Riset Pemasaran dan Konsumen

Buku ini terdiri dari dua bagian utama, bagian pertama membahas tentang prosedur melakukan riset pemasaran dan konsumen, bagian kedua membahas berbagai topik riset pemasaran dan konsumen berdasarkan kajian artikel yang diterbitkan di jurnal ilmiah. Buku ini dapat digunakan sebagai salah satu buku teks mata kuliah metode riset pemasaran dan konsumen untuk jenjang program sarjana, magister maupun doctor.

Setelah membaca buku ini diharapkan para mahasiswa dapat menulis proposal skripsi, tesis atau disertasidalam bidang riset pemasaran dan konsumen. Selain itu, juga sangat bermamfaat bagi para peneliti di lembaga pemerintah, swasta maupun perusahaan riset pemasaran dan konsumen. Penulis menulis berbagai topic dalam riset pemasaran dan konsumen secara lugas dan jelas sehingga dapat dijadikan sebagai ide dasar bagi para mahasiswa maupun praktisi peneliti dalam melakukan riset pemasaran dan konsumen, disamping itu juga dapat dijadikan sebagai paduan bagaimana melaksanakan riset pemasaran dan konsumen .

Didalamnya jadi lengkapi dengan contoh proposal riset dari mulai rumusan masalah sampai metode riset.