

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
KEGIATAN BELAJAR 1 MANAJEMEN PEMASARAN DAN RUANG LINGKUP	1
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. DEFINISI DAN PERAN MANAJEMEN PEMASARAN	2
B. KONSEP FUNDAMENTAL DALAM PEMASARAN.....	4
C. ANALISIS LINGKUNGAN PEMASARAN	7
D. PENTINGNYA PENGUKURAN KINERJA DALAM PEMASARAN	10
E. RANGKUMAN	13
F. TES FORMATIF	14
G. LATIHAN.....	15
KEGIATAN BELAJAR 2 SISTEM INFORMASI PEMASARAN	16
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN.....	17
B. FUNGSI SISTEM INFORMASI PEMASARAN	18
C. JENIS – JENIS INFORMASI PEMASARAN.....	19
D. KOMPONEN SISTEM INFORMASI PEMASARAN	20
E. MODEL SISTEM INFORMASI PEMASARAN.....	22
F. RANGKUMAN	24
G. TES FORMATIF	25
H. LATIHAN.....	26
KEGIATAN BELAJAR 3 STRATEGI PEMASARAN DAN BAURAN PEMASARAN.....	28
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	

A.	PENGERTIAN STRATEGI PEMASARAN.....	29
B.	MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN	30
C.	PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN.....	30
D.	PENGERTIAN BAURAN PEMASARAN	31
E.	UNSUR-UNSUR BAURAN PEMASARAN.....	32
F.	RANGKUMAN	33
G.	TES FORMATIF	34
H.	LATIHAN.....	35
KEGIATAN BELAJAR 4 PERILAKU KONSUMEN		36
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	DEFINISI PERILAKU KONSUMEN	37
B.	REVOLUSI PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL	38
C.	PERILAKU KONSUMEN DI ERA INDUSTRI 1.0.....	39
D.	PERILAKU KONSUMEN DI ERA INDUSTRI 2.0.....	40
E.	PERILAKU KONSUMEN DI ERA INDUSTRI 3.0.....	41
F.	PERILAKU KONSUMEN DI ERA INDUSTRI 4.0.....	42
G.	PERILAKU KONSUMEN DI ERA SOCIETY 5.0.....	43
H.	RANGKUMAN	46
I.	TES FORMATIF	47
J.	LATIHAN.....	47
KEGIATAN BELAJAR 5 IDENTIFIKASI SEGMENTASI DAN PASAR SASARAN ..		48
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	PENDAHULUAN	49
B.	SEGMENTASI PASAR	49
C.	VARIABEL SEGMENTASI PASAR	50
D.	PENGEMBANGAN PROFIL SEGMENTASI.....	52

E.	PASAR SASARAN	55
F.	SELEKSI PASAR SASARAN	57
G.	POSITIONING	60
H.	RANGKUMAN	62
I.	TES FORMATIF	63
J.	LATIHAN SOAL	63
KEGIATAN BELAJAR 6 STRATEGI PEMOSISIAN MERK.....		64
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	HIRARKI PEMASARAN	65
B.	PENGERTIAN PEMOSISIAN MEREK	66
C.	MENGAPA PEMOSISIAN MEREK ITU PENTING?	67
D.	MANFAAT PEMOSISIAN MEREK YANG KUAT	69
E.	STRATEGI PEMOSISIAN MEREK	70
F.	RANGKUMAN	83
G.	TES FORMATIF	85
H.	LATIHAN.....	85
KEGIATAN BELAJAR 7 STRATEGI PRODUK.....		86
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN		
A.	PRODUK	87
B.	DIFFERENSIASI PRODUK	89
C.	SIKLUS KEHIDUPAN PRODUK.....	89
D.	MEREK	90
E.	HUBUNGAN PRODUK DAN MEREK.....	92
F.	PENGEMASAN, PELEBELAN, JAMINAN, DAN GARANSI	93
G.	RANGKUMAN	96
H.	TES FORMATIF	96

I. LATIHAN.....	97
KEGIATAN BELAJAR 8 STRATEGI HARGA.....	98
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN HARGA	99
B. TUJUAN PENETAPAN HARGA.....	101
C. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT HARGA....	101
D. METODE PENETAPAN HARGA	103
E. PROSEDUR PENENTUAN HARGA	106
F. RANGKUMAN	107
G. TEST FORMATIF	108
H. LATIHAN.....	109
KEGIATAN BELAJAR 9 EFISIENSI PEMASARAN (BIAYA DAN KEUNTUNGAN)	110
DESKRIPSI, KOMPETENSI DAN PETA KONSEP PEMBELAJARAN	
A. PENGERTIAN EFISIENSI PEMASARAN, BIAYA DAN KEUNTUNGAN	111
B. RANGKUMAN	121
C. TES FORMATIF	122
D. LATIHAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA	123
TENTANG PENULIS	129

