

Daftar Isi

TINJAUAN MATA KULIAH	vii
MODUL 1: NILAI PELANGGAN SEBAGAI BASIS PEMASARAN STRATEGIK	1.1
Kegiatan Belajar 1: Pengertian dan Pengukuran Nilai Pelanggan	1.3
Latihan	1.42
Rangkuman	1.43
Tes Formatif 1	1.43
 Kegiatan Belajar 2: Hubungan Nilai Pelanggan dengan Profitabilitas Konsumen dan Strategi Pemasaran	 1.46
Latihan	1.49
Rangkuman	1.53
Tes Formatif 2	1.54
 DAFTAR PUSTAKA	 1.59
 MODUL 2: STRATEGI KORPORASI, BISNIS DAN PEMASARAN	 2.1
Kegiatan Belajar 1: Pengertian Umum Strategi, Strategi Korporasi dan Strategi Bisnis	2.3
Latihan	2.16
Rangkuman	2.34
Tes Formatif 1	2.35
 Kegiatan Belajar 2: Strategi Pemasaran	2.37
Rangkuman	2.54
Tes Formatif 2	2.55
 DAFTAR PUSTAKA	 2.58

MODUL 3: ANALISIS SITUASI DAN PENENTUAN SASARAN	3.1
Kegiatan Belajar 1: Analisis Situasi	3.3
Latihan	3.12
Rangkuman	3.31
Tes Formatif 1	3.32
Kegiatan Belajar 2: Analisis SWOT dan Penetapan Sasaran	3.33
Latihan	3.39
Rangkuman	3.46
Tes Formatif 2	3.47
DAFTAR PUSTAKA	3.48
MODUL 4: SEGMENTASI, <i>TARGETING</i> , <i>POSITIONING</i> DAN <i>BRANDING STRATEGY</i>	4.1
Kegiatan Belajar 1: Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i> , dan Diferensiasi	4.3
Latihan	4.6
Rangkuman	4.39
Tes Formatif 1	4.40
Kegiatan Belajar 2: <i>Banding Strategy</i>	4.42
Rangkuman	4.56
Tes Formatif 2	4.57
DAFTAR PUSTAKA	4.60
MODUL 5: STRATEGIK PRODUK	5.1
Kegiatan Belajar 1: Strategi Produk Individu, Lini Produk dan Bauran Produk	5.4
Latihan	5.25
Rangkuman	5.26
Tes Formatif 1	5.27

Kegiatan Belajar 2: Strategi Pemasaran Layanan	5.29
Latihan	5.32
Rangkuman	5.42
Tes Formatif 2	5.43
DAFTAR PUSTAKA	5.44
MODUL 6: STRATEGI HARGA	6.1
Kegiatan Belajar 1: Konsep Dasar dan Sistemika Penetapan Harga	6.3
Latihan	6.12
Rangkuman	6.28
Tes Formatif 1	6.29
Kegiatan Belajar 2: Strategi Harga	6.31
Rangkuman	6.48
Tes Formatif 2	6.49
DAFTAR PUSTAKA	6.50
MODUL 7: STRATEGI DISTRIBUSI	7.1
Kegiatan Belajar 1: Peranan Perantara dalam Saluran Pemasaran	7.6
Rangkuman	7.14
Tes Formatif 1	7.14
Kegiatan Belajar 2: Strategi Saluran Pemasaran	7.16
Rangkuman	7.39
Tes Formatif 2	7.40
DAFTAR PUSTAKA	7.46

MODUL 8: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN	8.1
Kegiatan Belajar 1: Strategi Komunikasi Pemasaran Massal	8.5
Latihan	8.8
Rangkuman	8.27
Tes Formatif 1	8.28
Kegiatan Belajar 2: Strategi Komunikasi Pemasaran Personal	8.29
Rangkuman	8.39
Tes Formatif 2	8.41
Kegiatan Belajar 3: Strategi Promosi	8.42
Rangkuman	8.50
Tes Formatif 3	8.50
DAFTAR PUSTAKA	8.54
MODUL 9: IMPLEMENTASI DAN PENGENDALIAN STRATEGI PEMASARAN	9.1
Kegiatan Belajar 1: Implementasi Strategi Pemasaran	9.2
Rangkuman	9.31
Tes Formatif 1	9.32
Kegiatan Belajar 2: Evaluasi dan Pengendalian Pemasaran	9.34
Rangkuman	9.47
Tes Formatif 2	9.48
DAFTAR PUSTAKA	9.50