



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Program Studi: **STATISTIKA**

Fakultas: **SAINS DAN MATEMATIKA**

Mata Kuliah:	Metode Riset Pasar	Kode:	AST21-432	SKS:	3	Sem:	5
Dosen Pengampu:	Prof. Mustafid, M.Eng, Ph.D dan Moch. Abdul Mukid, S.Si, M.Si						
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah:	Setelah mempelajari mata kuliah ini, mahasiswa mampu: KK3.2. Mampu mendesign dan menganalisis riset-riset pemasaran KK5.1. Mampu menyusun hasil kajian metode statistika dalam bentuk laporan KK6. Mampu melakukan analisis data PP3.1. Mampu menjelaskan dan menerapkan metode-metode dalam penarikan sampel PP4.1. Mampu melakukan manajemen data KM1.1. Mampu membuat kuesioner rancangan survey						
Deskripsi singkat Mata Kuliah:	Mata kuliah metode riset pasar sangat dibutuhkan oleh mahasiswa terutama bagi mereka yang tertarik dengan permasalahan-permasalahan pemasaran yang didalamnya mencakup pengembangan produk, perbandingan fitur-fitur produk, teknik pengukuran data dan pemahan terhadap perubahan selera konsumen.						

1	2	3	4	5	6	7	
Minggu ke	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Pembelajaran	Bahan Kajian/ Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria & Indikator	Bobot (%)
1	Mahasiswa mampu mendefinisikan masalah dalam riset pemasaran	Pendefisian masalah dalam riset pemasaran	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Discovery Learning	Mahasiswa mampu mendefinisikan masalah dalam riset pemasaran	7
2	Mahasiswa mampu merancang penelitian	Penelitian kualitatif: Focus	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Sel Directed Learning	Mahasiswa mampu merancang penelitian	7

	kualitatif melalui focus grup discussion	gruo discussion				kualitatif melalui focus grup discussion	
3	Mahasiswa mampu merancang penelitian kualitatif melalui in-depth interviewing	Penelitian kualitatif: in-depth interviewing	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Problem Based Learning	Mahasiswa mampu merancang penelitian kualitatif melalui in-depth interviewing	7
4	Mahasiswa mampu menjelaskan teknik analisis data dalam penelitian kualitatif	Metode analisis data dalam penelitian kualitatif	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Project Based Learning	Mahasiswa mampu menjelaskan teknik analisis data dalam penelitian kualitatif	7
5	Mahasiswa mampu menjelaskan jenis-jenis data dan teknik pengukuran dalam riset pemasaran	Jenis-jenis data dan teknik pengukuran data kuantitatif	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Problem Based Learning	Mahasiswa mampu menjelaskan jenis-jenis data dan teknik pengukuran dalam riset pemasaran	7
6	Mahasiswa mampu merancang kuesioner penelitian pemasaran	Merancang kuesioner	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Project Based Learning	Mahasiswa mampu merancang kuesioner penelitian pemasaran	7
7	Mahasiswa mampu memahami prosedur-prosedur mengumpulkan data pemasaran	Prosedur-prosedur mengumpulkan data pemasaran	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Problem Based Learning	Mahasiswa mampu memahami prosedur-prosedur mengumpulkan data pemasaran	8
8	Ujian Tengah Semester						
9	Mahasiswa mampu menggunakan analisis cluster untuk penelitian	Segmentasi pasar menggunakan	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	Discovery Learning	Mahasiswa mampu menggunakan analisis cluster untuk penelitian	7

	segmentasi pasar	analisis cluster				segmentasi pasar	
10	Mahasiswa mampu menggunakan analisis CHAID untuk mengidentifikasi segmen potensial bagi pemasaran produk	Analisis pasar potensial menggunakan analisis CHAID	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	Discovery Learning	Mahasiswa mampu menggunakan analisis CHAID untuk mengidentifikasi segmen potensial bagi pemasaran produk	7
11	Mahasiswa mampu menggunakan multidimensional scaling untuk pemetaan persepsi produk	Pemetaan persepsi produk menggunakan analisis multidimensional scaling	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	Problem Based Learning	Mahasiswa mampu menggunakan multidimensional scaling untuk pemetaan persepsi produk	7
12	Mahasiswa mampu menggunakan analisis korespondensi untuk mendeskripsikan fitur-fitur khas dari sebuah produk	Mendeskripsikan fitur-fitur khas dari sebuah produk menggunakan analisis korespondensi	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Problem Based Learning	Mahasiswa mampu menggunakan analisis korespondensi untuk mendeskripsikan fitur-fitur khas dari sebuah produk	7
13	Mahasiswa mampu menggunakan analisis biplot untuk mendeskripsikan fitur-fitur khas dari sebuah produk	Mendeskripsikan fitur-fitur khas dari sebuah produk menggunakan analisis biplot	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Discovery Learning	Mahasiswa mampu menggunakan analisis biplot untuk mendeskripsikan fitur-fitur khas dari sebuah produk	7
14	Mahasiswa mampu menggunakan analisis	Riset pengembangan	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180	▪ Discovery Learning	Mahasiswa mampu menggunakan analisis	7

	conjoint untuk riset pengembangan sebuah produk	sebuah produk menggunakan analisis conjoint		KM : 180		conjoint untuk riset pengembangan sebuah produk	
15	Mahasiswa mampu mengukur indeks kepuasan konsumen	Indeks kepuasan konsumen	Small Group Discussion	TM : 150 KT : 180 KM : 180	▪ Project Based Learning	Mahasiswa mampu mengukur indeks kepuasan konsumen	8
16	Ujian Akhir Semester						
TOTAL							100
8. Daftar Referensi:		1. Malhotra N.,K., Birks, D., F.,2006. Marketing Research: An Applied Approach. Prentice Hall. New York.					