



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER GANJIL 2020/2021**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

<b>Mata kuliah</b>	: Riset Pemasaran dan Bisnis	<b>Kode MK</b>	: MRC633
<b>Mata kuliah prasyarat</b>	: -	<b>Bobot MK</b>	: 3 SKS
<b>Dosen Pengampu</b>	: Resman Muharul Tambunan SE, Msi	<b>Kode Dosen</b>	: 6928
<b>Alokasi Waktu</b>	: Tatap muka 14 x 180 menit, dengan praktik		
<b>Capaian Pembelajaran</b>	: 1. Mahasiswa mampu menguraikan masalah serta tujuan riset yang akan dilakukan 2. Mahasiswa mampu memahami jenis-jenis metode riset pasar yang praktis serta bisa menerapkannya sesuai dengan kebutuhan 3. Mahasiswa mampu memanfaatkan hasil riset pasar yang telah dilakukan sebagai bahan dalam proses pengambilan keputusan		

SESI	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
1	Mahasiswa mampu memahami dasar-dasar riset pemasaran	<i>Introduction and Early Phases of Marketing Research</i>	1. Metoda : <i>contextual instruction</i> 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard.	1. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. <i>Handbook of Market and Opinion Research</i> , (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 29-65 2. <i>Marketing Research for Beginner</i> karangan Prima Ariestonandri 3. <i>Marketing Research Kit For Dummies</i> karangan Michael R. Hyman, PhD 4. Kumar, Ranjit, <i>Research Methodology</i> , Ed. 3, (Thousand Oak: Sage Publications, 2011), pp.43-58. 5. Kalder, Bobby J., <i>Marketing</i>	Ketepatan dalam memahami pengantar riset pemasaran

				<i>Research and Understanding Consumers</i> , dalam <i>Kellogg on Marketing</i> , (New Jersey: John Wiley & Sons, 2010), pp. 56-71	
<b>2</b>	Mahasiswa mampu menguraikan masalah riset yang dihadapi serta menentukan metode riset pasar yang relevan	<i>Defining the Marketing Research Problem and Developing an Approach</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metoda : <i>contextual instruction</i> dan simulasi</li> <li>2. Media : kelas, komputer, LCD, alat perekam, <i>whiteboard</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stewart Charles J. &amp; William B. Cash, <i>Interviewing: Principles and Practices, 7th Edition</i>, (Dubuque: Wm. C. Brown Communications, Inc, 1994), pp. 1-84</li> <li>2. <i>Marketing Research for Beginner</i> karangan Prima Ariestonandri</li> <li>3. <i>Marketing Research Kit For Dummies</i> karangan Michael R. Hyman, PhD</li> <li>4. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. <i>Handbook of Market and Opinion Research</i>, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.</li> </ol>	Kemampuan dalam menguraikan masalah riset yang dihadapi serta menentukan metode riset pasar yang relevan
<b>3</b>	Mahasiswa mampu memahami macam-macam <i>design</i> riset dan menentukan <i>design</i> yang digunakan dalam riset pasar	<i>Research Design</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metoda : <i>contextual instruction</i> dan simulasi</li> <li>2. Media : kelas, komputer, LCD, alat perekam, <i>whiteboard</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Greenbaum, Thomas L., <i>The Handbook for Focus Group Research</i>, (New York: Lexington Books, 1993). Pp. 1-70.</li> <li>2. <i>Marketing Research for Beginner</i> karangan Prima Ariestonandri</li> <li>3. <i>Marketing Research Kit For Dummies</i> karangan Michael R. Hyman, PhD</li> <li>4. McDonald, Collin dan Phylis</li> </ol>	Kemampuan dalam memahami macam-macam <i>design</i> riset dan menentukan <i>design</i> yang digunakan dalam riset pasar

				Vangelder, Ed. <i>Handbook of Market and Opinion Research</i> , (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.	
4	Mahasiswa mampu menganalisa desain penelitian eksploratif sekunder data yang diperoleh dari diskusi kelompok terarah (FGD: <i>focus group discussion</i> )	<i>Exploratory Research Design: Secondary</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Metoda : contextual instruction dan simulasi</i></li> <li>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, alat perekam, whiteboard.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kumar, Ranjit, <i>Research Methodology</i>, Ed. 3, (Thousand Oak: Sage Publications, 2011), pp.277-287.</li> <li>2. Transkrip yang diperoleh melalui diskusi kelompok terarah</li> </ol>	Kemampuan dalam melakukan analisa terhadap hasil diskusi kelompok terarah
5	Mahasiswa mampu menganalisa desain penelitian eksploratif penelitian kualitatif yang diperoleh dari diskusi kelompok terarah (FGD: <i>focus group discussion</i> )	<i>Exploratory Research Design: Qualitative Research</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Metoda : contextual instruction dan discovery learning</i></li> <li>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, kamera perekam, whiteboard.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ESOMAR, <i>Mystery Shopping Studies</i>, (Amsterdam: ESOMAR, 2005), pp. 2-6.</li> <li>2. ESOMAR, <i>Guideline on Passive Data Collection, Observation and Recording</i>, (Amsterdam: ESOMAR, 2014), pp. 1-9.</li> <li>3. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. <i>Handbook of Market and Opinion Research</i>, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.</li> </ol>	Kemampuan dalam melakukan analisa terhadap hasil diskusi kelompok terarah
6	Mahasiswa memahami desain penelitian deskriptif dan observasi	<i>Descriptive Research Design Survey and Observation</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Metoda : contextual instruction dan simulasi</i></li> <li>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lovelock, Christopher &amp; Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i>, Ed. 7, ( New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218.</li> <li>2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. <i>Handbook of Market and Opinion Research</i>,</li> </ol>	Kemampuan dalam memahami desain penelitian deskriptif dan observasi

				(Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.	
<b>7</b>	Mahasiswa mampu mempraktikkan pelaksanaan eksperimen desain penelitian kausal	<i>Casual Research Design: Experimentation</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Metoda : simulasi</i></li> <li>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lovelock, Christopher &amp; Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i>, Ed. 7, (New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218.</li> <li>2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. <i>Handbook of Market and Opinion Research</i>, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.</li> </ol>	Kemampuan dalam mempraktikkan pelaksanaan eksperimen desain penelitian kausal
<b>8</b>	Mahasiswa mampu membuat kuisioner dan format desain	<i>Questionnaire &amp; Form Design</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Metoda : simulasi</i></li> <li>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lovelock, Christopher &amp; Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i>, Ed. 7, (New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218.</li> <li>2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. <i>Handbook of Market and Opinion Research</i>, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.</li> </ol>	Kemampuan dalam membuat kuisioner dan format desain
<b>9</b>	Mahasiswa mampu melakukan sampling desain berdasarkan prosedur yang tepat	<i>Sampling: Design and Procedures</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Metoda : simulasi</i></li> <li>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lovelock, Christopher &amp; Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i>, Ed. 7, (New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218.</li> </ol>	Kemampuan dalam melakukan sampling desain berdasarkan prosedur yang

				2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. Handbook of Market and Opinion Research, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.	tepat
<b>10</b>	Mahasiswa mampu menyusun persiapan data dalam riset pasar	<i>Data Preparation</i>	1. <i>Metoda : simulasi</i> 2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i>	1. Lovelock, Christopher& Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i> , Ed. 7,( New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218. 2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. Handbook of Market and Opinion Research, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.	Kemampuan dalam menyusun persiapan data dalam riset pasar
<b>11</b>	Mahasiswa mampu membuat distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan pengujian hipotesis	<i>Frequency Distribution, Cross-Tabulation, and Hypothesis Testing</i>	1. <i>Metoda : simulasi</i> 2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i>	1. Lovelock, Christopher& Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i> , Ed. 7,( New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218. 2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. Handbook of Market and Opinion Research, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.	Kemampuan dalam membuat distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan pengujian hipotesis
<b>12</b>	Mahasiswa mampu memahami dan dapat	<i>Correlation and Regression</i>	1. <i>Metoda : simulasi</i> 2. <i>Media : kelas,</i>	1. Lovelock, Christopher& Jochen Wirtz, <i>Services Marketing:</i>	Kemampuan dalam

	melakukan analisa berdasarkan korelasi dan regresi		<i>komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i>	<p><i>People, Technology, Strategy</i>, Ed. 7,( New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218.</p> <p>2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. Handbook of Market and Opinion Research, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.</p>	memahami dan melakukan analisa berdasarkan korelasi dan regresi
<b>13</b>	Mahasiswa mampu mempraktikan Membuat dan Menyusun Laporan Akhir	<i>Full Reporting &amp; Presentation Report</i>	<p>1. <i>Metoda : simulasi</i></p> <p>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i></p>	<p>1. Lovelock, Christopher&amp; Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i>, Ed. 7,( New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218.</p> <p>2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. Handbook of Market and Opinion Research, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.</p>	Kemampuan dalam mempraktekkan dalam Menulis laporan lengkap dan materi Presentasi laporan .
<b>14</b>	Mahasiswa mampu Mengerti dan mempraktikan Studi kasus pada riset pemasaran	<i>Example Study Case Research</i>	<p>1. <i>Metoda : simulasi</i></p> <p>2. <i>Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.</i></p>	<p>1. Lovelock, Christopher&amp; Jochen Wirtz, <i>Services Marketing: People, Technology, Strategy</i>, Ed. 7,( New York: Prentice Hall, 2011), pp.196-218.</p> <p>2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. Handbook of Market and Opinion Research, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240.</p>	Kemampuan dalam mempraktikan dalam studi kasus riset pemasaran

--	--	--	--	--	--

### EVALUASI PEMBELAJARAN

SESI	PROSE-DUR	BEN-TUK	SEKOR $\geq 77$ ( A / A- )	SEKOR $\geq 65$ ( B- / B / B+ )	SEKOR $\geq 60$ ( C / C+ )	SEKOR $\geq 45$ ( D )	SEKOR $< 45$ ( E )	BOBOT
1	<i>Post test</i>	Tes tulis individu	Menguraikan masalah dan tujuan riset secara tepat serta menentukan metode riset pasar yang relevan	Menguraikan masalah dan tujuan riset secara tepat namun metode riset yang ditentukan tidak tepat	Menguraikan tujuan dan metode riset secara tepat	Menguraikan masalah dan tujuan riset dengan kurang tepat	Tidak mampu menguraikan tujuan dan masalah riset	20%
2	<i>Post test</i>	Tes perbuatan (kelompok)	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan, pelaksanaan wawancara, serta pencatatan hasil dengan benar	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan dan pelaksanaan wawancara dengan benar, namun pencatatan kurang tepat	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan atau pelaksanaan wawancara dengan tepat	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan dan pelaksanaan wawancara dengan kurang tepat	Tidak mampu mempraktikkan teknik wawancara	0
3	<i>Post test</i>	Tes perbuatan dan	Mempraktikkan teknik menyusun pertanyaan,	Mempraktikkan teknik menyusun	Mempraktikkan teknik menyusun	Mempraktikkan teknik menyusun	Tidak mampu mempraktikkan teknik	0

		tulisan (kelompok)	persiapan, serta pelaksanaan FGD dengan tepat	pertanyaan dan persiapan dengan tepat, namun pelaksanaan FGD tidak lancar.	pertanyaan atau persiapan FGD dengan tepat.	pertanyaan serta pelaksanaan FGD dengan kurang tepat.	pelaksanaan FGD.	
4	<i>Post test</i>	Tes tulis	Mengelompokkan data, menganalisa serta membuat rekomendasi dengan tepat	Mengelompokkan dan menganalisa data namun tidak mampu membuat rekomendasi dengan tepat	Mengelompokkan data atau menganalisa data dengan tepat	Mengelompokkan dan menganalisa data dengan kurang tepat	Tidak mampu mengelompokkan dan menganalisa data.	20%
5	<i>Post test</i>	Tes perbuatan dan tulisan (individu)	Menyusun rencana, melaksanakan dan mencatat hasil observasi dengan tepat	Menyusun rencana dan melaksanakan observasi dengan tepat namun tidak mampu mencatat hasil observasi dengan tepat	Menyusun rencana atau melaksanakan observasi dengan tepat	Menyusun rencana atau melaksanakan observasi dengan kurang tepat	Tidak mampu melaksanakan observasi dengan	20%
6	<i>Post test</i>	Tes perbuatan (kelompok)	Menyusun skenario pelanggan, aspek fisik serta proses layanan petugas dengan tepat	Menyusun skenario pelanggan dan aspek fisik dengan tepat	Menyusun skenario pelanggan dengan tepat	Menyusun skenario pelanggan dan petugas dengan kurang tepat	Tidak mampu menyusun skenario pelanggan	0
7	<i>Post test</i>	Tes	Menyusun proses	Menyusun	Menyusun	Menyusun	Tidak mampu	



		perbuatan dan tulisan (kelompok)	layanan, membuat pemetaan serta mengidentifikasi titik perbaikan dengan tepat	proses layanan dan membuat pemetaan dengan tepat	proses layanan dengan tepat	proses layanan dan membuat pemetaan dengan kurang tepat	menyusun proses layanan	20%
8	<i>Post Test</i>	Tes tulis individu	Menguraikan masalah dan tujuan riset secara tepat serta menentukan metode riset pasar yang relevan	Menguraikan masalah dan tujuan riset secara tepat namun metode riset yang ditentukan tidak tepat	Menguraikan tujuan dan metode riset secara tepat	Menguraikan tujuan dan metode riset secara tepat	Tidak mampu menguraikan tujuan dan masalah riset	20%
9	<i>Post Test</i>	Tes perbuatan (kelompok)	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan, pelaksanaan wawancara, serta pencatatan hasil dengan benar	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan dan pelaksanaan wawancara dengan benar, namun pencatatan kurang tepat	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan atau pelaksanaan wawancara dengan tepat	Mempraktikkan teknik penyusunan pertanyaan dan pelaksanaan wawancara dengan kurang tepat	Tidak mampu mempraktikkan teknik wawancara	0
10	<i>Post Test</i>	Tes perbuatan dan tulisan (kelompok)	Mempraktikkan teknik menyusun pertanyaan, persiapan, serta pelaksanaan FGD dengan tepat	Mempraktikkan teknik menyusun pertanyaan dan persiapan dengan tepat, namun pelaksanaan FGD tidak	Mempraktikkan teknik menyusun pertanyaan atau persiapan FGD dengan tepat.	Mempraktikkan teknik menyusun pertanyaan serta pelaksanaan FGD dengan kurang tepat.	Tidak mampu mempraktikkan teknik pelaksanaan FGD.	0

				lancar.				
11	<i>Post Test</i>	Tes Tulis	Mengelompokkan data, menganalisa serta membuat rekomendasi dengan tepat	Mengelompokkan dan menganalisa data namun tidak mampu membuat rekomendasi dengan tepat	Mengelompokkan data atau menganalisa data dengan tepat	Mengelompokkan dan menganalisa data dengan kurang tepat	Tidak mampu mengelompokkan dan menganalisa data.	20%
12	<i>Post Test</i>	Tes perbuatan dan tulisan (individu)	Menyusun rencana, melaksanakan dan mencatat hasil observasi dengan tepat	Menyusun rencana dan melaksanakan observasi dengan tepat namun tidak mampu mencatat hasil observasi dengan tepat	Menyusun rencana atau melaksanakan observasi dengan tepat	Menyusun rencana atau melaksanakan observasi dengan kurang tepat	Tidak mampu melaksanakan observasi dengan	20%
13	<i>Post Test</i>	Tes perbuatan (kelompok)	Menyusun skenario pelanggan, aspek fisik serta proses layanan petugas dengan tepat	Menyusun skenario pelanggan dan aspek fisik dengan tepat	Menyusun proses layanan dengan tepat	Menyusun skenario pelanggan dan petugas dengan kurang tepat	Tidak mampu menyusun skenario pelanggan	0
14	<i>Post Test</i>	Tes perbuatan dan tulisan (kelompok)	Menyusun proses layanan, membuat pemetaan serta mengidentifikasi titik perbaikan dengan tepat	Menyusun proses layanan dan membuat pemetaan dengan tepat	Menyusun proses layanan dengan tepat	Menyusun proses layanan dan membuat pemetaan dengan kurang tepat	Tidak mampu menyusun proses layanan	20%

**Komponen penilaian :**

1. Kehadiran = 20 %
2. Tugas Individu = 40 %
3. Tugas Kelompok = 40 %

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi,**

**Muh. Ruslan Ramli. Phd**

**Jakarta, 17 September 2020**

**Dosen Pengampu,**

**Resman Muharul Tambunan SE, Msi**