

WIDYASTUTI
SANAJI
NINDRIA UNTARINI
TIAS ANDARINI INDARWATI

RISET PEMASARAN

TEKNIK ANALISIS DAN PENERAPANNYA



**PT Mitra Edukasi
dan Publikasi**

Riset Pemasaran: Teknik Analisis dan Penerapannya

Penulis:

Widyastuti

Sanaji

Nindria Untarini

Tias Andarini Indarwati



**PT Mitra Edukasi
dan Publikasi**

Riset Pemasaran: Teknik Analisis dan Penerapannya

Penulis:

Widyastuti
Sanaji
Nindria Untarini
Tias Andarini Indarwati

ISBN: 978-623-88809-7-3

Editor:

Utama Alan Deta

Desain Sampul dan Tata Letak:

Alfi Nurlailiyah

Penerbit:

PT Mitra Edukasi dan Publikasi

Anggota IKAPI No. 358/JTI/2022

Redaksi:

PT. Mitra Edukasi dan Publikasi
Griya Taman Asri AB/26,
Tawangsari, Taman, Sidoarjo 61257
WA: +62 895-4298-51500
IG: @edupartner.publishing
Email: edupartner.publishing@gmail.com
Website: <https://buku.edupartnerpublishing.co.id/>

Cetakan Pertama, November 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penulis dan penerbit.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya buku Riset Pemasaran. Buku ini terdiri dari tujuh bagian, terdiri dari Karakteristik Riset Pemasaran, Mendefinisikan Masalah, Desain Riset, Riset Kausal, Mengkonstruksi Kuesioner dan Menguji Kualitas Instrument, Teknik Pengambilan dan Menentukan Jumlah Sampel. Bagian akhir dari buku ini mengolah dan menganalisis data riset pemasaran meliputi Analisis Regresi, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Regresi Logistik, Analysis of Variance (ANOVA), ANOVA Dua Arah, Analisis Diskriminan, Cluster Analysis, Analisis Faktor, dan Analisis Konjoin.

Kami berharap buku ini mampu merespon perkembangan dunia Pendidikan terkini yang telah berubah cepat sehingga bermanfaat bagi para pembaca. Masukan positif yang memberi nilai penyempurnaan bagi pengembangan dan penyempurnaan buku ini tentu sangat diperlukan. Perubahan teknis yang tidak terdapat dalam buku ini mungkin terjadi akibat perubahan dinamis baik secara teoritis maupun praktis. Kami menerima saran dari berbagai pihak demi perbaikan kualitas buku ini.

Surabaya, November 2023
Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1. KARAKTERISTIK RISET PEMASARAN	1
1.1. Pengertian riset pemasaran.....	1
1.2. Jenis-Jenis Riset Pemasaran.....	2
1.3. Proses riset pemasaran.....	5
1.4. Peran riset pemasaran dalam pengambilan keputusan	7
BAB 2. MENDEFINISIKAN MASALAH.....	11
2.1. Proses Perumusan Masalah.....	11
2.2. Mendefinisikan masalah riset pemasaran.....	18
2.3. Komponen pendekatan	20
BAB 3. DESAIN RISET	28
3.1. Pendahuluan	28
3.2. Pengertian Desain Riset.....	28
3.3. Jenis-Jenis Desain Riset.....	29
BAB 4. RISET KAUSAL.....	37
4.1. Pendahuluan	37
4.2. Fenomena Kausalitas Dalam Bidang Pemasaran.....	37
4.3. Sumber-Sumber Invaliditas Dalam Penelitian Eksperimen	38
4.4. Jenis-Jenis Penelitian Eksperimen Dalam Riset Pasar.....	46
4.5. Desain Penelitian Kausal.....	49
BAB 5. MENGONSTRUKSI KUESIONER DAN MENGUJI KUALITAS INSTRUMEN.....	55
5.1. Desain Pertanyaan atau Kuesioner	55
5.2. Proses Merancang Kuesioner	55
5.3. Format Kuesioner	58
5.4. Desain Skala	59
5.5. Perluasan Skala dalam Riset Pemasaran	60
5.6. Metode Analisis.....	61
BAB 6. TEKNIK PENGAMBILAN DAN MENENTUKAN JUMLAH SAMPEL	68
6.1. Pengertian Sampel dan Populasi & Alasan Penggunaan	68
6.2. Populasi Sasaran.....	68
6.3. Kerangka Sampel	69

6.4.	Teknik Pengambilan Sampel.....	69
6.5.	Ukuran Sampel.....	74
BAB 7.	ANALISIS REGRESI.....	77
7.1.	Analisis Regresi Sederhana.....	77
7.2.	Analisis Regresi Linear Berganda	81
7.3.	Uji Asumsi Klasik	86
BAB 8.	REGRESI LOGISTIK	96
BAB 9.	ANALYSIS OF VARIANCE (ANOVA)	103
9.1.	Anova Satu Arah	103
9.2.	Anova Dua Arah	107
BAB 10.	ANALISIS DISKRIMINAN.....	115
10.1.	Pengertian analisis diskriminan.....	115
10.2.	Tahapan dalam analisis diskriminan	115
BAB 11.	CLUSTER ANALYSIS.....	124
BAB 12.	ANALISIS FAKTOR.....	134
12.1.	Pengertian analisis faktor	134
12.2.	Tujuan dan kegunaan analisis faktor	134
12.3.	Statistik dan Istilah yang berhubungan dengan Analisis Faktor	135
BAB 13.	ANALISIS KONJOIN	145
13.1.	Pengertian conjoint analysis.....	145
13.2.	Statistik dan Istilah (term) yang berkaitan dengan conjoint analysis.....	146
13.3.	Langkah-langkah conjoint analysis.....	147
DAFTAR PUSTAKA.....		160