Pertemuan	:	2		
Pokok Bahasan	:	Riset Pemasaran		
Hari/ Tanggal	:			
2.1 Tujuan				

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan dapat:

- a. Memahami Definisi Riset Pemasaran
- b. Memahami Proses Riset Pemasaran
- c. Memahami Pendekatan Riset Pemasaran dan Metodologi Penelitian

2.2 Alat & Bahan

Buku referensi dan modul praktika

2.3 Dasar Teori

- a. Definisi Riset Pemasaran
- b. Proses Riset Pemasaran
- c. Pendekatan Riset Pemasaran dan Metodologi Penelitian

Tugas Kelompok: RISET PEMASARAN (Teknik Analisis Data: Regresi Sederhana)

Berdasarkan laporan tugas akhir masing-masing kelompok, maka tentukan:			
BAB I PENDAHULUAN			
a. Latar Belakang Masalah (uraikan secara singkat)			
	••		
	••		
	•••••		
	•••••		
	•••••		
b. Rumusan Masalah			

c.Tujuan Penelitian	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
Kerangka Pemikiran (gambarkan dan beri penjelasan secara singkat)	
The angle of the control of the cont	

BAB III METODE PENELITIAN

a. Jenis dan metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data Teknik Analisis Data		
Teknik Analisis Data		
Teknik Analisis Data	•••	
Teknik Analisis Data		
Teknik Analisis Data		
Teknik Analisis Data		
Teknik Analisis Data	•••	
Teknik Analisis Data		
Teknik Analisis Data		Metode Pengumpulan Data
	•••	
	•••	
		Teknik Analisis Data
	•••	
	•••	
	•	
	•••	
	•	

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Responden (uraikan secara singkat)

o.	Analisis Deskriptif (Uraikan secara singkat)

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Saran			
Saran	 	 	
Saran			
Saran	 	 	
Saran			
Saran	 	 	
Saran			
Saran	 	 	
Saran			
Saran	 	 	
Saran			
Saran	 	 	
Saran			

Nilai	Paraf	Paraf
	Asisten	Dosen