

# Riset Pemasaran

UN

"Dalam persaingan bisnis yang amat ketat saat ini sangat dibutuhkan informasi yang cepat dan metode analisis yang akurat. Maksud penulisan buku ini—yaitu agar menjadi acuan dalam memahami gejala pasar dan selera konsumen—benar-benar terpenuhi."

Kwik Kian Gie

---

## Freddy Rangkuti

---

# Marketing Research Research Design for the Marketing



# Tujuan:

---

- Menyusun kerangka (framework)
- Mengetahui prosedur untuk memperoleh informasi
- Mengolah informasi untuk memecahkan masalah dan Mengambil keputusan

# Tipe Riset Desain

- Riset Eksplorasi
- Riset Konklusif
  - ➔ Riset Deskriptif
    - Design Cross Sectional
      - Single Cross-Sect
      - Multiple Cross-Sect
    - Design Longitudinal
  - ➔ Riset Kausal

# Riset Eksplorasi

- Tujuan untuk menjawab What
- Karakteristik: fleksibel, unstructured, sampel tidak terlalu banyak, analisis lebih bersifat kualitatif.
- Output: tentatif dan perlu dilanjutkan lebih detail
- Kegunaan: formulasi masalah, menentukan alternatif, membuat hipotesis, memperoleh gambaran, menentukan prioritas.

# Riset Konklusif

- Tujuan untuk menguji spesifik hipotesis dan hubungan berbagai variabel
- Karakteristik: formal dan terstruktur, sampel harus mewakili analisis kuantitatif
- Output: dapat memutuskan
- Kegunaan: masukan pengambil keputusan
- Riset konklusif dibedakan menjadi dua yaitu: Riset deskriptif dan riset kausal

# Riset Deskriptif

- Tujuan: menjelaskan karakteristik pasar
- Karakteristik: Hipotesis, desain penelitian terstruktur
- Metode: Data primer, sekunder & observasi
- Contoh:
  - Karakteristik konsumen dan variabel yang berkaitan (armada penjualan, market areas)
  - Estimasi segmentasi (kelompok konsumen)
  - Persepsi konsumen thp suatu produk untuk product/service development
  - Pengaruh variabel tertentu terhadap sales

# Riset Deskriptif

## 1. Desain Cross Sectional

Riset yang dilakukan pada saat tertentu

a. Single cross sectional design

b. Multiple cross sectional design

untuk mengetahui perubahan perilaku selama 5 tahun terakhir

## 2. Desain Longitudinal

Responden yang sama diukur secara terus menerus, dalam periode waktu tertentu.

# Riset Deskriptif ...

Merek yang dibeli	Survei Periode 1	Survei Periode 2
Merek A	200	200
Merek B	300	300
Merek C	500	500
TOTAL	1000	1000



# Riset Deskriptif ...

Merek yg dibeli pd Periode 1	Merek dibeli pd Periode 2			TOTAL
	A	B	C	
Merek A	100	50	50	200
Merek B	25	100	175	300
Merek C	75	150	275	500
TOTAL	200	300	500	1000

# Riset Kausal

- Tujuan: Mencari hubungan antara sebab dan akibat
  - Mengetahui var yang menjadi penyebab (IV) dan var yang menjadi akibat (DV)
  - Mengetahui hubungan atau keterkaitan antara variabel-variabel tersebut
- Karakteristik: Menguji var independen dan menggunakan var. kontrol

# Terima Kasih

---