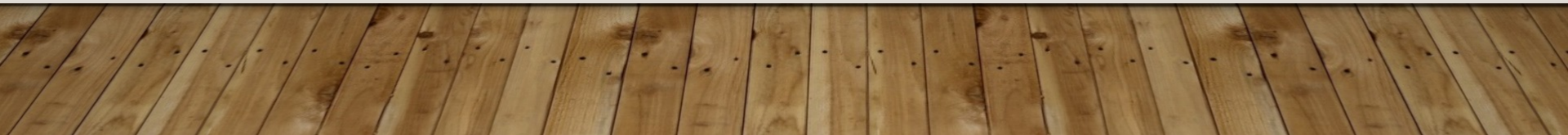


# RISET KONSUMEN

(MATERI-2)

---

PREPARED BY DRA.BINA DWARAWATI,M.SI,PSIKOLOG



# A. HAKEKAT RISET KONSUMEN

---

- Riset Konsumen adalah penelitian yang dikembangkan sebagai perluasan bidang riset pemasaran yang perhatiannya terfokus pada 'perilaku konsumen'
- Tujuan Riset Konsumen adalah untuk mengetahui sejauhmana perusahaan dapat menyediakan 'kebutuhan konsumen' akan suatu produk/jasa yang dapat mendatangkan 'kepuasan' bagi konsumen

## B.TUJUAN RISET KONSUMEN

---

1. Untuk mengetahui sejauhmana perusahaan dapat menyediakan '*kebutuhan konsumen*' akan suatu produk/jasa yang dapat mendatangkan 'kepuasan' bagi konsumen
2. Untuk mengetahui sejauhmana '*respon, persepsi, motivasi*' atas suatu produk/jasa yang ditawarkan
3. Untuk memperoleh data dan informasi yang sangat berguna terkait *perilaku konsumen* dan untuk memecahkan persoalan atau mengembangkan ilmu pengetahuan

- 
4. Untuk mengarahkan perilaku konsumen dalam rangka mendapatkan produk yang mereka butuhkan
  5. Sebagai basis untuk penelitian dan 'perlindungan konsumen' serta melengkapi informasi penting untuk keputusan kebijakan publik

## C. METODE DAN TEKNIK RISET KONSUMEN

---

### I. Riset Kuantitatif

Riset ini bersifat deskriptif dan digunakan oleh para peneliti untuk memahami pengaruh berbagai masukan promosi terhadap konsumen, sehingga memungkinkan para pemasar memprediksi perilaku konsumen, teknik yang digunakan :

- a. Observasi
- b. Experimental
- c. Survey

---

## 2. Riset Kualitatif

Riset ini digunakan untuk mendapatkan berbagai gagasan baru dalam rangka kampanye promosi. Pendekatan riset ini disebut *Interpretivisme* (*ide yang berasal dari tradisi (budaya tertentu)*). Teknik yang digunakan :

- a. Wawancara mendalam (dept interview)
- b. Kelompok Fokus
- c. Teknik Proyektif
- d. Analisa Metafora
- e. Pengukuran Fisiologis

## D. HAL PENTING DALAM MELAKUKAN RISET KONSUMEN

---

1. **Menyusun Riset** → hendaknya riset dibuat rancangan yang tepat agar dapat menjamin bahwa akan dapat membantu menentukan dan memberikan informasi yang berkualitas sesuai yang dibutuhkan
2. **Validitas dan Reliabilitas** → dalam rangka mengumpulkan data primer atau sekunder untuk tujuan tertentu
3. **Kategorisasi Spesifik** → untuk kepentingan observasi perlu dibuat kategorisasi untuk mencatat perilaku yang diamati, kemudian tentukan sampel sesuai prosedur penentuan jumlah, ukuran dan unit sampel yang digunakan

- 
- **Perilaku yang diteliti harus jelas** → menentukan dan memahami definisi dari perilaku yang diteliti
  - **Perlu ada inferensia peneliti/pengamat** → maksudnya penarikan kesimpulan dari peneliti sesuai dengan penelitian yang dilakukan
  - **Generalitas atau Daya Terap** → contohnya mengukur tentang perhatian (attentiveness) mahasiswa SI (variabel ini merupakan salah satu variabel inti dalam pengukuran prestasi belajar (dengan cara mengamati mahasiswa mengerjakan tugas-tugas))

- 
- **Membuat Laporan hasil riset** → berisi kesimpulan hasil riset, didasarkan pada data asli dari fenomena yang dipelajari
  - *Penelitian yang berhasil adalah tidak hanya menemukan atau menunjukkan sifat-sifat dari kategori tertentu yang saling mempengaruhi, tapi juga penjelasan secara teori untuk memahami permasalahan di sekitar kita.*

## E. MANFAAT RISET KONSUMEN

---

- **Pendidikan dan perlindungan pada konsumen** → berguna untuk mengarahkan konsumen dalam rangka mendapatkan produk yang mereka butuhkan
- **Pembuatan Kebijakan Publik** → melindungi konsumen melalui pembatasan dalam ekkutan monopoli dan praktek dagang yang tidak jujur
- **Kepentingan pemasaran** → pada proses perencanaan penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, jasa yang akan menciptakan saling menuntungkan sevcara indivuidu maupun organisasi

- 
- **Bermanfaat untuk kepentingan para pemasar →** meramalkan reaksi konsumen terhadap berbagai program pesan promosi yang disampaikan
  - Untuk **memahami cara konsumen mengambil keputusan →** membeli/menggunakan barang/jasa (melalui pelayanan prima dan kualitas yang baik)
  - **Pemasar bisa merancang strategi pemasaran →** yang lebih baik dan terus melakukan inovasi

---

❖ *Terima Kasih*