



**MODUL RISET PEMASARAN DAN BISNIS
(.....)**

**MODUL 8
MEMBUAT KUESIONER DAN FORMAT DESIGN**

**DISUSUN OLEH
RESMAN MUHARUL TAMBUNAN SE, MSi**

Universitas
Esa Unggul

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL
2020**

PENGANTAR

A. Kemampuan Akhir Yang Diharapkan

Setelah mempelajari modul ini, diharapkan mahasiswa mampu :

1. Mahasiswa mampu menguraikan masalah serta tujuan riset yang akan dilakukan
2. Mahasiswa mampu memahami jenis-jenis metode riset pasar yang praktis serta bisa menerapkannya sesuai dengan kebutuhan
3. Mahasiswa mampu memanfaatkan hasil riset pasar yang telah dilakukan sebagai bahan dalam proses pengambilan keputusan

B. Uraian dan Contoh

1. Visi dan Misi

Universitas Esa Unggul mempunyai visi menjadi perguruan tinggi kelas dunia berbasis intelektualitas, kreatifitas dan kewirausahaan, yang unggul dalam mutu pengelolaan dan hasil pelaksanaan Tridarma Perguruan Tinggi.

Untuk mewujudkan visi tersebut, maka Universitas Esa Unggul menetapkan misi-misi sebagai berikut :

- a. Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang bermutu dan relevan
- b. Menciptakan suasana akademik yang kondusif
- c. Memberikan pelayanan prima kepada seluruh pemangku kepentingan

2. Topik Perkuliahan

Konsep inti pemasaran sesungguhnya menekankan pada *identifikasi kebutuhan* konsumen, yang selanjutnya dibuat dan dikembangkan produk/jasa layanan yang mempertemukan kebutuhan konsumen tersebut dengan target perusahaan secara tepat. Proses identifikasi kebutuhan konsumen ini tentunya akan terus berlangsung karena pasar dan konsumen terus berkembang. Bagaimana kebutuhan konsumen ini diperoleh secara tepat? Diperlukan perangkat alat analisa yang ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan baik secara tahapan, metodologi, perolehan data, dan hasilnya secara ilmiah pula. Salah satu bidang ilmu terapan yang mengkombinasikan ilmu pemasaran dengan metodologi penelitian ini adalah riset pemasaran.

Riset pemasaran bukan monopoli para pelaku pasar saja, saat ini kebutuhan riset pemasaran pun merambah hingga organisasi non profit seperti partai politik. Seperti saat Pemilu 2004 yang lalu, beberapa partai politik merengkuh kemenangan melalui informasi karakteristik “pasar” calon pemilih saat menentukan tema dan pendekatan kampanye. Bahkan prediksi cepat dari salah satu lembaga survey

dengan metode Quick Count-nya, mampu memprediksi perolehan suara secara akurat.

Pembahasan riset pemasaran dibedakan dalam dua tujuan, yakni penelitian teoritis atau

2. ... serta menentukan metode riset pasar yang relevan
3. Macam-macam design riset dan menentukan design yang digunakan dalam riset pasar
4. Desain penelitian eksploratif sekunder data yang diperoleh dari diskusi kelompok terarah (FGD: focus group discussion)
5. Desain penelitian eksploratif penelitian kualitatif yang diperoleh dari diskusi kelompok terarah (FGD: focus group discussion)
6. Desain penelitian deskriptif dan observasi
7. Pelaksanaan eksperimen desain penelitian kausal

Penelitian teoritis cenderung lebih ketat dalam sistematika pelaporan risetnya. Sedangkan penelitian terapan, baik dilakukan oleh praktisi maupun akademisi, cenderung lebih praktis. Namun keduanya dapat memiliki kompleksitas masalah dari yang paling sederhana hingga yang cukup rumit. Buku ini dibahas berdasar pendekatan penelitian terapan, yang lebih bertujuan pada pengambilan keputusan pemasaran secara praktis. Untuk topik-topik perkuliahan sebelum UAS adalah :

8. mempraktikkan pengukuran dan penskalaan dasar dan penskalaan komparatif
9. mempraktikkan pengukuran dan penskalaan: teknik penskalaan nonkomparatif
10. Membuat kuisisioner dan format desain
11. Melakukan sampling desain berdasarkan prosedur yang tepat
12. Menyusun persiapan data dalam riset pasar
13. Membuat distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan pengujian hipotesis
14. Memahami dan dapat melakukan analisa berdasarkan korelasi dan regresi

Deduksi membahas tentang pengertian, hukum silogisme, prinsip deduksi, dan susunan premis yang benar. Penalaran deduktif membahas tentang pengertian penalaran deduktif, struktur proposisi yang benar dan silogisme yang valid. Induksi membahas tentang pengertian, sifat dan faktor-faktor probabilitas penentu induksi.

Penalaran induktif membahas tentang generalisasi, analogi, komparasi, hubungan dan metode induktif serta bentuk-bentuk kesesatan. Menyusun konsep membahas tentang penyusunan konsep menggunakan deduksi dan induksi. Sarana berpikir ilmiah membahas tentang bahasa, matematika dan statistika. Review logika membahas tentang hakekat deduksi dan induksi

3. Buku Referensi dan Komponen Penilaian

Mata kuliah Riset pemasaran dan Bisnis memiliki tujuan perkuliahan yang harus diwujudkan dalam satu semester perkuliahan. Adapun tujuan perkuliahan yang dimaksud



- m. tabulasi silang, dan pengujian hipotesis
- n. Memahami dan dapat melakukan analisa berdasarkan korelasi dan regresi

Untuk mencapai tujuan tersebut, mata kuliah Riset Pemasaran dan Bisnis menggunakan berbagai buku referensi tentang Riset pemasaran. Ada beberapa buku yang direkomendasikan untuk dipelajari, yakni :

- a. Marketing Research for Beginner karangan Prima Ariestonandri
- b. Marketing Research Kit For Dummies karangan Michael R. Hyman, PhD

Untuk penilaian akhir, komponen nilai yang digunakan terdiri dari kehadiran, UTS, UAS dan penugasan. Dalam kuliah *online* komponen penugasan ditambah dengan kuis, sedangkan komponen kehadiran tidak diperhitungkan karena ditekankan pada aspek aktivitas di *website*. Adapun proporsi penilaiannya sebagai berikut :

- a. UTS = 30 %
- b. UAS = 30 %
- c. Kuis = 20 %
- d. Tugas = 20 %



A. Kemampuan Akhir Yang Diharapkan

Setelah mempelajari modul ini, diharapkan :

1. Menyebutkan pengertian konsep dasar dari riset pemasaran menurut ahli riset pemasaran dengan benar.
2. Menguraikan ruang lingkup riset pemasaran dengan benar.

B. Uraian dan Contoh


Definisi Kuesioner Penelitian

Kuesioner atau sering juga dikenal dengan istilah angket merupakan salah satu instrumen pengumpul data paling populer yang digunakan dalam penelitian



tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. **Kuesioner** adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap,

keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

- 
1. Untuk mengumpulkan informasi sebagai bahan pertimbangan.
 2. Untuk menjamin validitas informasi yang diperoleh dengan metode lain.
 3. Pembuatan evaluasi program bimbingan.
 4. Untuk mengambil sampling sikap/pendapat dari responden.

Jenis – Jenis Pertanyaan Dalam Kuesioner

Ada tiga jenis

3. Setuju;
4. Tidak Setuju; dan
5. Sangat Tidak Setuju.

Keuntungan Pertanyaan Dengan Jawaban Tertutup

Keuntungan pertanyaan dengan jawaban tertutup yaitu:

1. Jawaban-jawaban bersifat standar dan bisa dibandingkan dengan jawaban orang lain;
2. Jawaban-jawabannya jauh lebih mudah dikoding dan dianalisis, bahkan sering secara langsung dapat dikoding dari pertanyaan yang ada, sehingga hal ini dapat menghemat tenaga dan waktu;
3. Responden lebih merasa yakin akan jawaban-jawabannya, terutama bagi mereka yang sebelumnya tidak yakin;
4. Jawaban-jawaban relatif lebih lengkap karena sudah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti; dan
5. Analisis dan formulasinya lebih mudah jika dibandingkan dengan model kuesioner dengan jawaban terbuka.

Kelemahan Pertanyaan Dengan Jawaban Tertutup

Kelemahan pertanyaan dengan jawaban tertutup yaitu:

1. Jawaban-jawaban yang sudah ada sebelumnya mungkin sudah bagi responden yang tidak yakin;
2. Responden yang mereka tidak memahami masalah yang ditanyakan atau yang tidak sesuai dengan pertanyaan.



1.
2.

3.
4.
5.

Bagaimana pendapat Anda tentang kepemimpinan supervisor Anda?

Keuntungan Pertanyaan Dengan Jawaban Terbuka

Keuntungan pertanyaan dengan jawaban terbuka yaitu;

1. Memungkinkan responden untuk menjawab pertanyaan dengan jawaban yang mereka inginkan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui alasan-alasan yang mendasari jawaban tersebut. Hal ini memungkinkan peneliti akan mengetahui jawaban yang lebih detail; dan
2. Membolehkan responden untuk menjawab sedetil atau serinci mungkin atas apa yang ditanyakan peneliti. Dalam hal ini pendapat responden dapat diketahui dengan baik oleh peneliti.

Kelemahan Pertanyaan Dengan Jawaban Terbuka

Kelemahan pertanyaan dengan jawaban terbuka yaitu terlalu banyak variasi jawaban dari responden, sehingga akan menyulitkan peneliti dalam melakukan pengolahan atau analisis data

Pertanyaan Gabungan (jawaban tertutup dan terbuka)

Untuk

bebas.

Dalam mengolah data untuk model terakhir ini, bisa dilakukan pengelompokan ulang atas semua jawaban responden pada alternatif terbuka tadi. Atau bisa juga peneliti melihat ulang apakah jawaban responden yang

terakhir itu sebenarnya sudah termasuk ke dalam salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Dan jika ternyata jawabannya sama dengan salah satu alternatif jawaban yang tersedia namun dalam bahasa yang berbeda, peneliti bisa menganggapnya sebagai jawaban seperti pada alternatif yang tersedia tadi.

Contoh sebuah pertanyaan sederhana dengan alternatif jawabannya: Tujuan Anda berkunjung ke perpustakaan adalah: (1) mengerjakan tugas-tugas akademik; (2) mencari informasi akademik untuk kepentingan tugas dari dosen; (3) menambah wawasan; (4) menambah pengetahuan. (Responden menjawab dengan tulisan sendiri pada alternatif yang terbuka ini). Kita bisa melihat bahwa sebenarnya jawaban responden tersebut sama atau hampir sama dengan alternatif nomor (3) menambah wawasan.

Contoh lainnya yaitu;

Pekerjaan Anda:

1. Pegawai Negeri Sipil
2. TNI
3. Professional:
4. Dokter
5. Guru
6. lainnya (Sebutkan): _____

Syarat Membuat Kuesioner

Persyaratan lain dalam membuat kuesioner, antara lain adalah :

1. Relevansi kuesioner: Relevansi pertanyaan dengan tujuan studi, relevan pertanyaan dengan responden secara perorangan.
2. Relevansi pertanyaan dengan studi: betul
3. Relevansi pertanyaan dengan responden: betul.

Masalah Dalam Pengumpulan Data

Sebelum membuat kuesioner, ada baiknya peneliti mengantisipasi kemungkinan adanya kesalahan yang sering terjadi berkaitan dengan pelaksanaan pengumpulan data dari responden. Beberapa permasalahan yang mungkin dan bahkan sering terjadi dan bagaimana cara memperbaikinya adalah sebagaimana disarankan oleh Bailey (1987), sebagai berikut:

Merancang Kuesioner Penelitian

Merancang yaitu mendesain kuesioner yaitu suatu cara untuk membuat atau menyusun suatu kuesioner yang baik yang dapat mengumpulkan informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk menyusun kuesioner yang baik, peneliti perlu

yang tidak relevan. Umumnya, data yang tidak relevan dapat diidentifikasi dengan cara menganalisis jawaban yang tidak relevan, perbandingan dengan jawaban yang relevan, dan dengan cara lain seperti menggunakan karakteristik jawaban yang tidak relevan, dan cara lain (misalnya, format yang akan digunakan (pertanyaan tertutup atau pertanyaan terbuka, jawaban mengisi atau memilih dan sebagainya), cara koding data yang dikumpulkan dan cara tabulasinya (manual atau dengan komputer), cara [analisis data](#) yang nanti akan dilakukan dan lain-lain.

Bagian-bagian kuesioner ada 2 bagian pokok yaitu :

- a. Bagian Pengantar, yang terdiri atas penjelasan, tujuan kuesioner, identitas peneliti (dibuat cover) ; Tujuan kuesioner dibuat untuk menjelaskan pada responden mengenai tujuan pemberian kuesioner atau tujuan penelitian, data apa yang diharapkan, manfaat apa yang dapat diperoleh masyarakat dari hasil penelitian, ke

dikumpulkan. Misalnya pertanyaan mengenai agama atau status perkawinan yang kalau tidak memang perlu sebaiknya tidak ditanyakan.

Diluar identitas umum responden, adalah inti dari kuesioner itu sendiri yang berupa pertanyaan-pertanyaan mengenai data pokok yang diperlukan penelitian, yang kerangkanya telah lebih dahulu dibuat berdasarkan tujuan penelitian dan prasurvei sebelumnya.

Susunan Pertanyaan

Ada aturan umum dalam menyusun urutan pertanyaan yang dibuat, meskipun tidak mutlak, yakni sebagai berikut:

5. Gunakan pertanyaan yang mudah sebaiknya. Pertanyaan yang mudah sebaiknya menggunakan kata-kata yang sederhana dan langsung. Hindari penggunaan kata-kata yang ambigu atau yang dapat menimbulkan kebingungan. Pertanyaan yang baik adalah yang dapat dijawab dengan jawaban yang singkat dan jelas. Hindari pertanyaan yang bertele-tele atau yang mengandung jargon. Pertanyaan yang baik adalah yang dapat dijawab dengan jawaban yang singkat dan jelas. Hindari pertanyaan yang bertele-tele atau yang mengandung jargon. Pertanyaan yang baik adalah yang dapat dijawab dengan jawaban yang singkat dan jelas. Hindari pertanyaan yang bertele-tele atau yang mengandung jargon.
6. Gunakan pertanyaan secara singkat dan jelas, tidak bertele-tele.

Kegagalan - Kegagalan Dalam Membuat Kuesioner

Kegagalan – kegagalan dalam membuat kuesioner / angket yaitu:

Luncuran pertanyaan ganda: Jangan menanyakan satu masalah dengan dua pertanyaan yang berbeda. Misalnya: Apakah anda sering menggunakan alat kontrasepsi? Apakah anda sering menggunakan alat kontrasepsi?

2.

secara langsung dengan kata 'setuju'. Bisa dibayangkan bahwa jika semua pertanyaan dijawab dengan setuju.

4. Pertanyaan sensitif: Hati-hati dengan pertanyaan sensitif seperti contoh berikut: Anda pernah melakukan onani?; Anda pernah melakukan hubungan seks sebelum menikah?. Pertanyaan jenis ini termasuk kategori sensitif, bahkan kurang ajar.
5. Pertanyaan yang menakutkan: Contoh. Di daerah ini sering terjadi perampokan dan penodongan di malam hari. Bisa Anda sebutkan orangnya?; atau, Anda tentu mengetahui peristiwa pembunuhan yang terjadi beberapa waktu lalu di daerah ini, karena andalah yang paling dekat dengan tempat kejadian perkara (TKP). Kami datang untuk menyelidikinya, oleh karena itu tolong jawab dengan sejujurnya pertanyaan-pertanyaan kami.

Pengujian Validitas, Reabilitas Skor Kuesioner. Dan Teknik Pengolahan Data

Analisis dalam bidang ekonomi, khususnya jurusan manajemen dalam melakukan penelitian yang menggunakan label ins...



terhadap setuju dan setuju lebih tinggi terhadap ragu/netral, dan seterusnya.

Uji Validitas.

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya butir kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika butir pertanyaan kuesioner mampu

untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Pengukuran tingkat validitas

alpha 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel (r tabel tergantung dari taraf kepercayaan yang diinginkan yaitu $\alpha = 0,05$), maka pernyataan variabel tersebut dikatakan valid. Untuk melakukan analisis dengan submenu scale, pilihability dan reliability maka pilih Alpha.

4. Klik statistic, dan tampil windows reliability analysis statistic.
5. Bagian descriptive for pilih item, scale, scale if item deleted, dan correlation.
6. Kemudian klik continue.
7. Klik OK.

Dari analisis output pada uji reabilitas diatas, lihat kolom *corrected item-total correlation* merupakan nilai r hitung untuk masing-masing butir pertanyaan tiap variabel. Nilai r hitung masing-masing butir pertanyaan positif dan negatif dan nilainya lebih besar dari r tabel, maka disimpulkan butir pernyataan variabel di katakan valid.

2. Pengujian validitas juga dapat dilakukan dengan mencari korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dan total skor, dengan cara sebagai berikut:
 1. Pilih menu analyze, pilih submenu correlate, lalu bivariate.
 2. Kotak variabel diisi skor butir pertanyaan dan skor total (dilakukan satu per satu konstruk).
 3. Pilih coefisient correlation.
 4. Klik OK.

Uji Reliabilitas

Pengertian Reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban

diukur dengan pengukuran sekali saja, dan jawaban yang diberikan oleh responden dengan jawaban yang sama atau serupa. Untuk menguji reliabilitas, digunakan uji kuantitatif dengan menggunakan program SPSS (Statistical Package for the Social Science) dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Berikut langkah prosesnya:

1. Pilih menu analyze, pilih submenu scale, reliability analysis
2. Masukkan skor pernyataan tiap konstruk kedalam kolom items.
3. Kemudian pilih Alpha.
4. Klik statistic, dan tampil windows reliability analysis statistic.
5. Bagian descriptive for pilih item, scale, scale if item deleted, dan correlation.
6. Kemudian klik continue.
7. Klik OK.

Hasil cronbach alpha untuk konstruk sebesar 0,889 diatas 0,60, disimpulkan bahwa kontruk setiap variabel bersifat reliabel.

Teknik Pengolahan Data Kuesioner

Dalam sebuah penelitian, ada beberapa pengolahan data angket yang digunakan. Untuk contoh pengolahan data kuesioner atau angket pada makalah ini digunakan dalam pengolahan data adalah menggunakan angket skala likert dengan opsi jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Adapun Pemberian skor pada angket skala *Likert* untuk

pernyataan positif dan negatif dengan interval 1-4 seperti dinyatakan dalam tabel 3.7

Kriteria	Kategori
81-100 %	Sangat Kuat
61-80 %	Kuat
41-60 %	Cukup
21-40 %	Lemah
0-20 %	Sangat Lemah

[Riduwan, 2013: 89]

Hal – Hal Yang Harus Diperhatikan Dalam Merancang Kuesioner

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merancang kuesioner yaitu;

- a. Gunakan kalimat yang pendek dan sederhana (mudah dipahami)
- b. Gunakan kalimat yang efektif (tidak mengulang kalimat)
- c. Jumlah pertanyaan disesuaikan dengan kebutuhan (tidak terlalu banyak)
- d. Pastikan bahwa responden mempunyai pengetahuan yang diperlukan
- e. Pertanyaan detail digunakan sesuai dengan porsinya
- f. Hindari isu yang sensitif
- g. Meminimalisir bias

Kelebihan dan Kekurangan Kuesioner Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, kuesioner merupakan instrumen yang paling sering digunakan, karena kuesioner mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan alat pengumpul data yang lain.

Menurut Sukardi (2012) beberapa kelebihan kuesioner adalah sebagai berikut:

Dapat

beberapa kelemahan yang jika tidak diperhatikan oleh peneliti dapat menyebabkan kegagalan dalam mencari informasi yang diperlukan. Menurut Sukardi (2012) beberapa kelemahan kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

1. Peneliti tidak dapat melihat reaksi responden ketika memberikan informasi melalui isian kuesioner
2. Responden tidak memberikan jawaban dalam waktu yang telah ditentukan
3. Responden memberikan jawaban secara asal-asalan
4. Kembalinya kuesioner tergantung pada kesadaran responden dalam menjawab dan mengantar lewat kantor pos.

C. Daftar Pustaka

1. Marketing Research for Beginner karangan Prima Ariestonandri
2. Marketing Research Kit For Dummies karangan Michael R. Hyman, PhD