

Dr. Agus Supandi Soegoto, SE.M.SI

MANAJEMEN PEMASARAN

Konsep, Strategi dan Teknik-Teknik
Manajemen Pemasaran Modern



Penerbit
CV. PATRA MEDIA GRAFINDO
BANDUNG

Dr. Agus Supandi Soegoto, SE.M.SI

MANAJEMEN PEMASARAN

**KONSEP, STRATEGI DAN TEKNIK-TEKNIK
MANAJEMEN PEMASARAN MODERN**



Penerbit

CV. PATRA MEDIA GRAFINDO BANDUNG

2019

MANAJEMEN PEMASARAN

Penulis:

Dr. Agus Supandi Soegoto, S.E., M.Si.

Hak Cipta @ pada Penulis Dilindungi (All right reserved)

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak buku ini sebagian atau seluruhnya, dalam bentuk dan dengan cara apapun juga, baik secara mekanis maupun elektronik, termasuk fotocopy, rekaman dan lain-lain tanpa izin tertulis dari penulis.



Penerbit
CV. PATRA MEDIA GRAFINDO
BANDUNG

Jl. Jend. Sudirman No. 736 - Bandung
Telp/Fax. 022-6040938 HP. 081214468604
e-mail: Patramedia@gmail.com
website: www.patramedia.com

Anggota IKAPI

Cetakan pertama, September 2019

Perpustakaan Nasional : Katalog dalam Terbitan

ISBN 978-602-6529-65-7



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR - iii

DAFTAR ISI - v

BAB 1 PEMASARAN & MANAJEMEN PEMASARAN

A. TUJUAN - 1

B. POKOK BAHASAN - 1

C. INTISARI BACAAN - 1

1. Pengertian Pemasaran - 1

2. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan - 3

3. Produk - 4

4. Nilai dan Kepuasan - 5

5. Pertukaran dan Transaksi - 6

6. Pasar - 7

7. Pemasar dan Manajemen Pemasaran - 9

8. Orientasi Perusahaan Terhadap Pasar- 11

D. RANGKUMAN – 15

E. SOAL LATIHAN – 16

BAB 2 SISTEM DAN FALSAFAH PEMASARAN

A. TUJUAN - 18

B. POKOK BAHASAN - 18

C. INTISARI BACAAN - 18

1. Faktor-Faktor dalam Sistem Pemasaran - 18

2. Analisis Sistem Pemasaran - 19

3. Analisis Sistem Pertukaran - 19

4. Analisis Pemasaran Organisasional - 20

5. Falsafah Pemasaran - 25

D. RANGKUMAN – 26

E. SOAL LATIHAN - 26

BAB 3 KEPUASAN, NILAI & MEMPERTAHANKAN PELANGGAN

- A. TUJUAN - 28
- B. POKOK BAHASAN - 28
- C. INTISARI BACAAN - 28
 - 1. Nilai dan Kepuasan Pelanggan - 28
 - 2. Memberikan Nilai Pelanggan Yang Tinggi - 31
 - 3. Perusahaan yang Berkinerja Tinggi - 32
 - 4. Menarik dan Mempertahankan Pelanggan - 34
 - 5. Mengukur Nilai Seumur Hidup Pelanggan - 36
 - 6. Profitabilitas Pelanggan dan Perusahaan - 36
- D. RANGKUMAN – 39
- E. SOAL LATIHAN – 39

BAB 4 ANALISIS PASAR BISNIS

- A. TUJUAN - 41
- B. POKOK BAHASAN - 41
- C. INTISARI BACAAN - 41
 - 1. Pembelian Organisasi - 41
 - 2. Pasar Bisnis dan Pasar Konsumen - 42
 - 3. Situasi Pembelian - 44
 - 4. Pengaruh Utama Terhadap Keputusan Pembelian - 46
 - 5. Proses Pembelian dan Pengadaan - 48
 - 6. Pasar Kelembagaan dan Pemerintah - 51
- D. RANGKUMAN – 51
- E. SOAL LATIHAN – 52

BAB 5 PERENCANAAN STRATEGIS YANG BERORIENTASI PASAR

- A. TUJUAN - 54
- B. POKOK BAHASAN - 54
- C. INTISARI BACAAN - 54
 - 1. Evolusi Perencanaan Pemasaran - 54
 - 2. Perencanaan Strategis: Tiga Bidang Utama - 57
 - 3. Perencanaan Strategis Korporasi dan Divisi - 58
 - 4. Sifat Dasar Rencana Pemasaran - 59
 - 5. Unsur Rencana Pemasaran - 60
- D. RANGKUMAN - 61
- E. SOAL LATIHAN - 62

BAB 6 SISTEM INFORMASI PEMASARAN

- A. TUJUAN - 64
- B. POKOK BAHASAN - 64
- C. INTISARI BACAAN - 64
 - 1. Sistem Informasi Pemasaran - 64
 - 2. Sistem Intelijen Pemasaran - 68
 - 3. Sistem Riset Pemasaran - 68
 - 4. Peramalan dan Pengukuran Permintaan - 71
- D. RANGKUMAN - 73
- E. SOAL LATIHAN - 74

BAB 7 ANALISIS PASAR KONSUMEN

- A. TUJUAN - 76
- B. POKOK BAHASAN - 76
- C. INTISARI BACAAN - 76
 - 1. Analisis Pasar Konsumen - 76
 - 2. Kepribadian dan Konsep Diri - 81
 - 3. Faktor Psikologis - 82
 - 4. Proses Keputusan Pembelian- 85
- D. RANGKUMAN – 87
- E. SOAL LATIHAN – 88

BAB 8 SEGMENTASI DAN PENENTUAN PASAR SASARAN

- A. TUJUAN - 90
- B. POKOK BAHASAN - 90
- C. INTISARI BACAAN - 90
 - 1. Pengertian Segmen Pasar - 90
 - 2. Penentuan Pasar Sasaran - 93
 - 3. Memilih Strategi Sasaran Pemasaran - 95
- D. RANGKUMAN – 96
- E. SOAL LATIHAN – 97

BAB 9 PENETAPAN POSISI DAN DIFERENSIASI PRODUK

- A. TUJUAN - 99
- B. POKOK BAHASAN - 99
- C. INTISARI BACAAN - 99
 - 1. Penetapan Posisi (*Pisitioning*) - 99
 - 2. Menambah Diferensiasi - 102
 - 3. Diferensiasi Produk - 103
 - 4. Diferensiasi Jasa - 104
 - 5. Strategi Pemasaran Sepanjang Siklus Hidup Produk - 106
 - 6. Konsep Siklus Hidup Produk/Kritik - 107
- D. RANGKUMAN – 108
- E. SOAL LATIHAN – 109

BAB 10 MEMASUKI PASAR GLOBAL

- A. TUJUAN - 111
- B. POKOK BAHASAN - 111
- C. INTISARI BACAAN - 111
 - 1. Persaingan Pasar Global - 111
 - 2. Memasuki Pasar Global - 113
 - 3. Contoh Zona Perdagangan Bebas Regional - 114
 - 4. Keputusan Organisasi Pemasaran - 115
- D. RANGKUMAN – 116
- E. SOAL LATIHAN – 116

BAB 11 OUTPUT HASIL PENELITIAN DAN PKM UNSRAT-2019

ABSTRAK - 119

A. PENDAHULUAN - 121

B. METODE - 123

C. HASIL DAN PEMBAHASAN - 126

1. Profil Kelurahan Lewet - 126

2. Potensi Penerapan Program Pada Kelurahan Lewet - 126

**3. Partisipasi dan Peran Aktif Peserta dalam Pelatihan
Manajemen Keuangan Keluarga - 127**

D. SIMPULAN - 131

DAFTAR PUSTAKA - 133

TENTANG PENULIS



Agus Supandi Soegoto, Dosen tetap pada jurusan manajemen Fakultas Ekonomi (S-1) dan Program Pascasarjana (S-2) Magister Manajemen (MM), dan Program Doktor (S-3) PSDIM di Universitas Sam Ratulangi Manado, serta dosen luar biasa di Program Pascasarjana-MM dan S-1 Manajemen di UNIKOM Bandung. Mendapatkan gelar Insinyur, pada jurusan Sosek Fak. Peternakan Universitas Padjadjaran Bandung tahun 1992. Gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dari Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado tahun 2002. Gelar Magister Sains (*Cum Laude*) dari jurusan Manajemen Sumber Daya Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi Manado tahun 2004, dan Doktor (*Cum Laude*) dalam bidang Manajemen khususnya *Marketing Management* dari Program Pascasarjana UNPAD Bandung tahun 2010. Bidang-bidang minat dan spesialisasinya adalah Manajemen, *Marketing, Marketing Management, Marketing Research, Marketing Strategic and Entrepreneurship, juga Management Science, Statistics for Business Research Methodology*. Pengalaman praktis yang dimiliki, sebagai Staff *Credit Department* PT. Bank DEKA Head Office Jakarta tahun 1993-1994, *Credit Review Officer* PT. Bank Surya Tbk Head Office Jakarta tahun 1994-1995, *Senior Account Officer* PT. Bank BDN Tbk Cabang Sunter dan Cempaka Mas Jakarta Tahun 1996-1997. Pengalaman jabatanantara lain pernah menjabat Pembantu Direktur II-IGI Bandung tahun 1998, Pembantu Ketua II STIE-STEMIK IGI Bandung tahun 1999, dan Pembantu Rektor II UNIKOM tahun 2000. Direktur pada Lembaga Ilmu Komputer Manajemen Informatika (LIKMI) Manado, tahun 2000-2005. Wakil Rektor 1, UDK Kotamobagu, tahun 2011-2015. Sekretaris Laboratorium Manajemen tahun 2012-2013, dan tahun 2013-2016 Kepala Laboratorium Manajemen, FEB. Unsrat. Ketua Unit Penjaminan Mutu, FEB. Unsrat tahun 2016-sekarang. Asisten Direktur Finance & Administrasi Umum IDB PIU 7 in 1 Unsrat, tahun 2013-sekarang. Asesor BAN PT Kemenristekdikti, tahun 2018-sekarang.

ISBN 978-602-6529-65-7



9

786026

529657



Penerbit
CV. PATRA MEDIA GRAFINDO
BANDUNG