

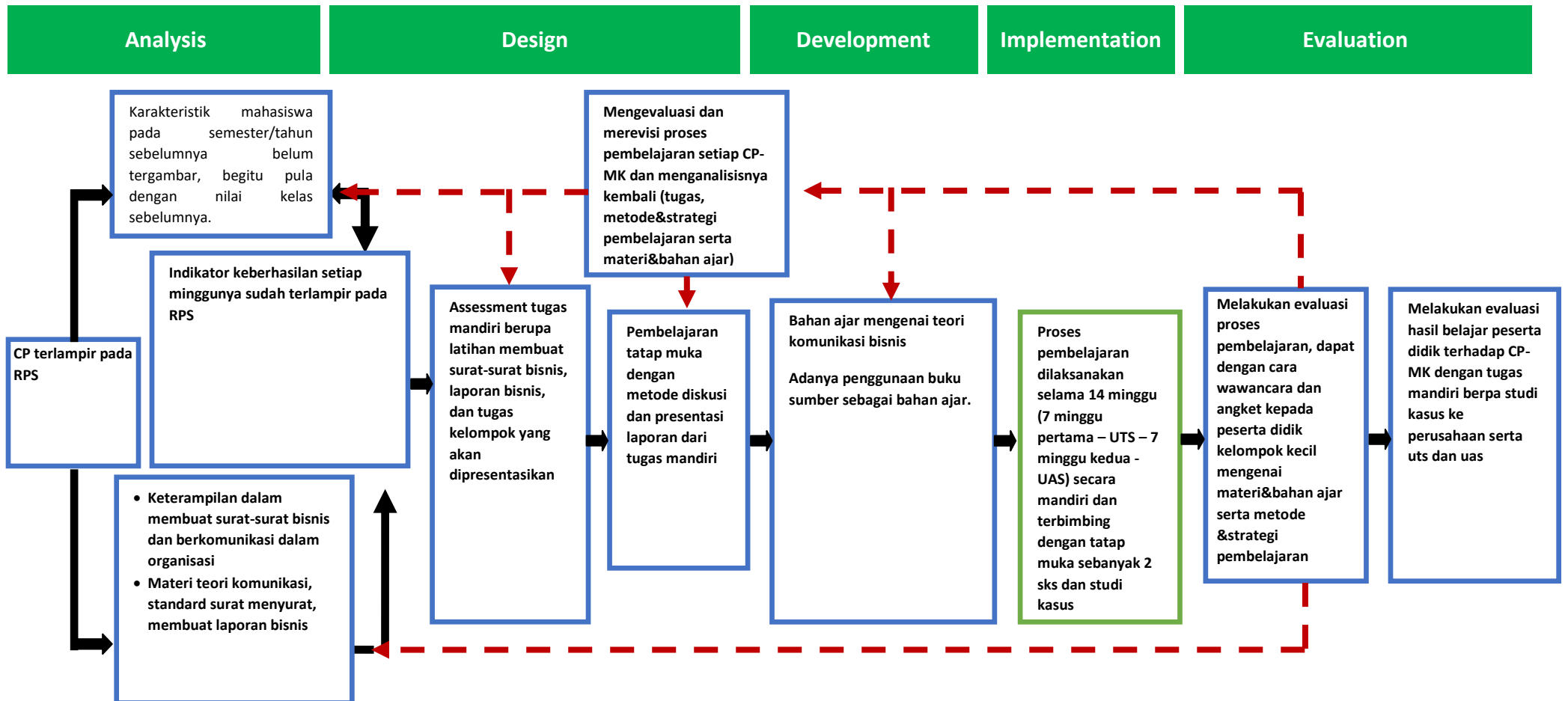


BERKAS PENYUSUNAN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

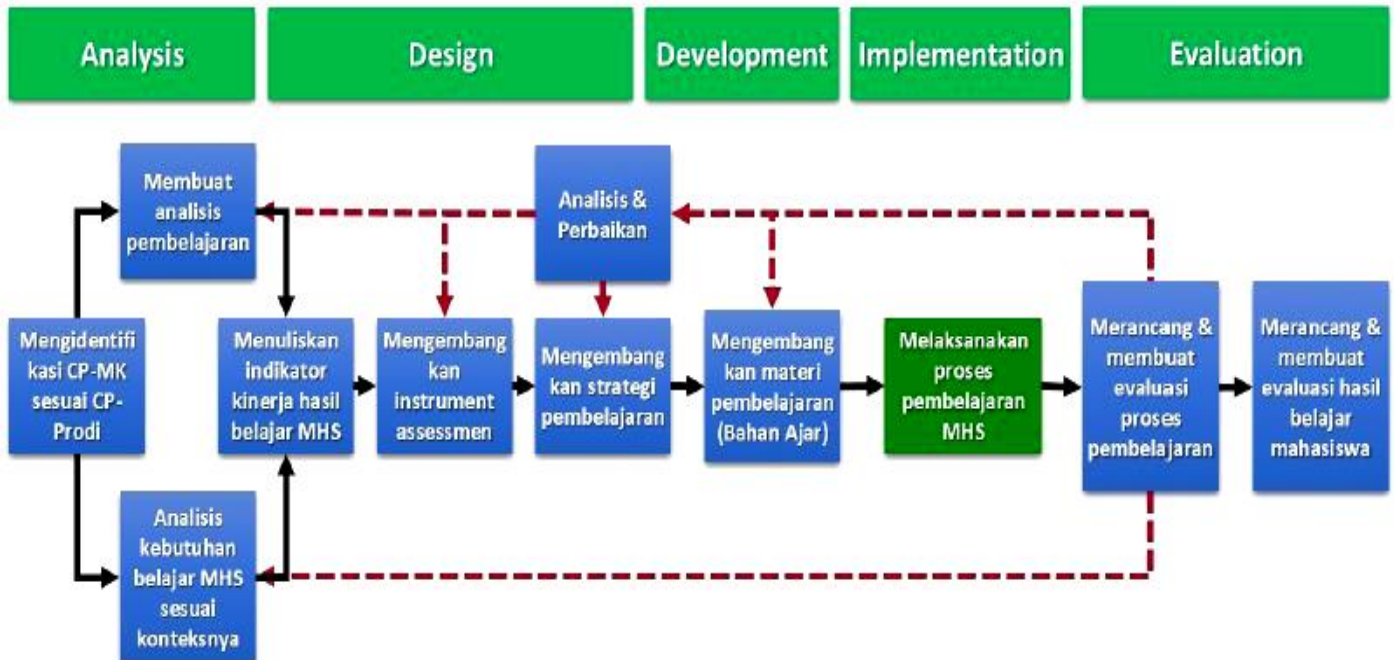
Mata Kuliah	:	RISET PEMASARAN
Kode Mata Kuliah	:	BAH3N4
SKS	:	4 SKS
Semester	:	6
Tahun Akademik	:	2016/2017

RANCANGAN PEMBELAJARAN

Mata Kuliah	: Riset Pemasaran	Kode Mata Kuliah	: BAH3N4
Semester	: 6	SKS	: 4 SKS



PANDUAN RANCANGAN PEMBELAJARAN



(Model Perancangan Pembelajaran ADDIE & Dick-Carey)

Tahapan		Luaran
Analysis	Menganalisis masalah-masalah pembelajaran sesuai kebutuhan belajar mahasiswa untuk mengidentifikasi capaian pembelajaran mata kuliah.	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan belajar mahasiswa • Capaian Pembelajaran
Design	Design merupakan tahapan untuk menentukan indikator, instrumen asesmen dan metode/strategi pembelajaran berdasarkan hasil tahapan analysis.	<ul style="list-style-type: none"> • Indikator • Instrumen Asesmen • Metode/strategi Pembelajaran • Tugas-tugas
Development	Berdasarkan tahapan design kemudian pada tahapan development, dikembangkan bahan pembelajaran dan media pengantarannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan Pembelajaran • Media Pengantaran
Implementation	Berdasarkan hasil dari tahapan development, kemudian diimplementasikan dalam proses pembelajaran mahasiswa.	Pelaksanaan Pembelajaran Mandiri atau Terbimbing
Evaluation	Berdasarkan pelaksanaan proses pembelajaran kemudian dilakukan evaluasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas belajar mahasiswa dalam menggapai capaian pembelajarannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi Proses Pembelajaran • Evaluasi Hasil Pembelajaran

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Mata Kuliah	: Riset Pemasaran	Kode Mata Kuliah	: BAH3N4
Semester	: 6	SKS	: 4 SKS
Prasyarat	: BAH2E3	Sertifikasi	: Tidak
Capaian Pembelajaran	: <ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu menerjemahkan masalah pemasaran menjadi pertanyaan penelitian yang layak 2. Mahasiswa memiliki pemahaman umum teknik analisis bivariante dan univariat dan dasar (yaitu, harus dapat memutuskan kapan teknik yang tepat dan memahami implikasi manajerial dari hasil analisis 3. Mahasiswa dapat merancang dan melaksanakan proyek penelitian survei dasar. 		

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menentukan riset pemasaran dan membedakan antara identifikasi masalah dan pemecahan masalah 2. Mahasiswa dapat memahami sifat dan ruang lingkup riset pemasaran dan perannya dalam merancang dan melaksanakan program-program pemasaran yang efektif 	Peran Penelitian dalam Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah tatap muka 2. Diskusi 		
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa dapat menganalisa proses pengenalan masalah 2. Mahasiswa dapat memahami langkah-langkah dalam proses riset pemasaran 	Perumusan masalah; riset eksploratory; dan proses riset pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah tatap muka 2. Diskusi kelompok 3. Latihan membuat perumusan masalah 		

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
3	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami peran internet untuk mengumpulkan data sekunder dalam riset pemasaran Mahasiswa memahami jenis focus group, wawancara, dan riset pemasaran online 	Riset Pemasaran online	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Latihan mengumpulkan data sekunder menggunakan internet 	Ketepatan dalam mengumpulkan data melalui internet sesuai dengan topik riset yang diberikan oleh dosen	
4	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami konsep riset kualitatif Mahasiswa mendapatkan pengalaman melakukan focus group discussion secara nyata 	Pengumpulan data primer; riset kualitatif	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Simulasi Focus group discussion dengan menggunakan topik yang diberikan oleh dosen 	<ol style="list-style-type: none"> Kejelasan menyampaikan ide dalam simulasi focus group discussion Keaktifan mahasiswa dalam menyampaikan pendapat, dan kemampuan menyanggah secara rasional 	
5	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa dapat memahami konsep pengukuran dan skala pengukuran Mahasiswa dapat memahami skala pengukuran yang tepat untuk setiap masalah dalam riset pemasaran 	Pengukuran dan skala pengukuran	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Latihan membuat skala pengukuran pada riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen 	Ketepatan dalam membuat skala pengukuran sesuai dengan rumusan masalah yang ada	
6	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa dapat memahami peran kuesioner dalam riset pemasaran Mahasiswa dapat membuat desain kuesioner dan instrumen penelitian 	Kuesioner dan instrumen penelitian	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Latihan membuat kuesioner pada riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen 	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam membuat kuesioner sesuai dengan rumusan masalah yang ada Ketepatan dalam membuat instrumen riset pemasaran sesuai dengan rumusan masalah yang ada 	

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
7	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami konsep sampling Mahasiswa memahami langkah-langkah dalam proses pengambilan sample riset pemasaran Mahasiswa memahami perbedaan antara probability samples dan nonprobability samples 	Konsep sampling dasar dan Menentukan ukuran sampel	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Diskusi kelompok pada studi kasus riset pemasaran yang telah diberikan oleh dosen 	Ketepatan dalam menentukan teknik sampling sesuai dengan studi kasus topik riset pemasaran yang diberikan oleh dosen	
UTS					
8	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami proses memberikan kode pada hasil riset pemasaran Mahasiswa mampu mengolah hasil penelitian menggunakan tabulasi dan analisis statistik Mahasiswa mampu mendeskripsikan hasil riset pemasaran secara komprehensif 	Persiapan dan deskripsi data	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Diskusi kelompok pada studi kasus riset pemasaran yang telah diberikan oleh dosen 	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam mengolah data hasil riset pemasaran dalam studi kasus dengan topik yang telah diberikan oleh dosen Kejelasan dalam mendeskripsikan hasil riset pemasaran dalam studi kasus dengan topik yang telah diberikan oleh dosen. 	
9	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami konsep pengembangan dan pengujian hipotesis Mahasiswa mampu membuat hipotesis dalam riset pemasaran 	Menjelajahi; menampilkan; dan pemeriksa data; pengujian hipotesis; langkah-langkah dasar	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Latihan membuat hipotesis pada studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen Diskusi kelompok pada studi kasus riset pemasaran yang telah diberikan oleh dosen 	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam membuat hipotesis pada studi kasus dengan topik yang telah diberikan oleh dosen Keaktifan mahasiswa dalam menyampaikan pendapat 	

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
10	Mahasiswa memahami konsep Multivariate Statistics	Multivariate Statistics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah tatap muka 2. Diskusi kelompok pada studi kasus riset pemasaran yang telah diberikan oleh dosen 	Ketepatan dalam menentukan multivariate statistic yang sesuai pada studi kasus dengan topik yang telah diberikan oleh dosen	
11	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa memahami konsep Multivariate Statistics 2. Mahasiswa mampu mengolah data riset pemasaran menggunakan analisis faktor 	Analisis Faktor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah tatap muka 2. Presentasi kelompok mahasiswa pada studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen menggunakan analisis faktor 	Ketepatan penggunaan analisis faktor dalam mengolah data studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen	
12	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa memahami konsep analisis klaster 2. Mahasiswa mampu mengolah data riset pemasaran menggunakan analisis klaster 	Analisis klaster	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuliah tatap muka 2. Presentasi kelompok mahasiswa pada studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen menggunakan analisis klaster 	Ketepatan penggunaan analisis klaster dalam mengolah data studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen	

Minggu ke	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan Kajian (materi ajar)	Bentuk Pembelajaran	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot
13	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami konsep analisis konjoin Mahasiswa mampu mengolah data riset pemasaran menggunakan analisis konjoin 	Analisis Konjoin	<ol style="list-style-type: none"> Kuliah tatap muka Presentasi kelompok mahasiswa pada studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen menggunakan analisis konjoin 	Ketepatan penggunaan analisis konjoin dalam mengolah data studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen	
14	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami tujuan pokok dalam membuat laporan hasil riset pemasaran Mahasiswa mampu membuat laporan riset pemasaran Mahasiswa mampu mempresentasikan riset pemasaran 	Membuat laporan riset pemasaran		<ol style="list-style-type: none"> Kelengkapan, kejelasan laporan riset pemasaran Ketepatan penggunaan analisis statistik dalam mengolah data studi kasus riset pemasaran dengan topik yang diberikan oleh dosen Kejelasan menyampaikan ide dalam presentasi, penguasaan audience pada saat presentasi, slide presentasi yang menarik Keaktifan mahasiswa dalam menyampaikan pendapat, dan kemampuan menyanggah secara rasional 	
UAS					

Referensi :

1. "Marketing Research 10th edition" McDaniel & Gates 2014
2. "Marketing Research 5th edition" Naresh K. Malhotra 2007

Sistem Penilaian :

Penilaian dilakukan oleh Dosen

UTS : 20%

TUGAS 1 : 20%

UAS : 20%

TUGAS 2 : 40%

Standar Penilaian :

Nilai Skor Matakuliah (NSM)	Nilai Mata Kuliah (NMK)
$80 < NSM$	A
$70 < NSM \leq 80$	AB
$65 < NSM \leq 70$	B
$60 < NSM \leq 65$	BC
$50 < NSM \leq 60$	C
$40 < NSM \leq 50$	D
$NSM \leq 40$	E

NOMOR KOLOM	JUDUL KOLOM	PENJELASAN ISIAN
1	MINGGU KE	Menunjukkan kapan dan berapa lama suatu kegiatan dilaksanakan, bisa 1/2/3 mingguan (lihat pengertian 1 SKS)
2	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu menerjemahkan masalah pemasaran menjadi pertanyaan penelitian yang layak 2. Mahasiswa memiliki pemahaman umum teknik analisis bivariante dan univariat dan dasar (yaitu, harus dapat memutuskan kapan teknik yang tepat dan memahami implikasi manajerial dari hasil analisis 3. Mahasiswa dapat merancang dan melaksanakan proyek penelitian survei dasar. <p>(Jangan dijelaskan ke masalah pemasaran format ini merupakan ketentuan)</p>
3	BAHAN KAJIAN (Materi Ajar)	Bisa diisi pokok bahasan/sub pokok bahasan, atau topik bahasan. (dengan asumsi tersedia diktat/modul ajar untuk setiap pokok bahasan)
4	BENTUK PEMBELAJARAN	Bisa berupa : ceramah, diskusi, presentasi tugas, seminar, simulasi, responsi, praktikum, latihan, kuliah lapangan, praktek bengkel, survai lapangan, bermain peran, atau gabungan berbagai bentuk. Penetapan bentuk pembelajaran didasarkan pada keniscayaan bahwa kemampuan yang diharapkan diatas akan tercapai dengan bentuk/model pembelajaran yang dipilih
5	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)	Berisi : indikator yang dapat menunjukkan pencapaian kemampuan yang dicanangkan, atau unsur kemampuan yang dinilai (bisa kualitatif misal ketepatan, juga bisa yang kuantitatif : banyaknya kutipan acuan/unsur yang dibahas, kebenaran hitungan).
6	BOBOT NILAI	Disesuaikan dengan waktu yang digunakan untuk membahas atau mengerjakan tugas, atau besarnya sumbangan suatu kemampuan terhadap pencapaian kompetensi mata kuliah ini.
7	REFERENSI	<p>Daftar referensi yang digunakan dapat dituliskan pada kolom yang disediakan.</p> <p>Jumlah Maksimal Referensi: Buku utama 2 textbook Buku pendukung 2 textbook</p> <p>Textbook paling lama terbitan 5 tahun terakhir</p>



DESKRIPSI TUGAS

Mata Kuliah : RISET PEMASARAN		Kode Mata Kuliah : BAH3N4	
Semester : 6		SKS : 4 SKS	
Minggu ke - : 7		Tugas ke - : 1	
1.	Tujuan Tugas	:	Tugas Kelompok : 1. Mahasiswa dapat memahami peran kuesioner dalam riset pemasaran 2. Mahasiswa dapat membuat desain kuesioner dan instrumen riset
2.	Uraian Tugas	:	Mahasiswa diminta untuk membuat desain instrumen riset dan kuesioner dari studi kasus riset yang diberikan oleh dosen
	a. Objek garapan	:	Studi kasus riset dengan topic yang diberikan oleh dosen Data – Data Perusahaan berdasarkan Studi Kasus
	b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan	:	Ketepatan dalam membuat kuesioner sesuai dengan rumusan masalah yang ada Ketepatan dalam membuat instrumen riset pemasaran sesuai dengan rumusan masalah yang ada
	c. Metode/cara mengerjakan, acuan yang digunakan	:	Studi Kasus Acuan adalah standar desain instrument dan kuesioner riset pemasaran
	d. Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan	:	Instrument dan kuesioner riset pemasaran
3.	Kriteria Penilaian	:	Ketepatan dalam membuat kuesioner sesuai dengan rumusan masalah yang ada Ketepatan dalam membuat instrumen riset pemasaran sesuai dengan rumusan masalah yang ada Waktu sesuai yang ditentukan

DESKRIPSI TUGAS

Mata Kuliah : Riset Pemasaran		Kode Mata Kuliah : BAH3N4
Semester : 6		SKS : 2 SKS
Minggu ke - :		Tugas ke - :
1.	Tujuan Tugas	: Kelompok : Mahasiswa dapat mempersiapkan, membuat contoh maupun model, dan melakukan presentasi bisnis yang baik. Menggunakan alat bantu yang tepat.
2.	Uraian Tugas	: Mahasiswa diminta untuk membuat bahan presentasi dan mempresentasikan laporan bisnis yang telah dibuat dalam tugas ke 1
	a. Objek garapan	: Laporan bisnis yang telah dibuat di Tugas 1 : Data-data perusahaan berdasarkan studi kasus
	b. Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan	: Membuat slide presentasi yang jelas dan menarik : Minimal mahasiswa dapat menyampaikan ide, menyampaikan pendapat dan menyanggah secara rasional
	c. Metode/cara mengerjakan, acuan yang digunakan	: Presentasi : Acuan adalah model presentasi yang dibuat sesuai dengan kaidah atau parameter presentasi bisnis.
	d. Deskripsi luaran tugas yang dihasilkan/dikerjakan	: Slide power point sesuai dengan model kaidah presentasi bisnis
3.	Kriteria Penilaian	: Ketepatan contoh dan model presentasi yang dibuat sesuai dengan kaidah atau parameter presentasi bisnis. : Kejelasan menyampaikan ide dalam presentasi, penguasaan audience pada saat presentasi, slide presentasi yang menarik. : Keaktifan mahasiswa dalam menyampaikan pendapat, dan kemampuan menyanggah secara rasional



**BERITA ACARA TIM PENYUSUN
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Mata Kuliah : Riset Pemasaran	Kode Mata Kuliah : BAH3N4
Semester : 6	SKS : 4 SKS

Pada hari Kamis tanggal 6 Agustus telah dilakukan penyusunan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan Deskripsi Tugas untuk mata kuliah Kewirausahaan

Dasar Pertimbangan penyusunan RPS adalah:

- 1) Merujuk pada SN-DIKTI, permendikbud No.49/2014
- 2) Keputusan Rektor Universitas Telkom Nomor : KR 234/AKD04/WR1/2015

Bandung, 8 Maret 2016

Tim Penyusun :

Nama Dosen	Jabatan	Tanda tangan
1) Nurafni Rubiyanti	Koordinator	
2) Ai Lili	Anggota	
3)	Anggota	
4)	Anggota	
5)	Anggota	



**BERITA ACARA REVIEWER
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Mata Kuliah : Riset Pemasaran	Kode Mata Kuliah : BAH3N4
Semester : 6	SKS : 4

Pada hari Jumat tanggal 11 Maret 2016 telah dilakukan penyusunan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan Deskripsi Tugas untuk mata kuliah Riset Pemasaran _____

Hasil Review RPS dan Deskripsi Tugas Sebagai Berikut:

- 1) Bahan Kajian (materi ajar) untuk setiap minggu
- 2) Bahan Kajian (materi ajar) minggu pertama
- 3) Bahan Kajian untuk minggu-minggu selanjutnya
- 4) Latihan untuk setiap minggu
- 5) Referensi
- 6) Pemberian Tugas 1 dan 2
- 7) Pembuatan Kuesioner
- 8) Teknik-teknik analisis: konjoin, faktor dan kluster.
- 9) Kriteria Penilaian Tugas

Saran Perbaikan :

- 1) Bahan Kajian (materi ajar) sebaiknya dirinci lebih jelas lagi ke dalam Pokok Bahasan dan sub pokok bahasan
- 2) Bahan Kajian (materi ajar) untuk minggu pertama sebaiknya menjelaskan dulu Gambaran Umum Riset Pemasaran sebagai Pokok Bahasan dan sub pokok bahasannya: Definisi Riset Pemasaran, Klasifikasi Riset Pemasaran, Proses Riset Pemasaran, Sifat dan Peran Riset Pemasaran.dst
- 3) Bahan Kajian untuk minggu-minggu selanjutnya sebaiknya mengikuti Topik dari Proses Riset Pemasaran.
- 4) Latihan untuk setiap minggu dapat disesuaikan dengan Topik Bahasannya. Mahasiswa sebaiknya diberikan dulu teorinya baru mempraktekannya.
- 5) Referensi agar di bagi ke dalam dua bagian, yaitu referensi Utama (sebagai buku wajib) dan referensi pendukung (sebagai referensi yang dianjurkan) dan sebaiknya ada 1 buku yang dijadikan sebagai rujukan utama.

- 6) Tugas yang diberikan kepada mahasiswa disarankan untuk melakukan riset pemasaran secara nyata ke lapangan. Tugas 1 diberikan pada periode UTS yaitu membuat proposal riset pemasaran (bab I sd III) dan dipresentasikan. Tugas 2 adalah Laporan Hasil Riset Pemasaran (kelanjutan dari tugas 1 ditambah bab IV dan V) dan dipresentasikan.
- 7) Pembuatan Kuesioner sebaiknya tidak dijadikan tugas tetapi masuk dalam latihan disesuaikan dengan topik bahasann pada minggu tersebut.
- 8) Teknik-teknik analisis seperti konjoin, kluster dan faktor sebaiknya tidak dijadikan pokok bahasan utama tetapi masuk pada pembahasan Penyiapan dan Analisi Data (proses Riset Pemasaran).
- 9) Kriteria penilaian Tugas sebaiknya dipisah ke dalam Penilaian Laporan Tugas dan ke dalam Penilaian Presentasi dan harus dibuatkan kriteria penilaian untuk mendapatkan nilai A, B dst

Bandung, 8 Maret 2016

Menyetujui

Ketua Kelompok Keahlian

Reviewer II

Anita Silvianita

Ai Lili

Mengetahui

Ka.Prodi

Citra Kusuma Dewi



**BERITA ACARA REVIEWER
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Mata Kuliah : Riset Pemasaran	Kode Mata Kuliah : BAH3N4
Semester : 6	SKS : 4

Pada hari _____ tanggal _____ telah dilakukan penyusunan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan Deskripsi Tugas untuk mata kuliah _____

Hasil Review RPS dan Deskripsi Tugas sebagai berikut:

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

Saran Perbaikan :

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

Bandung, 8 Maret 2016

Menyetujui

Reviewer II

Ketua Kelompok Keahlian

Anita Silvianita

Ai Lili

Mengetahui

Ka.Prodi

Citra Kusuma Dewi

