



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA
Jl. Dr. Setiabudhi No. 229 Bandung 40154 Tlp. (022) 2013163
Telp/Fax. 022-2014179**

MP 411 Riset Pemasaran: S-1, 3 SKS, Semester 6

Mata Kuliah Riset Pemasaran adalah pengetahuan yang mempelajari cara-cara pengolahan data menggunakan program-program komputer statistic, dan penarikan kesimpulan yang beralasan dilakukan. Mata kuliah ini erat kaitannya dengan statistika yaitu angka-angka yang melukiskan persoalan, biasanya disusun dalam tabel atau daftar, sering disertai diagram atau grafik dan sebagainya. Dengan menggunakan metode statistic, maka penyajian data diharapkan dapat lebih informatif. Dengan melakukan penarikan kesimpulan secara lebih akurat.

Tujuan yang diharapkan pada mata kuliah Riset Pemasaran agar mahasiswa mampu menganalisis data kuantitatif secara deskriptif dan inferensial dengan menggunakan program komputer. Penyelenggaraan kuliah dilakukan dengan pendekatan ekspositori dalam bentuk ceramah dan diskusi. Penggunaan fasilitas LCD, hand out, OHP, dan Whiteboard serta pendekatan inkuiri yaitu tujuannya. Selanjutnya untuk mengetahui tahap penguasaan materi oleh mahasiswa/i, dilakukan melalui UAS.

Sumber buku yang digunakan sebagai rujukan perkuliahan antara lain: Singgih Santoso, Media Komputindo. Mikael Sugianto, 36 Belajar SPSS, Elex Media Komputindo. Singgih Santoso, Konsep dan Aplikasi dengan AMOS, Elex Media Komputindo. Sudjana (1989), Statistika I Bandung: Tarsito. Weiers, Ronald W., (1998), Introduction to Business Statistics, Third Edition, Pacific Grove, CA. Wonnacott, Thomas H., and Ronald J, Wonnacott, (1990) Business and Economics, Fourth Edition, John Wiley & Sons, New York (WW).

SILABUS

1. Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah	: Riset Pemasaran
Nomor Kode	: MP 411
Jumlah SKS	: 3 SKS
Semester	: 6
Kelompok Mata Kuliah	: MKK - Program Studi
Program Studi	: Manajemen Pemasaran Pariwisata/ S1
Status Mata Kuliah	: Wajib
Prasyarat	:
Dosen	: Wahyuyanti Rini Andari, S.pd, MM

2. Tujuan

3. Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Global Pariwisata meliputi lingkungan ekonomi global politik, legal, dan kebijakan dalam pemasaran global, importing, exporting, sourcing, global targeting, positioning, keputusan produk dan merek, keputusan harga, saluran dan distribusi pemasaran global.

4. Pendekatan Pembelajaran

Metode : 1. Ceramah
2. tugas dan studi kasus
3. Presentasi
Media : Whiteboard, OHP, LCD

5. Evaluasi

1. Penilaian pada keaktifan mahasiswa dalam proses pembelajaran
2. Penugasan individual atau kelompok disajikan dalam penampilan di kelas
3. UTS
4. UAS

6. Rincian Materi Perkuliahan Tiap Pertemuan

PERTEMUAN	TOPIK MATERI
1	Pengenalan silabus dan pembagian kelompok
2	introduction to global marketing
3	presentasi kelompok 1 dan kelompok 2
4	Lingkungan ekonomi global, lingkungan sosial budaya, lingkungan politik global
5	Presentasi kelompok 3 dan 4
6	Importing, exporting, dan sourcing; global market strategies: licensing, inv
7	Presentasi kelompok 5 dan 6
8	UTS
9	Segmenting, targeting, positioning
10	presentasi kelompok 7 dan 8
11	keputusan produk dan merek
12	presentasi kelompok 9 dan 10
13	keputusan harga
14	presentasi kelompok 11 dan 12
15	Saluran distribusi fisik pemasaran global
16	komunikasi pemasaran global
17	Revisi makalah
18	Revisi makalah
19	Final test/ujian akhir

7. Referensi

Keegan, Warren J and Mark C Green, (2009), Global Marketing, 4th edition, USA: Prentice Hall.
Helsen, (2004), Global Marketing Management, 3rd Edition, USA: Wiley. Theobald, William, (2000), www.unwto.org. Journal Pariwisata.

**SOSIAL
JAWABAN
, Pesawat 2525,**

serta penganalisisannya dengan
dan berdasarkan penganalisisan yang
jelas atau menggambarkan sesuatu
keterangan-keterangan lain seperlunya.
aktif dan membantu seseorang dalam

menyusun, menata, menyajikan, mengukur, dan
menyusun program statistik.
dalam tanya-jawab, yang dilengkapi dengan
teori dan praktek.
untuk evaluasi tugas, Review test, UTS, dan

metode untuk Bisnis dan Ekonomi, Elex
Santoso, Structural Equation Modeling:
Deskriptif untuk Ekonomi dan Niaga,
International Thompson Publishing
(2000), Introductory to Statistics For Business

» Hall. Kotabe, Masaaki and Kristiaan
um, (2005), Global Tourism, USA.