

Proses Riset Pemasaran

Kriteria Riset Pemasaran

a. Relevan

Menghasilkan informasi yang dibutuhkan untuk merespon tantangan atau menyelesaikan masalah pemasaran yang dihadapi perusahaan.

b. Tepat Waktu

Hasil penelitian selesai tepat pada waktunya

c. Efisien

Setiap riset pemasaran harus memberikan nilai tambah lebih besar dari pada biaya yang telah dikeluarkan.

d. Obyektif

Agar hasil penelitian berkualitas baik, sehingga kesalahan interpretasi dapat dihindari

Proses Riset Pemasaran

1. Perumusan masalah

Riset hanya dapat dirancang secara sistematis untuk memberikan informasi berharga jika masalah yang dihadapi telah dirumuskan secara jelas dan akurat.

2. Penentuan desain riset

Desain riset merupakan kerangka atau cetak biru untuk melaksanakan proyek riset pemasaran, yang menjabarkan prosedur untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam memecahkan masalah riset pemasaran.

Komponen-komponen desain riset :

1. Menentukan desain riset pemasaran (eksploratoris, deskriptif atau kausal).
2. Menentukan informasi yang dibutuhkan.
3. Menetapkan prosedur pengukuran dan skala.
4. Menyusun dan melakukan pre-test terhadap kuesioner atau bentuk pengumpulan data lainnya.
5. Menetapkan proses sampling dan jumlah sample.
6. Menyusun rencana analisis data.

3. Perancangan metode pengumpulan data

- Apakah data harus dikumpulkan melalui observasi atau kuesioner ?
- Haruskah bentuknya terstruktur berupa alternatif jawaban yang telah ditentukan atau pertanyaan terbuka ? Haruskah tujuan penelitian disampaikan secara jelas kepada responden atau malah disamarkan ?

a. Kriteria data yang baik :

1. Obyektif (sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya)
2. Representatif
3. *Standard error harus kecil*
4. *Up to date*
5. Relevan

b. Klasifikasi data menurut :

1. Jenisnya : data kualitatif & data kuantitatif
2. Sifatnya : data diskrit & data kontinyu
3. Sumbernya : data internal & data eksternal
4. Cara memperolehnya : Primer & Sekunder
5. Menurut waktu pengumpulannya : data cross section & time series

c. Metode kuesioner meliputi :

- a. Wawancara pribadi
- b. Survey pos
- c. Telepon
- d. Panel
- e. Teknik wawancara kelompok

d. Perancangan sample dan pengumpulan data

Peneliti harus menspesifikasi kerangka sampling, proses pemilihan sample (berdasarkan pada metode sampling, baik *probability sampling* maupun *non probability sampling*), dan jumlah sample.

e. Analisis dan interpretasi data

Analisis data terdiri dari : editing, koding, tabulasi, analisis (misalnya uji statistik dan non statistik) dan interpretasi data.

f. Penyusunan laporan riset

Laporan riset merupakan rangkuman hasil, kesimpulan dan rekomendasi penelitian yang diserahkan kepada pihak manajemen untuk mendukung pengambilan keputusan.