|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| logo UEU kecil | |  | | | | | | | | |
|  | | **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER GANJIL 2017/2018** | | | | | | | | |
|  | | **PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI** | | | | | | | | |
|  | | **UNIVERSITAS ESA UNGGUL** | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | |
| **Mata kuliah** | | | **:** | Riset Pemasaran dan Bisnis | | | **Kode MK** | | **:** | MCM 401 (01) |
| **Mata kuliah prasyarat** | | | **:** | - | | | **Bobot MK** | | **:** | 3 SKS |
| **Dosen Pengampu** | | | **:** | Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, S.E., M.S.M | | | **Kode Dosen** | | **:** | 6804 |
| **Alokasi Waktu** | | | **:** | Tatap muka 14 x 180 menit, dengan praktik | | | | | | |
| **Capaian Pembelajaran** | | | **:** | 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*ntroduction and Early Phases of Marketing Research* | | 1. Metoda : *contextual instruction* 2. Media : kelas, komputer, *LCD, whiteboard.* | 1. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. *Handbook of Market and Opinion Research*, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 29-65 2. Kumar, Ranjit, *Research Methodology,* Ed. 3, (Thousand Oak: Sage Publications, 2011), pp.43-58. 3. Kalder, Bobby J., *Marketing Research and Understanding Consumers,* dalam *Kellogg on Marketing,* (New Jersey: John Wiley & Sons, 2010), pp. 56-71 | | Ketepatan dalam memahami pengantar riset pemasaran | | |
| **2** | Mahasiswa mampu menguraikan masalah riset yang dihadapi serta menentukan metode riset pasar yang relevan | | *Defining the Marketing Research Problem and Developing an Approach* | | 1. Metoda : *contextual instruction* dan simulasi 2. Media : kelas, komputer, *LCD,* alat perekam, *whiteboard.* | 1. Stewart Charles J. & William B. Cash, *Interviewing: Principles and Practices, 7th Edition*, (Dubuque: Wm. C. Brown Communications, Inc, 1994), pp. 1-84 2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. *Handbook of Market and Opinion Research*, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240. | | Kemampuan dalam menguraikan masalah riset yang dihadapi serta menentukan metode riset pasar yang relevan | | |
| **3** | Mahasiswa mampu memahami macam-macam *design* riset dan menentukan *design* yang digunakan dalam riset pasar | | *Research Design* | | 1. Metoda : *contextual instruction* dan simulasi 2. Media : kelas, komputer, *LCD,* alat perekam, *whiteboard.* | 1. Greenbaum, Thomas L., *The Handbook for Focus Group Research,*(New York: Lexington Books, 1993). Pp. 1-70. 2. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. *Handbook of Market and Opinion Research*, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240. | | Kemampuan dalam memahami macam-macam *design* riset dan menentukan *design* yang digunakan dalam riset pasar | | |
| **4** | Mahasiswa mampu menganalisa desain penelitian eksploratif sekunder data yang diperoleh dari diskusi kelompok terarah (FGD: *focus group discussion*) | | *Exploratory Research Design: Secondary* | | 1. *Metoda : contextual instruction dan simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, alat perekam, whiteboard.* | 1. Kumar, Ranjit, Research Methodology, Ed. 3, (Thousand Oak: Sage Publications, 2011), pp.277-287. 2. Transkrip yang diperoleh melalui diskusi kelompok terarah | | 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: *focus group discussion*) | | *Exploratory Research Design: Qualitative Research* | | 1. Metoda : *contextual instruction* dan *discovery learning* 2. Media : kelas, komputer, *LCD,* kamera perekam, *whiteboard.* | 1. ESOMAR, *Mystery Shopping Studies,*(Amsterdam: ESOMAR, 2005), pp. 2-6. 2. ESOMAR, Guideline on Passive Data Collection, Observation and Recording, (Amsterdam: ESOMAR, 2014), pp. 1-9. 3. McDonald, Collin dan Phylis Vangelder, Ed. *Handbook of Market and Opinion Research*, (Amsterdam: ESOMAR, 1998), pp. 177-240. | | Kemampuan dalam melakukan analisa terhadap hasil diskusi kelompok terarah | | |
| **6** | Mahasiswa memahami desain penelitian deskriptif dan observasi | | *Descriptive Research Design Survey and Observation* | | 1. Metoda : *contextual instruction* dan simulasi 2. Media : kelas, komputer, *LCD,*  *whiteboard* dan *post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, Services Marketing: People, Technology, Strategy, 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 memahami desain penelitian deskriptif dan observasi | | |
| **7** | Mahasiswa mampu mempraktikkan pelaksanaan eksperimen desain penelitian kausal | | *Casual Research Design: Experimentation* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 mempraktikkan pelaksanaan eksperimen desain penelitian kausal | | |
| **8** | Mahasiswa mampu mempraktikan pengukuran dan penskalaan dasar dan penskalaan komparatif | | *Measurement and Scaling: Fundamentals and Comparative Scaling* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 mempraktikan pengukuran dan penskalaan dasar dan penskalaan komparati | | |
| **9** | Mahasiswa mampu mempraktikan pengukuran dan penskalaan: teknik penskalaan nonkomparatif | | *Measurement and Scaling: Noncomparative Scaling Tehniques* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 mempraktikan pengukuran dan penskalaan: teknik penskalaan nonkomparati | | |
| **10** | Mahasiswa mampu membuat kuisioner dan format desain | | *Questionnaire & Form Design* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 kuisioner dan format desain | | |
| **11** | Mahasiswa mampu melakukan sampling desain berdasarkan prosedur yang tepat | | *Sampling: Design and Procedures* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 melakukan sampling desain berdasarkan prosedur yang tepat | | |
| **12** | Mahasiswa mampu menyusun persiapan data dalam riset pasar | | *Data Preparation* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 | | |
| **13** | Mahasiswa mampu membuat distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan pengujian hipotesis | | *Frequency Distribution, Cross-Tabulation, and Hypothesis Testing* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 | | |
| **14** | Mahasiswa mampu memahami dan dapat melakukan analisa berdasarkan korelasi dan regresi | | *Correlation and Regression* | | 1. *Metoda : simulasi* 2. *Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard dan post-it.* | 1. Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy,* 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 memahami dan melakukan analisa berdasarkan korelasi dan regresi | | |

**EVALUASI PEMBELAJARAN**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **PROSE-DUR** | **BEN-TUK** | **SEKOR > 77**  **( A / A-)** | **SEKOR > 65**  **(B- / B / B+ )** | **SEKOR > 60**  **(C / C+ )** | **SEKOR > 45**  **( D )** | **SEKOR < 45**  **( E )** | **BOBOT** |
| 1 | *Post test* | 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 | *Post test* | 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 | *Post test* | 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 lancar. | 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 |
| 4 | *Post test* | 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 | *Post test* | 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 | *Post test* | 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 | *Post test* | 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% |
| 8 | *Post Test* | 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 | *Post Test* | 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 | *Post Test* | 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 lancar. | 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 |
| 11 | *Post Test* | 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 | *Post Test* | 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 | *Post Test* | 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 | *Post Test* | 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 %

**Jakarta, 1 September 2017**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi, Dosen Pengampu,**

**Euis Heryaty S.Sos., MM., M.Ikom Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE., MSM**