

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Bab 1 Pendahuluan	1
A. Sejarah Pemasaran.....	1
B. Konsep Dasar Pemasaran.....	3
C. Konsep Inti Pemasaran	4
D. Konsep Pemasaran dalam Implementasi.....	8
E. Evolusi Konsep Pemasaran	9
Bab 2 Memahami Pemasaran Melalui Pendekatan Manajerial.....	13
A. Pemasaran dalam Lingkup Kemasyarakatan	13
B. Pemasaran dalam Lingkup Organisasi Usaha (Bisnis)	15
C. Pemasaran Mikro	16
D. Pemasaran Makro	17

Bab 3	Perkembangan tentang Peran Pemasaran dalam Perusahaan.....	19
A.	Tantangan terhadap Pemasaran	19
B.	Peranan Pemasaran Masa Kini	21
C.	Peranan Pemasaran dalam Organisasi Bisnis.....	22
D.	Tugas-Tugas Manajemen Pemasaran	24
E.	Analisa Kesempatan Pasar	27
F.	Identifikasi Kesempatan Pasar	27
G.	Penilaian Kesempatan Pasar.....	30
H.	Organisasi Pemasaran	31
I.	Penerapan dan Pengendalian Pemasaran	31
Bab 4	Marketing Mix.....	33
A.	Sejarah dan Perkembangan Marketing Mix.....	33
B.	Pengertian Marketing Mix.....	38
C.	Manfaat Konsep Bauran Pemasaran	39
D.	Kelemahan atau Kekurangan Konsep Marketing Mix	40
E.	Mengapa Bauran Pemasaran Sangat Penting untuk Bisnis	40
Bab 5	Perencanaan Strategis Pemasaran	45
A.	Pengertian Perencanaan Strategis	45
B.	Misi, Tujuan dan Sasaran.....	46
C.	Pengertian Boston Consulting Group (BCG).....	46
D.	Matriks BCG	47
E.	Kelebihan BCG Matriks	48
F.	Kekurangan BCG Matriks.....	48
G.	BCG Indonesia	49
H.	Perencanaan Pemasaran.....	49
I.	Strategi Pemasaran.....	51
J.	Memilih Konsumen yang Dituju	52
Bab 6	Manajemen Saluran Distribusi	55
A.	Pengertian Saluran Distribusi	55
B.	Definisi Saluran Distribusi	55
C.	Definisi Manajemen Saluran	56
D.	Alasan Penting untuk Menggunakan Perantara	57
E.	Keuntungan Menggunakan Perantara	58
F.	Perantara Pedagang.....	59
G.	Perantara Agen	59

H.	Beberapa Alternatif Saluran Distribusi	60
I.	Teknik yang Dipakai untuk Membina Kerjasama Penyalur.....	66
Bab 7	Strategi Penentuan Harga	67
A.	Pengertian Harga	67
B.	Tujuan Penetapan Harga.....	67
C.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	68
D.	Keputusan tentang Harga.....	73
E.	Jenis Periklanan Berdasarkan Tujuannya	77
F.	Mendefinisikan Tujuan Periklanan	77
G.	Proses Penentuan Tujuan Periklanan	79
H.	Pemilihan Media.....	83
Bab 8	Strategi Pemasaran pada Berbagai Tahap Daur Hidup Produk.....	85
A.	Pengembangan Produk Baru	85
B.	Strategi Pemasaran Pada Berbagai Tahapan Daur Hidup Produk	88
Bab 9	Perdagangan Elektronik (E-Commerce)	95
A.	Sejarah E-Commerce	95
B.	Pengertian E-Commerce	96
Bab 10	Digital Marketing.....	103
A.	Dasar Pemikiran Digital Marketing	103
B.	Pengertian Digital Marketing	104
C.	Pengertian Digital Marketing menurut para Ahli.....	105
D.	Tujuan Digital Marketing.....	106
E.	Jenis-Jenis Digital Marketing.....	107
F.	Manfaat Digital Marketing.....	108
G.	Strategi Digital Marketing	108
H.	Metode Digital Marketing.....	114
I.	Perbedaan Digital Marketing dan Inbound Marketing.....	120
J.	Digital Marketing Bekerja untuk Semua Bisnis	120
K.	Keuntungan Digital Marketing.....	122
L.	Keuntungan Utama dari Digital Marketing.....	123
M.	Kelemahan Digital Marketing	124
	Daftar Pustaka.....	127