

Prinsip dasar dari buku teks ini adalah mengerti pelanggan Anda dan mengupayakan yang terbaik dalam memberikan nilai dan jasa kepada mereka. Kami telah berupaya keras untuk mengikuti prinsip penting ini. Dalam pasar global yang cepat berubah saat ini, efektifitas biaya, akurasi dan ketepatan waktu sebuah keputusan pemasaran menjadi kritis. Praktik riset pemasaran, pada gilirannya, mengalami perubahan sangat besar dalam teknologi dan metodologi guna memenuhi kebutuhan informasi para pembuat keputusan. Salah satu cara yang kami upayakan dalam memberikan nilai kepada Anda adalah dengan memasukkan perubahan besar ini dalam edisi ke 4 ini.

Buku ini akan tampak akrab dan nyaman bagi Anda dalam banyak aspek serta segar dan menggairahkan dalam aspek lainnya. Buku ini akan selalu menyatakan perlunya fondasi riset yang kokoh dengan terus-menerus menyajikan cakupan mendalam dari metode riset fundamental dan peralatan kuantitatif tradisional. Buku ini menonjolkan aplikasi dunia nyata dari riset pemasaran yang telah dipelajari penulis selama bertahun-tahun dalam industri riset. Singkat kata, dalam iklim bisnis saat ini—dan dalam edisi ini—apa yang dilakukan pembuat keputusan terhadap riset sama pentingnya dengan bagaimana melakukan riset.

Edisi ini dipenuhi dengan isi dan keistimewaan baru. Sebagai contoh, setiap bab menyajikan banyak kesempatan untuk meneliti dan menggunakan Internet dalam riset pemasaran. Kami telah melindungi diri dari kemungkinan ketinggalan zaman dengan menyajikan pembaruan secara kontinu pada situs Internet kami: mcdaniel.swcollege.com.

Seperti pada edisi yang lalu, kami telah melakukan semua yang dapat kami perbuat agar persiapan kelas dan mengajar menjadi lebih mudah bagi Anda dengan menawarkan paket suplemen terpadu yang berisikan banyak macam materi tambahan. Tujuan kami adalah memfasilitasi kegiatan mengajar Anda sambil menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan menggairahkan bagi mahasiswa.

Riset pemasaran kontemporer edisi ke 4 hebat.

Riset pemasaran kontemporer edisi ke 4 adalah pilihan terbaik bagi Anda dan bagi mahasiswa Anda. Berikut ini adalah alasannya:

Cakupan Internet yang seimbang

Kami menjelaskan bagaimana periset pemasaran saat ini berhasil menggunakan riset pemasaran dan juga ketika semua tidak berjalan seperti apa yang sudah direncanakan. Internet dicakup bilamana relevan dan bilamana sesungguhnya dipakai pada riset pemasaran di dunia nyata. Kami menghindari penggunaan Internet yang berlebihan dan tidak akan mengorbankan prinsip inti dari riset pemasaran yang telah mendasari edisi sebelumnya.

Setiap bab dimulai dengan sebuah ikhtisar bergaya kasus dari situasi hidup nyata, dan pada sebagian besar cerita ini dilakatkan sebuah tajuk bernama *Menemukan lebih dalam tentang* alat bantu belajar ini adalah latihan singkat dan terbimbing, di mana siswa diberikan URL untuk menjelajah agar mengerti lebih baik perusahaan atau topik yang disajikan dalam kasus. Sebagai contoh, pada sketsa pembuka tentang toko-toko Galyan's Sporting Goods kami menghimbau siswa untuk: *Menemukan lebih dalam tentang* lokasi