

**P**rinsip dasar dari buku teks ini adalah mengerti pelanggan Anda dan mengupayakan yang terbaik dalam memberikan nilai dan jasa kepada mereka. Dalam pasar global yang cepat berubah saat ini, efektivitas biaya, akurasi, dan ketepatan waktu suatu keputusan pemasaran menjadi kritis. Praktik riset pemasaran, pada gilirannya, mengalami perubahan sangat besar dalam teknologi dan metodologi guna memenuhi kebutuhan informasi para pembuat keputusan. Satu cara yang kami upayakan dalam memberikan nilai kepada Anda adalah dengan memasukkan perubahan besar ini ke dalam edisi ke-4 ini.

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

- **Cakupan Internet yang Seimbang**  
Cakupan Internet tidak dibatasi pada buku teks saja. Sumber-sumber on-line meliputi situs Internet yang dikhususkan untuk teks ini ada di: <http://mcdaniel.swcollege.com>, <http://mktresearch.swcollege.com>
- **Melanjutkan Fokus pada Pengguna Riset**  
Umpan balik pembaca dari edisi sebelumnya telah memberitahu kami untuk mempertahankan fokus pada pengguna riset dalam buku ini. Oleh karena itu, kami melanjutkan penyajian riset pemasaran melalui kacamata manajer pemakai, dan mungkin pembeli, mengenai informasi riset pemasaran.
- **Ketika mereka mengetahui bahwa contoh-contoh dalam buku ini adalah nyata, maka siswa ingin belajar dan kemudian kembali untuk memperdalam.**  
Roger Gates mengambil cuti mengajar untuk bertugas sebagai presiden dari DSS Marketing Research, organisasi yang tumbuh pesat di tengah perubahan besar dalam teknologi riset pemasaran. Pengalaman Roger pada pasar riset pemasaran yang sangat kompetitif seperti saat ini merupakan sumber dari banyak contoh kontemporer yang berorientasi pada siswa.
- **Edisi keempat ini memuat bab-bab baru, di antaranya:**
  - Intelijen kompetitif
  - Pengelolaan fungsi riset pemasaran dan etika riset pemasaran
  - Dilema etik seluruhnya baru
  - Semua kotak Internet baru
  - Sketsa pembuka
  - Alamat Internet kasus pembuka
  - Penekanan baru pada globalisasi dan semua lampiran bersifat global dan baru
  - Cerita perang riset pemasaran
  - Latihan Internet pada akhir bab
  - Fitur baru untuk membantu siswa mengintegrasikan kegiatan riset pemasaran dengan kegiatan lainnya dalam organisasi.
- **Pedagogi yang telah teruji di kelas membuat siswa mengerti:**
  - Tujuan Pengajaran
  - Sketsa Pembuka
  - Kotak (Icon) di dalam bab
  - Cerita Perang
  - Ikhtisar bab yang padat dan jelas
  - istilah kunci dan definisi
  - Pertanyaan untuk pengulangan dan berpikir kritis
  - Bekerja dengan Internet
  - Kasus singkat riset pemasaran nyata.

**THOMSON**  
LEARNING



**Penerbit  
Salemba Empat**

<http://www.thomsonlearning.com>  
<http://www.salembaempat.com>



# RISET PEMASARAN KONTEMPORER

CARL McDANIEL  
ROGER GATES



INVENTA  
**STIE**

No. Reg : 2

ISBN 979-691-087-X



9 789796 910878