



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	14 Desember 2025																																																		
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																			
						YUYUN ISBANAH																																																			
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																								
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																								
	CPMK - 1	Mahasiswa mampu mendeskripsikan karakteristik riset pemasaran																																																							
	Matrik CPL - CPMK																																																								
		<table><tr><td>CPMK</td></tr><tr><td>CPMK-1</td></tr></table>						CPMK	CPMK-1																																																
	CPMK																																																								
CPMK-1																																																									
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																									
	<table><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><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><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	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	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	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: Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester Pustaka:	2%
2	Mahasiswa mampu menjelaskan proses pendefinisian masalah riset pemasaran	1.2.1. Mampu mendeskripsikan dan menjelaskan masalah-masalah keputusan 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	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:	2%
3	Mahasiswa mampu membedakan ciri-ciri dan kegunaan desain eksploratori, 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	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: Materi: 2. William G. Zikmund, Barry J. Babin, 2016, Exploring Marketing Research, 11th Edition, Thomson South-Wester. Pustaka:	3%

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 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	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: 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	1.5.1. Mampu mendesain kuesioner dengan penggunaan skala yang tepat 2.5.2. Mampu menilai validitas dan reliabilitas kuesioner	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: 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	1.6.1 Mampu mendesain pemilihan sampel 2.6.2 Menentukan ukuran sampel	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: 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	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	10.1. Mampu mengolah dan menganalisis data menggunakan analisis faktor dan analisis konjoin	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%
----	--	---	---	------------------	--	---	----

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	Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Luring 2 xx 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%
----	--	--	---	-------------------	--	---	----

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: 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:	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		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:	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		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%
----	---	---	---	------------------	--	--	----

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: 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%
----	---	--	---	------------------	--	---	----

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%

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.