



UNIVERSITAS RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Pemasaran Jasa	MNJ 6359		T=3	P=0	Ganjil	3 Desember 2023
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
	Deny Danar Rahayu,SE, M.SI		Deny Danar Rahayu,SE, M.SI		Sri Restuti, SE.,MM	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL-3	Mahasiswa mampu menunjukkan pemikiran logis, kritis, kreatif, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan dan implementasi ilmu pengetahuan melalui pembelajaran sepanjang hayat dan penggunaan teknologi yang memperhatikan nilai humaniora sesuai bidang keahliannya				
	CPL-4	Mahasiswa mampu menunjukkan sikap kepemimpinan dengan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur melalui pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, sosial dan lingkungan yang komprehensif				
	CPL-6	Mahasiswa mampu melaksanakan fungsi manajerial dan operasional dengan bekerjasama dalam tim di berbagai jenis organisasi melalui tindakan solutif yang tepat				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK-1	Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang gambaran umum pemasaran jasa dengan menyimak penjelasan dosen dan membaca literatur dengan baik				
CPMK 2	Mahasiswa mampu mengevaluasi Bauran pemasaran jasa taktis dengan membaca literatur terkait dan mengamati lingkungan sekitar dengan baik					

	CPMK 3	Mahasiswa mampu mengevaluasi dan merincikan bagaimana Menilai dan melaksanakan strategi pelayanan yang berhasil dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan melakukan diskusi kelompok dengan baik
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)		
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang pengenalan layanan dari penjelasan dosen dan membaca literatur dengan baik
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang sektor jasa: supersektor dan pertimbangan etis dengan membaca literatur dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa mampu mengelompokkan tentang Perbedaan mendasar antara barang dan jasa serta perilaku konsumen jasa dengan membaca literatur dan diskusi kelompok dengan tepat
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang Proses pemberian layanan dengan mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan tepat
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang Penetapan Harga Layanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa mampu Mengevaluasi tentang bagaimana Mengembangkan Strategi Komunikasi Layanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu membuat perencanaan bagaimana Mengelola Bukti Fisik Perusahaan dengan membaca literatur dan diskusi kelompok dengan tepat
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang Orang sebagai Strategi: Mengelola Karyawan Bagian Pelayanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang Orang Sebagai Strategi: Mengelola Konsumen Jasa dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 10	Mahasiswa mampu membuat penjelasan tentang definisi kepuasan pelanggan dan membuat kesimpulan tentang Mengukur Kepuasan Pelanggan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 11	Mahasiswa mampu membuat penjelasan tentang definisi kualitas pelayanan dan membuat kesimpulan tentang Mengukur Kualitas Pelayanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan tepat
	Sub-CPMK 12	Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang bagaimana Mengelola Pengaduan dan Pemulihan Layanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 13	Mahasiswa mampu mengevaluasi Loyalitas dan Retensi Pelanggan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
	Sub-CPMK 14	Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang Pulling the Pieces Together: Menciptakan Budaya Pelayanan Kelas Dunia dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik
Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK		

	Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPM K 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPM K 6	Sub-CPM K 7	Sub-CPM K 8	Sub-CPM K 9	Sub-CPM K 10	Sub-CPM K 11	Sub-CPMK 12	Sub-CPMK 13	Sub-CPM K 14
CPL 3	✓		✓							✓	✓		✓	✓
CPL 4						✓		✓	✓					
CPL 6		✓		✓	✓		✓	✓				✓		
Deskripsi Singkat MK	<p>Dalam mata kuliah ini akan dijelaskan mengenai pemasaran bisnis jasa. Diharapkan melalui mata kuliah, mahasiswa dapat terlatih untuk berfikir secara sistematis dan komprehensif dalam melihat persoalan pemasaran bisnis jasa. Jasa semakin mendominasi perekonomian dunia, diketahui bahwa tanpa adanya pengelolaan bisnis jasa, maka daya saing produk di pasar akan menurun. Mahasiswa akan memperoleh materi mengenai konsep dan teknik dalam mengelola bisnis jasa serta memasarkan jasa. Di dalamnya akan dibahas kerangka kerja dan prosedur analitis dalam mengelola bisnis jasa.</p>													
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Pelayanan 2. Sektor jasa: supersektor dan pertimbangan etis 3. Perbedaan mendasar antara barang dan jasa serta perilaku konsumen jasa 4. Proses pemberian layanan 5. Penetapan Harga Layanan 6. Mengembangkan Strategi Komunikasi Layanan 7. Mengelola Bukti Fisik Perusahaan 8. Orang sebagai Strategi: Mengelola Karyawan Bagian Pelayanan 9. Orang Sebagai Strategi: Mengelola Konsumen Jasa 10. Mendefinisikan dan Mengukur Kepuasan Pelanggan 11. Mendefinisikan dan Mengukur Kualitas Pelayanan 12. Mengelola Pengaduan dan Pemulihan Layanan 13. Loyalitas dan Retensi Pelanggan 14. Pulling the Pieces Together: Menciptakan Budaya Pelayanan Kelas Dunia 													
Pustaka	<p>Utama</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA. <p>Pendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lupiyoadi, Rambat, 2013, Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Salemba Empat 2. Tjiptono, Fandy, 2014, Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian, Edisi Pertama, ANDI OFFSET 													
Dosen Pengampu	Deny Danar Rahayu, SE., M.Si													
Matakuliah syarat	Strategi Pemasaran													

Minggu Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa,		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu menyimpulkan tentang kontrak kuliah serta membuat kesimpulan tentang pengenalan layanan dari penjelasan dosen dan membaca literatur dengan baik	<p>a. Ketepatan memahami kontrak perkuliahan.</p> <p>b. Mampu menjelaskan tentang pelayanan dengan baik</p> <p>c. Mampu menjelaskan tentang Membingkai pengalaman pelayanan: Model Pelayanan dengan tepat</p> <p>d. Ketepatan dalam menjelaskan Mengapa mempelajari pelayanan</p>	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap	- Ceramah (150 menit)		<p>a) Kontrak perkuliahan :</p> <p>1) Pengantar umum perkuliahan</p> <p>2) Teknik perkuliahan</p> <p>3) Peraturan perkuliahan</p> <p>4) Penilaian</p> <p>5) Pembagian Kelompok</p> <p>Pengenalan Pelayanan</p> <p>1. Apa itu Service?</p> <p>2. Membingkai pengalaman pelayanan: Model Pelayanan</p> <p>3. Mengapa mempelajari pelayanan?</p>	0
2	Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang sektor jasa: supersektor dan pertimbangan etis dengan membaca literatur dan diskusi kelompok dengan baik	<p>1. Ketepatan dalam menjelaskan tentang apa itu pelayanan ekonomi?</p> <p>2. Mampu menjelaskan tentang pertimbangan Etika untuk Pemasar Jasa</p>	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	- Ceramah - Diskusi (150 menit)		<p>Sektor jasa: supersektor dan pertimbangan etis</p> <p>1. Apa itu pelayanan ekonomi?</p> <p>2. Pertimbangan Etika untuk Pemasar Jasa</p> <p>3. Apa itu Etika?</p> <p>4. Peluang Pelanggaran Etika dalam pemasaran Jasa</p>	10

		<p>3. Ketepatan dalam menjelaskan apa itu Etika</p> <p>4. Mampu menjelaskan tentang Peluang Pelanggaran Etika dalam pemasaran Jasa</p> <p>5. Ketepatan menganalisa tentang Isu-isu yang menimbulkan konflik etika</p> <p>a. Ketepatan dalam menjelaskan tentang Pengawasan dalam Etika Pengambilan Keputusan</p>				<p>5. Isu-isu yang menimbulkan konflik etika</p> <p>6. Pengawasan dalam Etika Pengambilan Keputusan</p>	
3	<p>Mahasiswa mampu membuat pengelompokan tentang Perbedaan mendasar antara barang dan jasa serta perilaku konsumen jasa dengan membaca literatur dan diskusi kelompok dengan tepat</p>	<p>1. Ketepatan dalam menjelaskan tentang Intangibility : induk Dari segala perbedaan unik</p> <p>2. Ketepatan dalam menjelaskan tentang Inseparability: Interkoneksi peserta pelayanan</p> <p>3. Ketepatan dalam menjelaskan tentang Heterogenitas: Variasi dalam pemberian pelayanan</p>	<p>Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap</p>	<p>- Ceramah</p> <p>- Diskusi</p> <p>(150 menit)</p>		<p>Perbedaan mendasar antara barang dan jasa serta perilaku konsumen jasa</p> <p>1. Intangibility : induk Dari segala perbedaan unik</p> <p>2. Inseparability: Interkoneksi peserta pelayanan</p> <p>3. Heterogenitas: Variasi dalam pemberian pelayanan</p> <p>4. Perishabilit: Menyeimbangkan Penawaran dan Permintaan</p> <p>5. Proses Keputusan Komsumen: Suatu Tinjauan</p> <p>6. Pertimbangan Khusus terkait Pelayanan</p>	5

		<p>4. Ketepatan dalam menjelaskan tentang Perishability: Menyeimbangkan Penawaran dan Permintaan</p> <p>5. Ketepatan dalam menjelaskan tentang Proses Keputusan Konsumen: Suatu Tinjauan</p> <p>6. Ketepatan dalam menjelaskan tentang Pertimbangan Khusus terkait Pelayanan</p>					
4	Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang Proses pemberian layanan dengan mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan tepat	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan dalam menjelaskan tentang Pemasaran dan operasi: Keseimbangan sangat penting • Kemampuan dalam menjelaskan tentang Didunia yang sempurna: Perusahaan Jasa akan menjadi efisien • Ketepatan dalam menjelaskan tentang Menerapkan model efisiensi pada Perusahaan Jasa • Kemampuan dalam menjelaskan tentang 	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> - Ceramah - Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Proses pemberian layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran dan operasi: Keseimbangan sangat penting • Didunia yang sempurna: Perusahaan Jasa akan menjadi efisien • Menerapkan model efisiensi pada Perusahaan Jasa • Seni membuat blueprint • Blueprint dan pengembangan produk baru: peran kompleksitas dan divergensi 	5

		<p>Seni membuat blueprint</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dalam menjelaskan tentang Blueprint dan pengembangan produk baru: peran kompleksitas dan divergensi 					
5	<p>Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang Penetapan Harga Layanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dalam menjelaskan tentang apa arti memberikan nilai • Mampu menjelaskan tentang Pertimbangan khusus dalam menetapkan harga layanan • Ketepatan dalam menjelaskan tentang strategi Penetapan Harga layanan • Mampu menjelaskan tentang beberapa pemikiran tentang penetapan harga layanan 	<p>Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ceramah - Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Penetapan Harga Layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apa arti memberikan nilai? • Pertimbangan khusus dalam menetapkan harga layanan • Strategi Penetapan Harga layanan • Beberapa pemikiran tentang penetapan harga layanan 	15
6	<p>Mahasiswa mampu Mengevaluasi tentang bagaimana Mengembangkan Strategi Komunikasi Layanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menjelaskan tentang Mengelola proses komunikasi pelayanan • Ketepatan menjelaskan tentang 	<p>Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ceramah - Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Mengembangkan Strategi Komunikasi Layanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengelola proses komunikasi pelayanan 	5

	dan diskusi kelompok dengan baik	<p>Tantangan khusus terkait strategi komunikasi pelayanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menjelaskan tentang Pedoman Khusus pengembangan komunikasi pelayanan • Ketepatan menjelaskan tentang Mengembangkan strategi komunikasi untuk penyedia pelayanan profesional 				<ul style="list-style-type: none"> • Tantangan khusus terkait strategi komunikasi pelayanan • Pedoman Khusus pengembangan komunikasi pelayanan • Mengembangkan strategi komunikasi untuk penyedia pelayanan profesional 	
7	Mahasiswa mampu membuat perencanaan bagaimana Mengelola Bukti Fisik Perusahaan dengan membaca literatur dan diskusi kelompok dengan tepat	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menjelaskan tentang Peran strategis bukti fisik • Ketepatan menjelaskan tentang Model SOR • Ketepatan menjelaskan tentang Pengembangan Servicescapes • Ketepatan menjelaskan tentang Mengelola senses dalam membuat Servicescapes 	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> - Ceramah - Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Mengelola Bukti Fisik Perusahaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peran strategis bukti fisik • Model SOR • Pengembangan Servicescapes • Mengelola senses dalam membuat Servicescapes 	5
8	Ujian Tengah Semester (UTS)						

9	Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang Orang sebagai Strategi: Mengelola Karyawan Bagian Pelayanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dalam menguraikan tentang Pentingnya petugas pelayanan • Ketepatan dalam menguraikan tentang Tekanan dan ketegangan alami pada personal petugas pelayanan • Ketepatan dalam menguraikan tentang Meluncurkan layanan dengan iklim yang tepat • Ketepatan dalam menguraikan tentang Peran Manajemen • Ketepatan dalam menguraikan tentang Teknologi Informasi dan penyedia layanan 	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Orang sebagai Strategi: Mengelola Karyawan Bagian Pelayanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pentingnya petugas pelayanan • Tekanan dan ketegangan alami pada personal petugas pelayanan • Meluncurkan layanan dengan iklim yang tepat • Peran Manajemen • Teknologi Informasi dan penyedia layanan 	5
10	Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang Orang Sebagai Strategi: Mengelola Konsumen Jasa dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> • Mampu menjelaskan tentang Konsumen ahli dan pemula sebagai bagian dari proses produksi • Mampu menjelaskan tentang Kinerja konsumen dan efisiensi operasional • Mampu menjelaskan tentang Kinerja 	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Orang Sebagai Strategi: Mengelola Konsumen Jasa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsumen ahli dan pemula sebagai bagian dari proses produksi • Kinerja konsumen dan efisiensi operasional • Kinerja konsumen dan teknologi informasi • Kepuasan konsumen dan kinerja konsumen 	5

		<p>konsumen dan teknologi informasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mampu menjelaskan tentang Kepuasan konsumen dan kinerja konsumen • Mampu menjelaskan tentang Analogi Theatrical • Mampu menjelaskan tentang Mengelola Scripts kinerja konsumen • Mampu menjelaskan tentang Mengelola Persepsi pelayanan konsumen • Mampu menjelaskan tentang Ketidak Terpisahkan konsumen dari pemasaran dan operasional 				<ul style="list-style-type: none"> • Antologi Theatrical • Mengelola Scripts kinerja konsumen • Mengelola Persepsi pelayanan konsumen • Ketidakterpisahan konsumen dari pemasaran dan operasional 	
11	<p>Mahasiswa mampu membuat penjelasan tentang definisi kepuasan pelanggan dan membuat kesimpulan tentang Mengukur Kepuasan Pelanggan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menguraikan tentang Pentingnya kepuasan pelanggan • Ketepatan menguraikan tentang Mengukur kepuasan pelanggan • Ketepatan menguraikan tentang Memahami 	<p>Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Mendefinisikan dan Mengukur Kepuasan Pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pentingnya kepuasan pelanggan • Mengukur kepuasan pelanggan • Memahami peringkat kepuasan pelanggan 	10

		<ul style="list-style-type: none"> peringkat kepuasan pelanggan • Ketepatan menguraikan tentang Kepuasan pelanggan: seberapa baikkah dikatakan cukup baik? • Ketepatan menguraikan tentang Apakah kepuasan pelanggan berarti retensi pelanggan? • Ketepatan menguraikan tentang Kepuasan pelanggan: melihat lebih dekat 				<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan pelanggan: seberapa baikkah dikatakan cukup baik? • Apakah kepuasan pelanggan berarti retensi pelanggan? • Kepuasan pelanggan: melihat lebih dekat 	
12	Mahasiswa mampu membuat penjelasan tentang definisi kualitas pelayanan dan membuat kesimpulan tentang Mengukur Kualitas Pelayanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan tepat	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menjelaskan tentang Apakah arti kualitas pelayanan? • Ketepatan menjelaskan tentang Mendiagnosa kesenjangan kegagalan dalam kualitas pelayanan • Ketepatan menjelaskan tentang Mengukur Kualitas pelayanan: dengan 	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Mendefenisikan dan Mengukur Kualitas Pelayanan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apakah arti kualitas pelayanan? • Mendiagnosa kesenjangan kegagalan dalam kualitas pelayanan • Mengukur Kualitas pelayanan: dengan skala pengukuran SERVQUAL • Sistem informasi kualitas pelayanan 	15

		skala pengukuran SERVQUAL <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menjelaskan tentang Sistem informasi kualitas pelayanan 					
13	Mahasiswa mampu mengevaluasi tentang bagaimana Mengelola Pengaduan dan Pemulihan Layanan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menguraikan tentang Psikologi perilaku keluhan pelanggan • Ketepatan menguraikan tentang Mengembangkan Program manajemen pemulihan layanan • Ketepatan menguraikan tentang Seni Pemulihan Layanan: Aturan dasar praktis 	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi (150 menit)		Mengelola Pengaduan dan Pemulihan Layanan <ul style="list-style-type: none"> • Psikologi perilaku keluhan pelanggan • Mengembangkan Program manajemen pemulihan layanan • Seni Pemulihan Layanan: Aturan dasar praktis 	5
14	Mahasiswa mampu mengevaluasi Loyalitas dan Retensi Pelanggan dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menjelaskan tentang Apa arti loyalitas pelanggan? • Ketepatan menjelaskan tentang Apa arti retensi pelanggan? • Ketepatan menjelaskan tentang Keuntungan dari retensi pelanggan • Ketepatan 	Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi (150 menit)		Loyalitas dan Retensi Pelanggan <ul style="list-style-type: none"> • Apa arti loyalitas pelanggan? • Apa arti retensi pelanggan? • Keuntungan dari retensi pelanggan • Program retensi pelanggan • Manajemen Defection: Mengembangkan budaya Nol Defection 	5

		<p>menjelaskan tentang Program retensi pelanggan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menjelaskan tentang Manajemen Defection: Mengembangkan budaya Nol Defection 					
15	<p>Mahasiswa mampu membuat kesimpulan tentang Pulling the Pieces Together: Menciptakan Budaya Pelayanan Kelas Dunia dengan membaca literatur, mengamati lingkungan sekitar dan diskusi kelompok dengan baik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mampu menjelaskan tentang Hambatan terhadap pelayanan kelas dunia: departementalisasi dan fungsionalisme • Mampu menjelaskan tentang Mengembangkan budaya pelayanan • Mampu menjelaskan tentang Strategi yang memfasilitasi perubahan budaya 	<p>Kriteria: Kehadiran, Keaktifan, Sikap,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi <p>(150 menit)</p>		<p>Pulling the Pieces Together: Menciptakan Budaya Pelayanan Kelas Dunia Pengendalian</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hambatan terhadap pelayanan kelas dunia: departementalisasi dan fungsionalisme • Mengembangkan budaya pelayanan • Strategi yang memfasilitasi perubahan budaya 	10
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						

Metode Assessment

Mata Kuliah	Jenis Kurikulum	Jenis Assessment	Metode Assessment
-------------	-----------------	------------------	-------------------

Pemsaran Jasa	Advance	1.Diagnostic (Kehadiran, Keaktifan, Sikap) 2.Formativ (Tes/Kuis per materi/ pertemuan) 3.Summativ (UTS dan UAS)	Independent Study 1. Presentasi 2. Tes Tertulis 3. Laporan Studi Kasus
---------------	---------	---	---

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

Bobot Penilaian Setiap Bentuk Asesmen

- Kinerja Individu / Presentasi: 20 %
- Kinerja Tim / Tugas Besar: 20%
- UTS: 20 %
- Tugas : 15%
- UAS: 25%

Skenario Kasus

No	Pertemuan /BAB/Chapter	Kasus	Textbook	Halaman
1	BAB 1	The Twins' First Service Encounter	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	23
2	BAB 2	The Conundrum: Sears Auto Centers	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	53
3	BAB 3 & BAB 4	1. Online Air Travel: Expedia, Orbitz, and Travelocity Lead the Pack 2. United Attempts to Crack the Non-business Market	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	82 & 106
4	BAB 5	Build-A-Bear Workshops: Calculating the Service Cost per Bear	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	139
5	BAB 6	MDVIP: Become a Priority, Not Just a Patient	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	166
6	BAB 7	Developing a Communication Strategy: Ultimate Escapes	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases,	196

			Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	
7	BAB 8	Developing an Orthodontic Servicescape: Dr. Crane's Dilemma	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	224
8	BAB 9	Recruitment Cost Savings in the Gaming Industry	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	255
9	BAB 10	You Decide How Much Meals Are Worth, Restaurants Tell Customers	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	282
10	BAB 11	The Crestwood Inn	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	314
11	BAB 12	Service Quality at the Remington Hotel	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	342
12	BAB 13	Part I : Is This Any Way to Run an Airline?	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	370
13	BAB 14	The Mandalay Bay Conundrum	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	403
14	BAB 15	Assessing Your College's Culture: Go for a Culture Walk	Hoffman, K. Douglas & John E.G. Bateson. 2010. Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases, Fourth Edition. Cengage Learning South Western. USA.	432

Rubrik Penilaian

Rubrik Penilaian Presentasi					
Nomor Kelompok:					
Nama/NIM Anggota:					
1					
2					
3					
4					
Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (SUB-CPMK) yang diases:					
Mata Kuliah :					
Kode Mata Kuliah:					
CP-MK	Kriteria	(45-49) <i>Inferior</i>	(50-59) <i>Average</i>	(60-74) <i>Good</i>	(75-100) <i>Excellent</i>
	<i>Sistematika makalah</i>	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang salah	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang benar tetapi tidak lengkap	Laporan disusun dengan sistematika penulisan yang benar dan lengkap	Laporan disusun dengan sistematika yang benar dan lengkap ditambah dengan informasi pendukung yang sesuai
	<i>Kejelasan dan keruntutan makalah</i>	Laporan tidak jelas, tidak sesuai dengan keruntutan penulisan	Laporan kurang jelas, kurang sesuai dengan keruntutan penulisan	laporan jelas, tetapi penulisan kurang runtut	laporan jelas, dapat dipahami, ditulis secara runtut

	<i>Kelengkapan isi makalah terkait analisis dan solusi pembahasan kasus</i>	Laporan tidak lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus tetapi disajikan tidak sistematis	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus serta disajikan secara sistematis	Laporan dengan lengkap menyampaikan analisis dan solusi pembahasan kasus, disajikan secara dan ditambah informasi pendukung
	<i>Susunan dan kelengkapan materi presentasi</i>	Materi presentasi tidak lengkap dan tidak disusun secara urut ataupun logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut, namun kurang logis	Sebagian besar materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis	Materi presentasi lengkap dan disusun secara terurut dan logis
	<i>Penyajian materi yang disampaikan</i>	Materi tidak lengkap dan disajikan tidak relevan	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan tetapi disajikan dengan tidak menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik	Materi yang disampaikan lengkap dan relevan serta disajikan dengan menarik dan sistematis
	<i>Penguasaan materi presentasi</i>	Presenter tidak/ sebagian besar tidak menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai sebagian materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan	Presenter menguasai materi presentasi yang disampaikan dan mampu mengaitkan dengan informasi yang relevan
	<i>Kemampuan menjawab pertanyaan</i>	Presenter tidak mampu menjawab pertanyaan audiens	Presenter menjawab pertanyaan audiens dengan kurang baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan baik	Presenter mampu menjawab pertanyaan audiens dengan sangat baik

	<i>Kemampuan presentasi</i>	Presentasi disampaikan dengan tidak/ kurang menarik	Presentasi disampaikan dengan cukup menarik	Presentasi disampaikan dengan menarik	Presentasi disampaikan dengan sangat menarik
	<i>Kecepatan dan kejelasan penyampaian materi</i>	Materi disampaikan dengan tempo cepat dan pengucapannya kurang jelas	Materi disampaikan dengan tempo cepat dengan pengucapannya yang jelas	Materi disampaikan dengan tempo tepat dan pengucapannya kurang jelas	Materi disampaikan dengan tempo tepat dengan pengucapannya yang jelas

Rubrik Penilaian Kinerja Individu di dalam Tim

Rubrik Penilaian Kinerja Individu di dalam Tim					
Nomor Kelompok:					
Nama/NIM Anggota:					
1					
2					
3					
4					
Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub-CPMK) yang diases:					
Mata Kuliah :					
Kode Mata Kuliah:					
Sub CP-MK	<i>Kriteria</i>	(45-49)	(50-59)	(60-74)	(75-100)
		<i>Inferior</i>	<i>average</i>	<i>Good</i>	<i>Excellent</i>

	<i>Menerima masukan, berbagi informasi, dan mendengarkan anggota tim lainnya (rekan sejawat)</i>	Anggota tim kurang mau menerima masukan, berbagi informasi dan mendengarkan anggota tim lainnya	Anggota tim mau sebagian menerima masukan, berbagi informasi dan mendengarkan anggota tim lainnya	Anggota tim dengan baik menerima masukan, berbagi informasi dan mendengarkan anggota tim lainnya	Anggota tim dengan sangat baik menerima masukan, berbagi informasi dan mendengarkan anggota tim lainnya
	<i>Penyelesaian pekerjaan sesuai jadwal yang ditetapkan</i>	Anggota tim selalu terlambat dalam menyelesaikan tugas yang diberikan	Anggota tim sering terlambat dalam menyelesaikan tugas yang diberikan	Anggota tim jarang terlambat dalam menyelesaikan tugas yang diberikan	Anggota tim selalu tepat waktu dalam menyelesaikan tugas yang diberikan
	<i>Partisipasi dalam pekerjaan dengan penuh tanggung jawab</i>	Anggota tim tidak berpartisipasi dalam pekerjaan	Anggota tim berpartisipasi dalam pekerjaan tetapi tidak dengan penuh tanggung jawab	Anggota tim berpartisipasi dalam pekerjaan dengan penuh tanggung jawab	Anggota tim berpartisipasi dalam pekerjaan dengan penuh tanggung jawab dan berdedikasi
	<i>Respon terhadap setiap anggota tim lainnya</i>	Anggota tim kurang merespon anggota tim lainnya dalam pekerjaan	Anggota tim cukup merespon anggota tim lainnya dalam pekerjaan	Anggota tim merespon dengan baik anggota tim lainnya dalam pekerjaan	Anggota tim merespon dengan sangat baik anggota tim lainnya dalam pekerjaan
	<i>Kehadiran Individu</i>	12 pertemuan	13 pertemuan	14 pertemuan	15-16 pertemuan