mendemontrasikan jenis-jenis eksperimen dalam riset pemasaran 4.Menyusun desain riset kausal 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, presentasi mahasiswa dan diskusi kelas. 3 X 50			3%
5	Mengkonstruksi kuesioner sesuai dengan masalah riset pemasaran dan menguji kualitas instrumen	<ol style="list-style-type: none"> 1.Mampu mendesain kuesioner dengan penggunaan skala yang tepat. 2.Mampu menilai validitas dan reliabilitas kuesioner 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, presentasi mahasiswa dan diskusi kelas. 3 X 50			3%
6	Memilih teknik pengambilan dan menentukan jumlah sampel	<ol style="list-style-type: none"> 1.Mampu mendesain pemilihan sampe 2.Menentukan ukuran sampel 	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, presentasi mahasiswa dan diskusi kelas. 3 X 50			3%
7	Menyusun proposal riset pemasaran	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.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, presentasi mahasiswa dan diskusi kelas. 3 X 50			5%
8	UTS		Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	3 X 50			25%
9	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan regresi OLS, regresi logistik, dan ANOVA	Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis regresi OLS, regresi logistik, dan ANOVA	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Praktikum dengan software SPSS dan penugasan terstruktur 3 X 50			3%
10	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan Analisis faktor dan analisis konjoin	Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis faktor dan analisis konjoin	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Praktikum dengan software SPSS dan penugasan terstruktur 3 X 50			4%
11	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis klaster dan analisis diskriminan	Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis klaster dan analisis diskriminan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Praktikum dengan software SPSS dan penugasan terstruktur 3 X 50			4%

12	Mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis Multidimensional scaling (MDS)	Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis Multidimensional scaling (MDS)	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Praktikum dengan software SPSS dan penugasan terstruktur 3 X 50		Materi: 3 Pustaka:	3%
13	Mendemonstrasikan hasil riset perilaku pembelian.	1. Mahasiswa mampu: Mempertahankan argumentasi pemilihan konteks penelitian. 2. Menjelaskan secara sistematis dan logis dari hasil riset pemasaran. 3. Mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Praktek lapangan dan penugasan terstruktur 3 X 50			3%
14	Mendemonstrasikan hasil riset perancangan produk baru	1. Mahasiswa mampu: Mempertahankan argumentasi pemilihan konteks penelitian. 2. Menjelaskan secara sistematis dan logis dari hasil riset pemasaran. 3. Mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Praktek lapangan dan penugasan terstruktur 3 X 50			5%
15	Mendemonstrasikan hasil riset segmentasi	1. Mahasiswa mampu: Mempertahankan argumentasi pemilihan konteks penelitian. 2. Menjelaskan secara sistematis dan logis dari hasil riset pemasaran. 3. Mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran.	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Praktek lapangan dan penugasan terstruktur 3 X 50			5%
16	Mendemonstrasikan hasil riset brand positioning	1. Mahasiswa mampu: Mempertahankan argumentasi pemilihan konteks penelitian. 2. Menjelaskan secara sistematis dan logis dari hasil riset pemasaran. 3. Mengidentifikasi relevansi hasil riset pemasaran dengan keputusan pemasaran.	Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Praktek lapangan dan penugasan terstruktur 3 X 50			25%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	50%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	50%
		100%

Catatan

- 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 studinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Kriteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
- Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- 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.
- 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.