

Dr. Novita Sari S.Sos., MM.  
Ary Meizary Alfian, SE, MBA



BUKU AJAR  
MANAJEMEN

# PEMASARAN LANJUTAN



**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 28 TAHUN 2014  
TENTANG HAK CIPTA**

**PASAL 113  
KETENTUAN PIDANA  
SANKSI PELANGGARAN**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# — BUKU AJAR — MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN

**Dr. Novita Sari S.Sos., MM.  
Ary Meizary Alfian, SE, MBA**



## **BUKU AJAR**

# **MANAJEMEN PEMASARAN LANJUTAN**

*Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia  
oleh Penerbit Global Aksara Pers*

**ISBN: 978-634-280-082-9**

xii + 234 hal. ; Ukuran A5 (14, 8 x 21 cm)

Cetakan Pertama, Juni 2026

**Copyright © 2026 Global Aksara Pers**

Penulis : Dr. Novita Sari S.Sos., MM.  
Ary Meizary Alfian, SE, MBA  
Penyunting : Dr. Muhamad Basyrul Muvid, M. Pd.  
Desain kover : Tito Nanda Ramadhan  
Layouter : Mutia Rizki

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

**Diterbitkan oleh:**



**CV. Global Aksara Pers**  
**Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021,**  
**No. 282/JTI/2021**  
Jl. Wonocolo Utara V/18 Surabaya  
+628977416123/+628573269334  
globalaksarapers.com

# KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku yang berjudul "*Manajemen Pemasaran Lanjutan*" ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini sebagai Buku Ajar disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep, strategi, dan implementasi manajemen pemasaran di era yang semakin dinamis dan kompetitif.

Perkembangan dunia bisnis yang pesat, didorong oleh kemajuan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen, menuntut para praktisi maupun akademisi untuk terus beradaptasi. Oleh karena itu, buku ini hadir sebagai rujukan yang mengkaji berbagai pendekatan pemasaran modern, mulai dari analisis pasar, perilaku konsumen, strategi pemasaran berbasis nilai, hingga pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Penulisan buku ini tidak hanya berfokus pada aspek teoritis, tetapi juga dilengkapi dengan contoh-contoh aplikatif yang relevan dengan kondisi nyata di lapangan. Dengan demikian, diharapkan buku ini dapat menjadi sumber belajar yang komprehensif bagi mahasiswa, pengajar, praktisi, maupun masyarakat pada umumnya yang ingin memperdalam wawasan di bidang manajemen pemasaran lanjutan yang banyak memberikan manfaat bagi keberlangsungan ekonomi masyarakat.

Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan buku ini.

April 2026  
Penulis

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>BAB 1</b>	
<b>MENENTUKAN STRATEGI PRODUK</b> .....	12
A. Karakteristik dan Klasifikasi Produk.....	1
B. Diferensiasi Barang.....	5
C. Barang dan Merek.....	8
D. Pengemasan, Pelabelan, Penjaminan, dan Garansi.....	14
PRE TEST BAB 2.....	17
<b>BAB 2</b>	
<b>MERANCANG DAN MENGELOLA JASA</b> .....	19
A. Bauran Jasa.....	19
B. Sifat Dari Produk Jasa.....	20
C. Strategi – Stategi Bisnis Jasa.....	22
D. Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa.....	23
E. Pemasaran Holistik Jasa.....	25
F. Pengelolaan Kualitas Jasa.....	26
G. Manajemen Kualitas Jasa.....	26
H. Mengelola Merek Jasa.....	30
I. Strategi Merek Jasa.....	30
J. Mengelola Jasa Pendukung Produk.....	32
PRE TEST BAB 3.....	37
<b>BAB 3</b>	
<b>MENGEMBANGKAN STRATEGI DAN PROGRAM</b>	
<b>PENETAPAN HARGA</b> .....	39
A. Pemahaman Penetapan Harga.....	39
B. Pengertian Harga.....	39
C. Lingkungan Penetapan Harga yang Berubah.....	40
D. Menetapkan Harga.....	44

E. Keputusan Penentuan Harga Akhir.....	51
F. Adaptasi Harga.....	54
G. Pengurangan Harga dan Tunjangan Harga.....	55
H. Differensiasi Harga.....	58
I. Merespon Harga yang Berubah.....	60
J. Peningkatan Harga.....	61
PRE TEST BAB 4.....	66
<b>BAB 4</b>	
<b>MERANCANG DAN MENGELOLA SALURAN PEMASARAN</b>	
<b>TERINTEGRASI (1)</b> .....	69
A. Saluran Pemasaran dan Jaringan Nilai.....	69
PRE TEST BAB 5.....	81
<b>BAB 5</b>	
<b>MERANCANG DAN MENGELOLA SALURAN PEMASARAN</b>	
<b>TERINTEGRASI (2)</b> .....	83
A. Merancang dan mengelola Saluran Distribusi Pemasaran.....	83
B. Integrasi dan Sistem Saluran.....	85
C. Jenis VMS.....	85
D. Pemasaran E-Commerce.....	90
E. Keputusan Desain Saluran Pendistribusi.....	92
F. Konflik Kerjasama.....	97
PRE TEST BAB 6.....	99
<b>BAB 6</b>	
<b>MENGELOLA PERDAGANGAN ECERAN, GROSIR, DAN</b>	
<b>LOGISTIK</b> .....	101
A. Pemasaran Produk Eceran.....	101
B. Jenis-Jenis Pengecer.....	101
C. Tingkat Layanan.....	103
D. Bauran Eceran Baru.....	107
E. Keputusan Pemasaran.....	109
F. Perdagangan Grosir.....	113
G. Logistik Pasar.....	115

PRE TEST BAB 7.....	122
<b>BAB 7</b>	
<b>MERANCANG DAN MENGELOLA KOMUNIKASI</b>	
<b>PEMASARAN TERINTEGRASI .....</b>	<b>125</b>
A. Pengertian Komunikasi Pemasaran (Marketing Comunication).....	125
B. Pentingnya Komunikasi Pemasaran.....	126
C. Peran Komunikasi Pemasaran.....	126
D. Mengembangkan Komunikasi Efektif .....	132
E. Mengelola Proses Pemasaran Terintegrasi.....	143
PRE TEST BAB 8.....	145
<b>BAB 8</b>	
<b>MENGELOLA KOMUNIKASI MASA.....</b>	<b>147</b>
A. Promosi Penjualan.....	147
B. Acara Khusus dan Pengalaman.....	148
C. Hubungan Masyarakat.....	149
D. Word Of Mouth.....	151
E. Memutuskan Media dan Mengukur Efektifitas .....	155
F. Pilihan Iklan Alternatif.....	156
PRE TEST BAB 9.....	161
<b>BAB 9</b>	
<b>MENGELOLA KOMUNIKASI PRIBADI.....</b>	<b>163</b>
A. Pemasaran Langsung.....	163
B. Pemasaran Interaktif.....	166
C. Berita dari Mulut Ke Mulut.....	166
D. Merancang Tenaga Penjualan .....	167
E. Prinsip – Prinsip Penjualan Personal.....	170
PRE TEST BAB 10 .....	173
<b>BAB 10</b>	
<b>TANTANGAN DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>PRODUK BARU (1).....</b>	<b>175</b>
A. Tantangan dalam Pengembangan Produk Baru .....	175
B. Penataan Organisasional.....	175

C. Mengelola Proses Pengembangan Gagasan.....	176
D. Mengelola Proses Pengembangan Konsep Hingga Strategi.....	177
PRE TEST BAB 11 .....	179
<b>BAB 11</b>	
<b>TANTANGAN DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>PRODUK BARU (2)</b> .....	181
A. Proses Pengembangan sampai Strategi.....	181
PRE TEST BAB 12 .....	184
<b>BAB 12</b>	
<b>PASAR GLOBAL</b> .....	187
A. Pengertian Pemasaran Global .....	187
B. Masuk ke dalam Pasar Global .....	187
C. Mengevaluasi Pasar Potensial.....	189
D. Cara Utama Untuk Memasuki Pasar Asing.....	190
E. Isu-Isu dalam Pemasaran Global.....	190
F. Konsep Pemasaran Global .....	191
G. Segmentasi Pasar Global.....	193
H. Mengelola Kegiatan Internasional .....	194
PRE TEST BAB 13 .....	196
<b>BAB 13</b>	
<b>PASAR GLOBAL DAN KOMPETISINYA</b> .....	199
A. Masuk dalam Kompetisi Pasar International .....	199
B. Startegi Pasar Generik untuk Kompetisi Internasional.....	200
C. Strategi Pasar dan Strategi Kompetitif.....	200
D. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Cara Memasuki Pasar Internasional.....	201
E. Tujuan Manajemen/Perusahaan.....	209
PRE TEST BAB 14 .....	219

## **BAB 14**

<b>ORGANISASI PEMASARAN HOLISTIK</b> .....	221
A. Pemasaran Holistik dan Lingkupnya.....	221
B. Pemasaran yang Bertanggung Jawab Secara Sosial.....	225
C. Implementasi Pemasaran .....	228
D. Evaluasi dan Kendali.....	229
E. Masa Depan Pemasaran.....	233