



**INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
FAKULTAS SAINS DAN ANALITIKA DATA
DEPARTEMEN STATISTIKA
PROGRAM SARJANA STATISTIKA**

Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	:	Riset Pemasaran
	Kode Mata Kuliah	:	SS234751
	Kredit	:	3 SKS
	Semester	:	VII

DESKRIPSI MATA KULIAH

Mata kuliah ini memberikan pengantar yang komprehensif untuk riset pemasaran, dan membahas konsep, proses, dan teknik serta aplikasinya. Siswa akan memahami kedalaman mata kuliah ini dan signifikansinya bagi perusahaan bisnis. Selain gambaran umum riset pemasaran, mata kuliah ini mencakup desain penelitian, termasuk data kualitatif dan kuantitatif, dan metode kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis data riset untuk mengambil keputusan

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

CPL-2	Mampu mengkaji dan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka mengaplikasikannya pada bidang Statistika, serta mampu mengambil keputusan secara tepat dari hasil kerja sendiri maupun kerja kelompok dalam bentuk laporan tugas akhir atau bentuk kegiatan pembelajaran lain yang luarannya setara dengan Tugas Akhir melalui pemikiran logis, kritis, sistematis dan inovatif.
CPL-3	Mampu mengelola pembelajaran diri sendiri, dan mengembangkan diri sebagai pribadi pembelajar sepanjang hayat untuk bersaing di tingkat nasional, maupun internasional, dalam rangka berkontribusi nyata untuk menyelesaikan masalah dengan mengimplementasikan teknologi informasi dan komunikasi dan memperhatikan prinsip keberlanjutan serta memahami kewirausahaan berbasis teknologi
CPL-6	Mampu merancang, mengumpulkan, dan melakukan manajemen data dengan metodologi yang tepat
CPL-7	Mampu menggunakan perangkat komputasi modern untuk menyelesaikan permasalahan statistik
CPL-9	Mampu menerapkan metode statistika untuk menganalisis permasalahan teoritis dan riil.
CPL-10	Mampu menerapkan metode statistika Bisnis, Industri, Ekonomi, Sosial, Kesehatan, atau Lingkungan pada permasalahan riil

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

CPMK.1	Menguasai konsep strategi pemasaran, produk dan perilaku pembeli
CPMK.2	Mampu merumuskan, merancang dan melaksanakan pengumpulan data dengan metodologi yang benar untuk menyelesaikan permasalahan pemasaran
CPMK.3	Mampu menganalisis data, memutuskan riset pemasaran dan menuliskannya dalam bentuk proposal penelitian
CPMK.4	Mampu mengidentifikasi, merumuskan, dan menyelesaikan masalah pemasaran
CPMK.6	Memiliki pengetahuan tentang isu-isu saat ini dan masa depan yang berkaitan dengan

bidang riset pemasaran
CPMK.7 Mampu berkomunikasi secara efektif dan bekerja sama dalam tim interdisiplin dan multidisiplin
CPMK.8 Memiliki tanggung jawab dan etika profesional
CPMK.9 Mampu memotivasi diri untuk berpikir kreatif dan belajar sepanjang hidup
POKOK BAHASAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami MO & Produktivitas 2. Strategi Global 3. Mengelola Kualitas 4. Desain produk dan layanan 5. Desain Proposal 6. Strategi Lokasi 7. Strategi Tata Letak Fasilitas 8. Sumber Daya Manusia 9. Manajemen Pemeliharaan
PRASYARAT
Analisis Regresi, Analisis Multivariat Terapan
PUSTAKA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Iacobucci, Dawn., Churchill, Jr., and Gilbert, A., 2015. Marketing Research: Methodological Foundations. 11th edition. CreateSpace Independent Publishing Platform. 2. Kotler, Philip and Armstrong, Gary., 2015. Principles of Marketing. 16th edition. Pearson. 3. Kotler, Philip and Kertajaya, Hermawan. 2016. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley. 4. Kusri dan Endah, Dwi. 2011. Modul Praktikum Jurusan Statistika ITS. Surabaya. 5. Malhotra, Naresh. 2009. Marketing Research: an Applied Orientation. 6th edition. Pearson Prentice Hall.