

RISET PEMASARAN

Freddy Rangkuti

		PERPUSTAKAAN	
No. INV.			
Th. Angg.			Cat :
PARAP.			TGL.



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
bekerja sama dengan

Sekolah Tinggi Ekonomi IBII



KOMPAS GRAMEDIA

DAFTAR ISI

Daftar Tabel	xi
Daftar Diagram	xvii
Daftar Gambar	xix
Prakata	xxi
Kata Pengantar Kwik Kian Gie	xxv

BAB I PENDAHULUAN	1
--------------------------	----------

A. Tujuan Riset Pemasaran	1
B. Proses Pengambilan Keputusan	2
C. Klasifikasi Riset Pemasaran	4
Riset untuk Identifikasi Masalah	4
Riset untuk Pemecahan Masalah	4
D. Penyedia Jasa dan Produk untuk Riset Pemasaran	6
Penyedia Internal	6
Penyedia Eksternal	6
E. Proses Riset Pemasaran	7
Tahap 1 : Definisi Masalah	7
Tahap 2 : Merumuskan Kerangka Teori dan Pengembangan Pendekatan Masalah	8
Tahap 3 : Formulasi Desain Riset	8
Tahap 4 : Kegiatan Lapangan dan Pengumpulan Data	8
Tahap 5 : Persiapan dan Analisis Data	9
Tahap 6 : Pembuatan laporan dan Presentasi	9

BAB II PROSES DEFINISI MASALAH	10
A. Menentukan Komponen Riset Pemasaran	10
B. Peranan Teori dalam Aplikasi Riset Pemasaran	12
C. Masalah Riset Pemasaran	14
BAB III DESAIN RISET	15
A. Riset Eksplorasi	16
B. Riset Konklusif	16
Riset Deskriptif	17
Riset Kausal	24
BAB IV SUMBER DATA SEKUNDER	25
A. Keuntungan dan Kelemahan Data Sekunder	25
Keuntungan Data Sekunder	25
Kelemahan Data Sekunder	25
B. Jenis Sumber Data Sekunder	26
C. Aplikasi Penggunaan Data Sekunder	27
D. Cara Mengukur Potensi Pasar	28
BAB V RISET KUALITATIF	32
A. Perumusan Kategori	32
B. Strategi Riset Kualitatif	34
C. Model yang Dipakai dalam Riset Kualitatif	35
Pendekatan Secara Langsung	35
Pendekatan Secara Tidak Langsung	40
D. Observasi	42
BAB VI METODE SURVAI	45
A. Tipe-Tipe Survei	45
Wawancara Pribadi dengan Kuesioner	45
Wawancara dengan Menggunakan Telepon	45
Wawancara Melalui Surat	46
B. Teknik Pembuatan Kuesioner	46

Tujuan	46
Jenis Pertanyaan	47
Petunjuk Membuat Pertanyaan	48
C. Teknik Wawancara	50
Persiapan Wawancara	50
Latihan Wawancara	50
Pedoman Wawancara	50
D. Contoh Kuesioner	52
E. Instrumen Survei	54
Hierarki Pertanyaan	54
Strategi Survei	54
Desain Penjadwalan	54
Konstruksi Pertanyaan	54
F. Strategi Survei	58
G. Desain Penjadwalan	59
H. Konstruksi Pertanyaan	60
I. Cara memperoleh Informasi yang Benar	62
J. Pengujian Awal	62
BAB VII TEKNIK SKALA	64
A. Sifat Skala	64
Skala Nominal	65
Skala Ordinal	65
Skala Interval	65
Skala Rasio	65
B. Metode Skala	66
Skala Likert	66
Skala Guttman	67
BAB VIII CARA PENENTUAN PARAMETER DAN VARIABEL	70
BAB IX PERSIAPAN DATA DAN ANALISIS DATA AWAL	90
A. Persiapan Data	83

Editing	83
Koding	84
Proses Pemasukan Data	90
B. Prinsip-Prinsip Analisis Data Awal	90
Tujuan Pokok Penelitian	90
Analisis Data Awal	90
Tabel Frekuensi	91
Tabel Silang	91
Tabel Silang dengan Variabel Kontrol	92
Extraneous Variable	93
Component Variable	94
Variabel Antara	95
Variabel Penahan (Suppressor Variables)	96
Variabel Pemutar (Distorter Variables)	97
Hubungan Bersyarat	98
Tabel yang Dihasilkan oleh Komputer	99
 BAB X ANALISIS DATA KUANTITATIF	 100
A. Proses Pengujian Hipotesis	101
B. Pengujian Hipotesis	102
Pengujian Hipotesis Satu Variabel	102
Pengujian Hipotesis Lebih dari Satu Variabel dari Rata-Rata	118
C. Analisis Varian (ANOVA)	119
Analisis Varian dengan Menggunakan Rata-Rata	119
Analisis Varian untuk RBD	124
Anova dengan adanya Interaksi (Factorial Designs)	130
D. Analisis Kovarian	135
E. Chi-Square	141
Cara Mengetahui Kekuatan Hubungan Antar-Variabel	141
Cross Tabulation	145
F. Analisis Regresi dan Korelasi	149
Regresi Berganda (Multiple Regression)	162
Korelasi	168
Uji Hipotesis dengan Satu Variabel	170

Uji Dua Variabel yang Bersifat Independen	171
Analisis Varian dan Kovarian	172
G. Multidimensional Scaling dan Analisis Conjoint	173
Analisis Conjoint, Membangun Stimuli	173
Bentuk Input Data	174
Model Analisis Conjoint	174
Hasil Analisis Conjoint	176
Koding Atribut	176
H. Pengujian Non Parametrik	178
McNemar Test	179
Cochran Q Test	183
Mann-Whitney U Test	186
Sign Test	189
Kruskal-Wallis H Test	191
Friedman Test	195
Wilcoxon Rank Sum Test For Two Groups	197
Spearman Rank-Order Correlation	198
BAB XI KASUS ANALISIS DATA	200
Model Pemilihan Kegiatan Bisnis yang Prospektif dan Pemilihan Lokasi	235
Rekomendasi Pemilihan Kegiatan Bisnis dan Lokasi yang Sesuai	239
Prapengujian Pemasaran	248
Pengujian Pemasaran	249
LAMPIRAN	259
Lampiran 1: Aplikasi Pemakaian spss For Windows Release	261
Lampiran 2: Daftar Istilah	301
Lampiran 3: Bilangan Random	309
Lampiran 4: Area Under the Normal Curve	317
Lampiran 5: T Distribution	318
Lampiran 6: Chi-Square Distribution	321
Lampiran 7: F Distribution	323
Daftar Pustaka	327
Penulis	329