



**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												
MPK-Riset Pemasaran	6120103199		T=3 P=0 ECTS=4.77	6	12 April 2025												
OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK		Koordinator Program Studi													
		Yuyun Isbanah, S.E., M.SM.													
Model Pembelajaran	Project Based Learning																
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																
	CPL-5	Lulusan mampu mengimplementasikan teori bidang manajemen dalam mengelola organisasi secara efektif (APSMBI 2)															
	CPL-6	Lulusan mampu berkomunikasi secara efektif (APSMBI 3)															
	CPL-7	Lulusan mampu mengaplikasikan teknologi informasi dalam pengelolaan data keuangan, pemasaran, dan SDM dengan tepat (APSMBI 4)															
	CPL-9	Lulusan mampu mengambil keputusan strategis untuk pengembangan diri dengan tepat (APSMBI 6)															
	CPL-10	Lulusan mampu mengelola organisasi secara etis (APSMBI 1)															
	CPL-11	Lulusan mampu menerapkan jiwa entrepreneurial leadership secara berkelanjutan															
	CPL-12	Lulusan mampu melakukan penelitian dengan baik dan beretika (APSMBI 8)															
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																
	CPMK - 1	Mahasiswa mampu mendeskripsikan karakteristik riset pemasaran															
	Matrik CPL - CPMK																
		CPMK	CPL-5	CPL-6	CPL-7	CPL-9	CPL-10	CPL-11	CPL-12								
	CPMK-1																
	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																
		CPMK	Minggu Ke														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK-1																	
Deskripsi Singkat MK																	
Pustaka	Utama :																
	Pendukung :																
Dosen Pengampu	Dr. Nindria Untarini, S.E., M.Si. Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M.																
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk 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	<p>1.1.1. Mampu menjelaskan pengertian, klasifikasi dan pemanfaatan riset pemasaran</p> <p>2.1.2. Mampu menjelaskan kedudukan riset pemasaran dalam sistem informasi pemasaran.</p> <p>3.1.3. Mampu mendeskripsikan proses riset pemasaran</p>	<p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	luring 2 x 50		<p>Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester</p> <p>Pustaka:</p>	2%
2	Mahasiswa mampu menjelaskan proses pendefinisian masalah riset pemasaran	<p>1.2.1. Mampu mendeskripsikan dan menjelaskan masalah-masalah keputusan pemasaran</p> <p>2.2.2. Mampu merumuskan masalah dan pertanyaan riset pemasaran sesuai masalah keputusan manajemen pemasaran</p> <p>3.2.3. Mampu mengidentifikasi kebutuhan informasi untuk memecahkan masalah riset pemasaran</p>	<p>Kriteria: Rubrik penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Luring 2 x 50		<p>Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson</p> <p>Pustaka:</p>	2%
3	Mahasiswa mampu membedakan ciri-ciri dan kegunaan desain eksploratoris, riset deskriptif, dan riset kausal dalam riset pemasaran	<p>1.3.1. Mendeskripsikan jenis-jenis desain riset pemasaran</p> <p>2.3.2. Mengidentifikasi dan menyusun desain riset eksploratori</p> <p>3.3.3. Mengidentifikasi dan menyusun desain riset deskriptif</p>	<p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Luring 2 x 50		<p>Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester.</p> <p>Pustaka:</p>	3%

4	Mahasiswa mampu membedakan ciri-ciri dan kegunaan desain eksploratoris, riset deskriptif, dan riset kausal dalam riset pemasaran	<p>1.4.1. Mampu mendemonstrasikan fenomena kausalitas dalam bidang pemasaran</p> <p>2.4.2. Mampu menjelaskan sumber-sumber invaliditas dalam eksperimen</p> <p>3.4.3. Mendemonstrasikan jenis-jenis eksperimen dalam riset pemasaran</p> <p>4.4.4. Menyusun desain riset kausal</p>	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: <hr/> Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester Pustaka:	3%
5	Mahasiswa mampu mengkonstruksi kuesioner sesuai dengan masalah riset pemasaran dan menguji kualitas instrument	<p>1.5.1. Mampu mendesain kuesioner dengan penggunaan skala yang tepat</p> <p>2.5.2. Mampu menilai validitas dan reliabilitas kuesioner</p>	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: <hr/> Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester Pustaka:	3%
6	Mahasiswa mampu memilih teknik pengambilan dan menentukan jumlah sampel	<p>1.6.1 Mampu mendesain pemilihan sampel</p> <p>2.6.2 Menentukan ukuran sampel</p>	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: <hr/> Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester Pustaka:	3%

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	Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka:	4%
8			Bentuk Penilaian : Tes	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester Pustaka: Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited Pustaka:	20%

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	Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: ----- Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited Pustaka: ----- Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Pustaka: ----- Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo Pustaka:	4%
---	---	---	--	------------------	--	--	----

10	<p>Mahasiswa mampu mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis faktor dan analisis konjoin Students are able to process and analyze marketing research data using factor analysis and conjoint analysis</p>	<p>10.1. Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis faktor dan analisis konjoin</p>	<p>Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Luring 2 x 50</p>		<p>Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo Pustaka:</p>	<p>4%</p>
----	--	--	--	---------------------------	--	---	-----------

11	Mahasiswa mampu mengolah dan menganalisis data riset pemasaran menggunakan analisis kluster dan analisis diskriminan	11.1. Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis kluster dan analisis diskriminan	Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Luring 2 xx 50		<p>Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo</p> <p>Pustaka:</p>	4%
----	--	--	---	-------------------	--	---	----

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 : Praktik / Unjuk Kerja	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: <hr/> Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited Pustaka: <hr/> Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Pustaka: <hr/> Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo Pustaka:	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	Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Luring 2 x 50		<p>Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo</p> <p>Pustaka:</p>	5%
----	---	---	---	------------------	--	--	----

14	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	Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Luring 2 x 50		<p>Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo</p> <p>Pustaka:</p>	4%
----	---	---	---	------------------	--	--	----

15	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.	Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: <hr/> Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited Pustaka: <hr/> Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Pustaka: <hr/> Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo Pustaka:	4%
----	---	--	---	------------------	--	---	----

16			Bentuk Penilaian : Tes	Luring 2 x 50		Materi: 1. Naresh K. Malhotra, Daniel Nunan, David F. Birks.2017, Marketing Research: An Applied Orientation, Fifth Edition, New York: Pearson Pustaka: Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester Pustaka: Materi: 3. Joseph F. Hair, Jr, William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson, 2014, Multivariate Data Analysis, 7th, Pearson Education Limited Pustaka: Materi: 4. Bilson Simamora, 2005, Analisis Multivariat Pemasaran, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Pustaka: Materi: 5. Singgih Santoso, 2012, Statistik Multivariat dengan SPSS, Jakarta: Elex Media Komputindo Pustaka:	30%
----	--	--	----------------------------------	------------------	--	--	-----

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	16%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	8%
3.	Praktik / Unjuk Kerja	26%
4.	Tes	50%
		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.