



INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
FAKULTAS SAINS DAN ANALITIKA DATA
PROGRAM STUDI MAGISTER STATISTIKA
DEPARTEMEN STATISTIKA

**Kode
Dokumen**

REV-1

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Metode Riset Pemasaran		SS255243	Analitika Data Sosial dan Statistika Oficial	T=3	P=0	II	Agustus 2025
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK		Kepala PRODI	
		Prof. Dr. Vita Ratnasari, S.Si, M.Si.		Prof. Dr. Vita Ratnasari, S.Si, M.Si.		Irhamah, S.Si, M.Si, Ph.D.	
Capaian Pembelajaran (CP) <i>Learning Outcome (LO)</i>	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK						
	CPL-2 <i>PLO-2</i>	Mampu mengembangkan dan memecahkan permasalahan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang keilmuan nya melalui riset dengan pendekatan inter atau multidisiplin hingga menghasilkan karya inovatif dan teruji dalam bentuk tesis dan makalah yang telah diterima di jurnal ilmiah nasional terakreditasi atau diterima di seminar internasional bereputasi. <i>Able to develop and solve science and technology problems in their field through research with an inter or multidisciplinary approach to produce innovative and tested works in the form of theses and papers that have been accepted in accredited national journals or accepted at reputable international seminars.</i>					
	CPL-3 <i>PLO-3</i>	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. <i>Able to manage their own learning and develop themselves as personal lifelong learners to compete at national and international levels, in order to make a real contribution to solving problems by implementing information and communication technology and paying attention to the principle of sustainability.</i>					
	CPL-5 <i>PLO-5</i>	Mampu merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi metodologi pengumpulan data terstruktur dan tidak terstruktur, serta modifikasi metode sampling dan pengumpulan data. <i>Able to design, implement, and evaluate methodologies for collecting both structured and unstructured data, including the modification of sampling and data-collection methods.</i>					
	CPL-8 <i>PLO-8</i>	Mampu menganalisis dan mengevaluasi metode statistika untuk merumuskan solusi pada permasalahan teoritis dan riil dengan pendekatan multidisipliner <i>Able to analyze and evaluate statistical methodologies to formulate solutions for theoretical and real-world problems using a multidisciplinary approach.</i>					

	CPL-9 <i>PLO-9</i>	Mampu menganalisis dan mengevaluasi metode statistika berbasis komputasi atau analitik yang inovatif untuk mengatasi permasalahan riil di bidang bisnis, industri, ekonomi, finansial, sosial dan pembangunan berkelanjutan, lingkungan, kesehatan, serta mengevaluasi dampaknya terhadap pengambilan keputusan <i>Able to analyze and evaluate innovative computation- or analytics-based statistical methods to address real-world problems in business, industry, economics and finance, social and sustainable development, environment, and health, and to assess their impact on decision-making.</i>
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK-1	Mampu memahami konsep riset pemasaran, ruang lingkup dan tujuan riset pemasaran, serta gambaran umum proses riset pemasaran, kebutuhan jenis data yang relevan <i>Able to understand the concept, scope and objectives of marketing research as well as the general marketing research process</i>
	CPMK-2	Mampu berbagai pendekatan riset pemasaran untuk bisnis maritim (metode kualitatif / kuantitatif, riset deskriptif dan eksperimental) <i>Able to design marketing research start with problem formulation, define variables to be measured, developing instrument, data collection method and use statistical tools in data analysis.</i>
	CPMK-3	Mampu merancang riset pemasaran untuk bisnis maritim mulai dari memformulasikan persoalan, menentukan variable dan alat ukur, dan metode analisis yang sesuai) <i>Able to design marketing research for maritime business starting from formulating problems, determining variables and measuring tools, and appropriate analysis methods)</i>
	CPMK-4	Mampu Menyusun instrument riset pemasaran (kuisisioner), merancang FGD, observasi, depth interview, merancang manajemen survey dan organisasi lapangan <i>Able to compose survey instrument, arrange FGD, observation and depth interview. Able to develop survey management and field survey.</i>
	CPMK-5	Mampu melaksanakan survey, observasi, FGD dan depth interview <i>Able to carry out survey, Observation, FGD, dept interview (all data collection process)</i>
	CPMK-6	Mampu mengaplikasikan metode statistic untuk analisis riset pemasaran <i>Able to applied statistical method for marketing research analysis</i>
	CPMK-7	Mampu membuat laporan project riset pemasaran <i>Able to make a final research project report</i>

		Matrik CPL – CPMK									
		CPMK	CPL-1	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPL-6	CPL-7	CPL-8	CPL-9
		CPMK-1		V	V		V				
		CPMK-2		V	V		V				
		CPMK-3		V	V		V				
		CPMK-4		V	V		V				
		CPMK-5			V		V			V	V
		CPMK-6		V	V		V			V	V
		CPMK-7		V	V		V			V	V
Deskripsi Singkat MK	Matakuliah riset pemasaran mempelajari bagaimana melaksanakan riset pemasaran terdiri dari merancang riset dimulai dengan memformulasikan persoalan, cara pengumpulan data, praktek pengumpulan data, menganalisis menggunakan metode statistik, dan menyimpulkan hasil analisis untuk membuat strategi pemasaran yang lebih valid dan sesuai tujuan perusahaan. Melalui riset ini, perusahaan akan dapat mengidentifikasi dan memetakan konsumen, kekuatan dan kelemahan produk, serta keunggulan kompetitor. <i>Marketing research courses learn how to carry out marketing research consisting of designing research starting with formulating problems, data collection methods, data collection practices, analyzing using statistical methods, and concluding the results of the analysis to create a marketing strategy that is more valid and in line with company goals. Through this research, companies will be able to identify and map consumers, product strengths and weaknesses, as well as competitors' advantages.</i>										
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	Teori Statistika, Pengumpulan Data, Deskripsi dan Eksplorasi, Komputasi dan Data Prossessing, Pemodelan, Ekonomi dan Manajemen. <i>Statistical Theory, Data Collection, Description and Exploration, Computing and Data Processing, Modeling, Economics and Management.</i>										
Pustaka	Utama : 1. Maholtra, N.K., 2005, Market Research: Applied Approach, 4th Edition, Prentice Hall: New York. 2. Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C., 2006, Multivariate Data Analysis, 6th edition, Prentice Hall International: UK. 3. Sharma, S., 1996, Applied Multivariate Techniques, New-York: John Wiley & Sons, Inc. 4. Churchill, Jr.Gilbert.A, Basic Marketing Research, The Dryden Press, New York, 1988 Pendukung :										
Dosen Pengampu	Prof. Dr. Vita Ratnasari, S.Si, M.Si.										
Matakuliah syarat											

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 - 4	Mampu memahami ruang lingkup dan tujuan riset pemasaran, serta proses riset pemasaran <i>Able to understand the scope and objectives of marketing research, as well as the marketing research process</i>	1. Mampu menjelaskan ruang lingkup, maksud dan peran riset pemasaran <i>1. Able to explain the scope, purpose, and role of marketing research</i> 2. Mampu menjelaskan kode etik, kegunaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi riset pemasaran <i>2. Able to explain the code of ethics, uses, and factors that influence marketing research</i> 3. mampu menjelaskan urutan proses, membuat tujuan Riset Pemasaran dan menilai (menaksir nilai) informasi <i>3. Able to explain the sequence of processes, create marketing research objectives and assess (estimate the value of) information</i>	Tes tulis <i>writing test</i> Tugas 1 <i>Task 1</i> Observasi di kelas <i>Observation in class</i>	1. PBL <i>1. Problem Based Learning</i> 2. Diskusi <i>2. Discussion</i> 600 menit <i>600 minutes</i>		1. Pengertian Dasar <i>1. Basic Understanding</i> 2. Riset Pasar dalam Praktek <i>2. Market Research in Practice</i> 3. Gambaran Umum Proses Riset Pemasaran <i>3. Overview of the Marketing Research Process</i>	10%/10%
5 - 8	Mampu menggunakan alat statistik dalam perancangan riset	1 Dapat menentukan pendekatan studi dan strategi dalam melakukan Riset	Tes tulis <i>writing test</i> Tugas 2	1. PBL <i>1. Problem Based Learning</i> 2. Diskusi		1 Proses Riset Pemasaran <i>1 Marketing Research</i>	25%/35%

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)
	pemasaran (formulasi persoalan, desain riset) <i>Able to use statistical tools in marketing research design (problem formulation, research design)</i>	Pemasaran dengan meminimalkan error <i>1 Can determine study approaches and strategies in conducting Marketing Research by minimizing errors</i> 2 Dapat menentukan jenis data sekunder yang akan digunakan dalam Riset Pasar <i>2 Can determine the type of secondary data to be used in Market Research</i> 3 Dapat menentukan metode survai yang sesuai dengan kebutuhan serta dapat melakukan survai dan pengumpulan data. Dapat menentukan metode survai yang sesuai dengan kebutuhan serta dapat melakukan survai dan pengumpulan data <i>3 Can Determining survey methods according to needs and can conduct surveys and data collection. Can determine survey methods according</i>	<i>Task 2</i> Observasi di kelas <i>Observation in class</i>	<i>2. Discussion</i> 600 menit <i>600 minutes</i>		<i>Process</i> 2 Desain Riset dan Implementasi <i>2 Research Design and Implementation</i> 3 Pengumpulan data <i>3 Data collection</i> 4 Data Sekunder dan Exploratory Research 1. <i>4 Secondary Data and Exploratory Research</i>	

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 (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		<i>to needs and can conduct surveys and data collection</i> 4 Dapat menyusun sampling frame untuk Riset pemasaran, menentukan metode sampling dan menentukan jumlah sampel Dapat melaksanakan sampling dengan metode SRS, Stratified Sampling, Cluster Sampling dan Systematic Sampling Dapat melaksanakan sampling dengan metode SRS, Stratified Sampling, Cluster Sampling dan Systematic Sampling <i>4 Can arrange a sampling frame for marketing research, determine the sampling method and determine the number of samples Can carry out sampling with the SRS method, Stratified Sampling, Cluster Sampling, and Systematic Sampling Can carry out sampling with</i>					

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)
		<i>the SRS method, Stratified Sampling, Cluster Sampling, and Systematic Sampling</i>					
9 - 11	Mampu melaksanakan riset pasar (proses pengumpulan data, organisasi lapangan dan analisis data) <i>Able to carry out market research (data collection process, field organization, and data analysis)</i>	1 Dapat melakukan interview, survai lewat media serta FGD <i>1 Able to conduct interviews, surveys through the media and FGD</i> 2 Dapat mengukur sikap dan membuat skala pengukuran sikap yang akurat <i>2 Can measure attitudes and make an accurate attitude measurement scale</i> 3 Dapat menyusun kuisisioner <i>3 Can compose a questionnaire</i> 4 Dapat melakukan riset pemasaran secara eksperimental <i>4 Can do marketing research experientally</i> 5 Dapat menyiapkan data untuk analisis, merancang analisis data <i>5 Can prepare data for analysis, design data analysis</i>	Tes tulis <i>writing test</i> Tugas 3 <i>Task 3</i> Observasi di kelas <i>Observation in class</i>	1. PBL <i>1. Problem Based Learning</i> 2. Diskusi <i>2. Discussion</i> 3. Latihan <i>3. Exercise</i> 450 menit <i>450 minutes</i>		1. Proses Pengumpulan Data <i>1. Data Collection Process</i> 2. Desaian Kuisisioner <i>2. Question-naire Design</i> 3. Causal Research <i>3. Causal Research</i> 4. Analisis Data <i>4. Data Analysis</i>	25%/60%

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)
		6 Dapat membuat analisis untuk data Riset Pemasaran dengan menggunakan Korelasi dan Analisis Regresi, Diskriminan dan Analisis kanonik <i>6 Can analyze Marketing Research data using Correlation and Regression Analysis, Discriminant and canonical Analysis</i> 7 Dapat membuat analisis untuk data Riset Pemasaran dengan menggunakan Factor & Cluster Analysis, Multidimensional Scalling & Conjoint Analysis <i>7 Can analyze Marketing Research data using Factor & Cluster Analysis, Multidimensional Scaling & Conjoint Analysis</i>					
12	Mampu menyusun proposal final project riset <i>Able to prepare a final research project proposal</i>	Proposal siap di presentasikan <i>Proposal ready to be presented</i>	Tes tulis <i>writing test</i> Tugas 4 <i>Task 4</i> Observasi di	1. PBL <i>1. Problem Based Learning</i> 2. Diskusi <i>2. Discussion</i> 3. Latihan <i>3. Exercise</i>		Presentasi proposal <i>Proposal presentation</i>	20%/80%

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan 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)
			kelas <i>Observation in class</i>	150 menit <i>150 minutes</i>			
13 - 15	Mampu melaksanakan interpretasi hasil penelitian secara berkelompok <i>Able to carry out the interpretation of research results in groups</i>	Dapat merancang dan melaksanakan riset pasar serta mempresentasikannya <i>Able to design and carry out market research and present it</i>	Tes tulis <i>writing test</i> Tugas 3 <i>Task 3</i> Observasi di kelas <i>Observation in class</i>	1. PBL <i>1. Problem Based Learning</i> 2. Diskusi <i>2. Discussion</i> 3. Latihan <i>3. Exercise</i> 450 menit <i>450 minutes</i>		Project Research <i>Project Research</i>	20%/100%