  ****

**MODUL PEMBELAJARAN**

kinerja pemasaran dan keunggulan bersaing



**Oleh :**

**NURUL RIZKA ARUMSARI,SE,MM**

**MIRA MEILIA MARKA,SE,MM**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**PRAKATA**

 Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga modul ini dapat diselesaikan dengan baik. Pembahasan materi dalam modul ini dilakukan dengan terlebih dahulu menjabarkan pengertian dan konsep pemasaran dan keunggulan bersaing, bagian selanjutnya menjelaskan kinerja pemasaran. Juga dalam materi pengajaran ini diberikan relevansi hasil penelitian terkait dengan topik yang dibahas. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam menyelesaikan modul ini. Kritik dan saran sangat diharapkan oleh penulis untuk meningkatkan buku teks ini di masa depan. Akhirnya, kami berharap buku ini bermanfaat bagi pembaca, terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.

Penulis

ii

**DAFTAR ISI**

Halaman Judul i

Kata Pengantar ii

Daftar Isi iii

BAB 1 RUANG LINGKUP PEMASARAN 1

A. Pengertian Pemasaran 1

B. Tipe Entitas yang dipasarkan 1

C. Siapa yang Memasarkan 2

D. Konsep Inti Pemasaran 2

E. Orientasi Perusahaan terhadap Pasar 3

F. Pemasaran Terintegrasi 3

BAB II. PRODUK DAN JASA 4

A. Lima Tingkatan Produk 4

B. Klasifikasi Produk 5

C. Inovasi Produk 5

E. Jasa...................................................................…..............................................................8

BAB III. MENGELOLA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PROMOSI 14

A. Peran Komunikasi Pemasaran 14

B. Model Proses Komunikasi 15

C. Mengembangkan Komunikasi yang Efektif 17

BAB IV. STRATEGI BERSAING DI PASAR 13

A. Kekuatan Kompetitif 13

B. Menganalisis Pesaing 14

C. Strategi Pemimpin Pasar 17

D. Strategi Penantang Pasar 19

E. Strategi Pengikut Pasar 20

F. Strategi Relung Pasar 21

BAB V. KINERJA PEMASARAN ........................................................................................ 23

A.Ruang Lingkup Kinerja Pemasaran..................................................................................... 23

B. Marketing Performance Measurement Method...................................................................24

Daftar Pustaka 25

iii