



**PT Mitra Edukasi
dan Publikasi**

MANAJEMEN PEMASARAN



**Dr. Hj. Anik Lestari Andjarwati, M.M.
Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si.
Nindria Untarini, S.E., M.Si.
Monika Tiarawati, S.E., M.M.
Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M.
Dr. Syaifurrizal Wijaya Putra, S.E., M.M.**

MANAJEMEN PEMASARAN

Penulis:

Dr. Hj. Anik Lestari Andjarwati, M.M.

Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si.

Nindria Untarini, S.E., M.Si.

Monika Tiarawati, S.E., M.M.

Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M.

Dr. Syaifurrizal Wijaya Putra, S.E., M.M.



**PT Mitra Edukasi
dan Publikasi**

MANAJEMEN PEMASARAN

Penulis:

Dr. Hj. Anik Lestari Andjarwati, M.M.
Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si.
Nindria Untarini, S.E., M.Si.
Monika Tiarawati, S.E., M.M.
Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M.
Dr. Syaifurrizal Wijaya Putra, S.E., M.M.

ISBN: 978-623-8627-13-4

Editor:

Alfi Nurlailiyah

Desain Sampul dan Tata Letak:

Alfi Nurlailiyah

Penerbit:

PT Mitra Edukasi dan Publikasi

Anggota IKAPI No. 358/JTI/2022

Redaksi:

PT. Mitra Edukasi dan Publikasi
Griya Taman Asri AB/26,
Tawang Sari, Taman, Sidoarjo 61257
WA: 0895-4298-51500
IG: @edupartner.publishing
Email: edupartner.publishing@gmail.com
Website: <https://buku.edupartnerpublishing.co.id/>

Cetakan Pertama, Juli 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penulis dan penerbit.



PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku "Manajemen Pemasaran" ini dapat terselesaikan. Buku ini hadir sebagai jawaban atas kebutuhan praktisi, akademisi, dan mahasiswa dalam memahami konsep dan aplikasi manajemen pemasaran secara komprehensif. Dengan adanya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, manajemen pemasaran menjadi lebih dinamis dan menantang, sehingga diperlukan pengetahuan yang up-to-date dan relevan.

Buku ini disusun dengan harapan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai teori-teori dasar pemasaran, serta bagaimana teori-teori tersebut dapat diaplikasikan dalam situasi nyata. Kami juga berusaha untuk menyajikan berbagai studi kasus yang relevan dan aktual, yang diharapkan dapat memperkaya wawasan pembaca serta memberikan gambaran konkret mengenai penerapan strategi pemasaran dalam berbagai konteks industri.

Dalam penyusunan buku ini, kami menyadari pentingnya pendekatan yang integratif dan multidisipliner. Oleh karena itu, buku ini tidak hanya membahas aspek-aspek pemasaran secara tradisional, tetapi juga mengintegrasikan konsep-konsep baru seperti pemasaran digital, analisis data, dan strategi branding yang inovatif. Kami berharap, melalui pendekatan ini, pembaca dapat memperoleh pengetahuan yang komprehensif dan siap menghadapi tantangan di dunia pemasaran yang terus berkembang.

Kami menyadari bahwa penyusunan buku ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, saran, dan masukan berharga dalam proses penulisan buku ini. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada rekan-rekan sejawat, mahasiswa, dan praktisi pemasaran yang telah berkontribusi dengan berbagi pengalaman dan pengetahuan mereka.

Akhir kata, kami berharap buku "Manajemen Pemasaran" ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat dan inspiratif bagi pembaca dalam memahami dan menerapkan konsep-konsep pemasaran. Kami juga terbuka terhadap kritik dan saran untuk penyempurnaan buku ini di masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pemasaran dan praktik bisnis di Indonesia.

Surabaya, Juli 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PEMASARAN UNTUK REALITAS BARU	1
1.1 Capaian Pembelajaran	1
1.2 Pendahuluan	1
1.3 Rangkuman	11
1.4 Evaluasi dan Latihan.....	11
1.5 Studi Kasus.....	12
1.6 Penutup	13
1.7 Referensi	13
BAB 2 RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN	14
2.1 Capaian Pembelajaran	14
2.2 Pendahuluan	14
2.3 Rangkuman	23
2.4 Evaluasi Dan Latihan	23
2.5 Studi Kasus.....	23
2.6 Penutup	24
2.7 Referensi	25
BAB 3 MENGUMPULKAN INFORMASI PEMASARAN DAN MERAMALKAN	
PERMINTAAN PASAR.....	26
3.1 Capaian Pembelajaran	26
3.2 Pendahuluan	26
3.3 Rangkuman	35
3.4 Evaluasi dan Latihan.....	36
3.5 Studi Kasus.....	36
3.6 Penutup	38
3.7 Referensi	38
BAB 4 SEGMENTASI DAN PASAR SASARAN	39
4.1 Capaian Pembelajaran	39
4.2 Pendahuluan	39
4.3 Ringkasan.....	50
4.4 Evaluasi Dan Latihan	50
4.5 Studi Kasus.....	51
4.6 Referensi	51
BAB 5 POSITIONING.....	51

5.1 Capaian Pembelajaran	52
5.2 Pendahuluan	52
5.3 Ringkasan	56
5.4 Evaluasi dan Latihan.....	56
5.5 Referensi	56
BAB 6 MEMPERKENALKAN PENAWARAN PASAR BARU	56
6.1 Capaian Pembelajaran	57
6.2 Pendahuluan	57
6.3 Rangkuman	64
6.4 Evaluasi dan Latihan.....	65
6.5 Studi Kasus.....	66
6.6 Referensi	67
BAB 7 MENETAPKAN STRATEGI PRODUK.....	68
7.1 Capaian Pembelajaran	68
7.2 Pendahuluan	68
7.3 Rangkuman	79
7.4 Latihan dan Evaluasi.....	80
7.5 Referensi	80
BAB 8 MERANCANG DAN MENGELOLA JASA.....	81
8.1 Capaian Pembelajaran	81
8.2 Pendahuluan	81
8.3 Rangkuman	91
8.4 Latihan Dan Evaluasi	92
8.5 Referensi	92
BAB 9 MENGEMBANGKAN STRATEGI DAN PROGRAM PENETAPAN HARGA	92
9.1 Capaian Pembelajaran	93
9.2 Pendahuluan	93
9.3 Rangkuman	97
9.4 Latihan dan Evaluasi.....	97
9.5 Referensi	97
BAB 10 MENDESAIN DAN MENGELOLA KOMUNIKASI PEMASARAN	
TERINTEGRASI.....	97
10.1 Capaian Pembelajaran.....	98
10.2 Pendahuluan	98
10.3 Rangkuman	113
10.4 Latihan Dan Evaluasi.....	114
10.5 Studi Kasus.....	114
10.6 Penutup	116

10.7 Referensi	116
BAB 11 MENGELOLA RITEL, GROSIR, DAN LOGISTIK.....	117
11.1 Capaian Pembelajaran.....	117
11.2 Pendahuluan	117
11.3 Rangkuman	134
11.4 Evaluasi Dan Latihan	134
11.5 Studi Kasus: Perusahaan Ritel Indomaret di Indonesia	135
11.6 Penutup	136
11.7 Referensi	136
BAB 12 MENGELOLA ORGANISASI PEMASARAN HOLISTIK UNTUK JANGKA PANJANG.....	137
12.1 Capaian Pembelajaran.....	137
12.2 Pendahuluan	137
12.3 Rangkuman.....	148
12.4 Evaluasi Dan Latihan	148
12.6 Referensi	150
BAB 13 MEMBUKA PASAR GLOBAL	151
13.1 Capaian Pembelajaran.....	151
13.2 Pendahuluan	151
13.3 Ringkasan.....	160
13.4 Evaluasi dan Latihan	161
13.5 Studi Kasus.....	161
13.6 Referensi	163