

## MANAJEMEN PEMASARAN JASA

Pemasaran modern tidak hanya meliputi bagaimana cara memasarkan produk nyata melainkan juga bagaimana memasarkan barang tak berwujud, buku ini menyajikan segala fakta mengenai proses beli jasa profesional: siapa orang-orang yang membeli jasa profesional, bagaimana proses beli itu dibeli, dan mengapa perusahaan akan memutuskan membeli jasa khusus perusahaan atau lembaga profesional.

Secara garis besar buku ini berisi pengertian jasa profesional, pemasaran dan penjualan, konsep dasar pemasaran pelayanan jasa profesional, kesetangkupan pembelian dan penjualan. Memilih pelayanan perusahaan jasa profesional, implikasi bagi pemasaran, identifikasi peluang pasar, strategi dan perencanaan pasar, penetapan harga dan strategi pelayanan.

