

## Ujian Tengah Semester 2012/2013

<b>Mata Ajar</b>	<b>: Metoder Riset Bisnis</b>
<b>Pengajar</b>	<b>: Maeyta Selli/Imam Salehudin/Rachmadi Triono/ Rambat Lupiyoadi</b>
<b>Tanggal</b>	<b>: Kamis, 25 Oktober 2012</b>
<b>Lama</b>	<b>: 150 Menit</b>
<b>Sifat</b>	<b>: <i>Closed Book</i></b>

### Soal 1

Amir bekerja pada salah satu firma konsultan riset pemasaran ternama di Indonesia. Ia ditugaskan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh salah satu klien, yakni Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Instansi tersebut telah menjalankan kampanye 100% Cinta Indonesia sejak tahun 2009 dengan tujuan untuk meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen Indonesia terhadap produk dalam negeri. Untuk melakukan hal tersebut, Kementerian Perdagangan telah mendesain sebuah logo yang menunjukkan tagline 100% Cinta Indonesia dan meluncurkan serangkaian iklan yang menampilkan logo tersebut pada berbagai media, seperti televisi dan billboard. Kampanye ini juga bekerja sama dengan PT. Kereta Api Indonesia untuk menampilkan logo tersebut di dalam gerbong kereta api eksekutif dan dengan PT. Garuda Indonesia untuk menampilkan potongan iklan kampanye 100% Cinta Indonesia dalam *in-flight movie* mereka.

Meskipun sudah berjalan tiga tahun, tidak diketahui bagaimana dampak kampanye tersebut terhadap konsumen Indonesia. Sementara itu, kampanye ini terus menghabiskan anggaran Negara yang dialokasikan setiap tahun. Oleh karena itu, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sebagai klien menginginkan Amir untuk mengukur dampak kampanye 100% Cinta Indonesia yang telah berjalan hampir tiga tahun terhadap minat beli dan loyalitas konsumen Indonesia terhadap produk dalam negeri. Untuk itu, Amir berencana untuk menggunakan konsep AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) dalam mengukur dampak kampanye 100% Cinta Indonesia terhadap minat beli dan loyalitas konsumen Indonesia terhadap produk dalam negeri (Clue : perhatikan apakah minat beli dan loyalitas sudah tercakup dalam konsep AIDA)

Coba anda identifikasi model yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Jika jenis kelamin menjadi variable *moderating*, jelaskan bagaimana peran variable jenis kelamin dalam masalah ini? Bagaimana model awal penelitian berubah dengan adanya variable moderating jenis kelamin?

Susunlah sebuah desain riset yang dapat menjawab persoalan Amir dalam meneliti masalah 100% Cinta Indonesia. Desain riset sekurang-kurangnya mengandung: hipotesis

### ***Improvement Is A Proof!***

untuk penelitian ini, konsep-konsep yang digunakan dan operasionalisasinya, instrument untuk mengukur variable yang perlu diukur dan teknik pemilihan sampel yang dapat digunakan.

#### **Soal 2**

Manajer SDM pada PT. Diwangrana bermaksud mengidentifikasi hal-hal apa saja yang menjadi determinan efektif tidaknya kelompok kerja salesman di perusahaan tersebut. Dua factor yang berhasil diidentifikasi adalah Jam supervise dan kualitas supervisor.

1. Bagaimana anda menyusun hipotesis yang tepat yang dibutuhkan dalam persoalan ini? Susunlah hipotesis-hipotesis tersebut. Mengapa anda menyusun dengan cara itu?
2. Jelaskan skala pengukuran yang digunakan pada masing-masing variable.

#### **Soal 3**

- a. Jelaskan perbedaan dari *Applied Research and Basic Research* dan berikan contoh masing-masing riset tersebut.
- b. Jelaskan arti *Deduction Reasoning & Induction Reasoning* sertakan contoh untuk tiap penjelasan Anda.
- c. Jelaskan perbedaan antara Probability Sampling dan Non-Probability Sampling? Yang Manakah yang lebih disukai oleh peneliti? Jelaskan pula **TIGA** Tipe Non-probability Sampling Techniques yang anda Ketahui.