

KATA PENGANTAR

Banyak buku Manajemen Pemasaran diterbitkan, namun kebanyakan membahas tentang pemasaran barang, dan sedikit sekali yang membahas tentang pemasaran jasa. Padahal pemasaran jasa memiliki prospek yang sangat cerah dan tidak kalah pentingnya dengan pemasaran barang. Terutama negara kita untuk masa depan akan mengintensifkan sekian lipat pemasaran jasa ini, guna meningkatkan devisa negara melalui ekspor komoditi non migas.

Kemudian, buku ini penulis susun berdasarkan pengalaman praktis dalam dunia bisnis dan kuliah-kuliah yang telah penulis berikan kepada para mahasiswa jurusan ekonomi sejak bertahun-tahun yang lalu. Guna memenuhi kebutuhan dan keinginan berbagai pihak, maka sistematika penyusunan buku ini dibuat sedemikian rupa sehingga mudah diikuti.

Bagi para pengusaha, buku ini juga mudah dibaca dan mudah dimengerti untuk dipraktikkan dalam dunia bisnis masing-masing, baik pengusaha industri maupun pengusaha di bidang perdagangan, pertokoan, dan usaha jasa.

Dalam edisi revisi ini penulis telah menambah beberapa bab baru sesuai perkembangan sekarang.

Penulis banyak mendapat bantuan dari para penulis literatur yang disebutkan di halaman belakang, dalam rangka merampungkan penyusunan buku ini, dan juga bantuan dari berbagai pihak. Atas segala bantuan tersebut, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Akhirul kata, penulis mempersembahkan buku ini kepada para pembaca yang berminat di bidang pemasaran, guna menambah kelengkapan literatur dan semoga bermanfaat. Amin.

Bandung, Januari 2014

Penulis