P2MS-ITB TEACHING FACTORY-NETWORK

Basic Market Research

Mohammad Rizka Fadhli[ikanx101@gmail.com](mailto:ikanx101@gmail.com)

12 October 2021

# Tujuan Kuliah

Kuliah ***Basic Market Research*** dirancang untuk:

1. Menambah pengetahuan peserta kuliah terhadap *market research* dan peranannya dalam dunia bisnis sebagai salah satu *decision support system*. Kelak akan dijelaskan pula berbagai jenis *research* yang lazim digunakan seperti:
   1. *Qualitative research*: *focus group discussion* (FGD), *In-depth Interview* (IDI), dan *qualitative observation*.
   2. *Quantitative research*: *surveys* dan *quantitative observation*.
2. Mengenalkan beberapa studi *market research* yang lazim dilakukan di dunia bisnis, seperti:
   1. *Market Entry Study*.
   2. *TV Campaign Research*, meliputi *storyline research*, *pre-campaign research*, dan *post-campaign research*.
   3. *Brand Health Research*, meliputi *satisfaction*, *loyalty*, *usership*, *perception*, dan sebagainya.
   4. *Media Habit*.
   5. *Consumer Profile*.
   6. *Service Audit*.
   7. *Retail Audit*.
3. Memberikan pengalaman terhadap mahasiswa untuk merencanakan, menyusun, melakukan, dan membuat laporan suatu *market research* sederhana. Tahapan-tahapan yang akan dilakukan:
   1. Formulasi masalah:
      * Mengubah *management problem* menjadi *research problem*.
      * Menggunakan *tools* seperti *interrelationship diagram* untuk memisahkan antara sebab dan akibat dari suatu masalah.
   2. Menuliskan tujuan *research*.
   3. Melakukan *sample design*.