

**Robert Tua Siregar & Hery Pandapotan Silitonga**  
**Abd Rasyid Syamsuri & Abd. Halim**  
**Dwi Septi Haryani | Sutarmin**  
**Suwandi S. Sangadji | Febrianty | Abdul Samad Arief**

# PEMASARAN

Hasil pemikiran dari para Dosen  
Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia  
*(book chapter-first edition)*

**Editors**

**Sumitro | Sulyanto | Carunia Mulya Firdausy**



# **PEMASARAN**

**Hasil pemikiran dari Para Dosen  
Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia  
*(book chapter-first edition)***

### Sanksi Pelanggaran Pasal 113

#### Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

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 Rp 100.000.000 (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 Rp 500.000.000,00 (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 Rp 1.000.000.000,00 (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 Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# PEMASARAN

Hasil pemikiran dari Para Dosen  
Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia  
*(book chapter-first edition)*

Robert Tua Siregar  
Hery Pandapotan Silitonga  
Abd. Rasyid Syamsuri  
Abd. Halim  
Dwi Septi Haryani  
Sutarmin  
Suwandi S. Sangadji  
Febrianty  
Abdul Samad Arief



## **PEMASARAN**

Hasil pemikiran dari Para Dosen  
Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia  
(*book chapter-first edition*)

### **Editors:**

Sumitro  
Suliyanto  
Carunia Mulya Firdausy

### **Penulis:**

Robert Tua Siregar  
Hery Pandapotan Silitonga  
Abd. Rasyid Syamsuri  
Abd. Halim  
Dwi Septi Haryani  
Sutarmin  
Suwandi S. Sangadji  
Febrianty  
Abdul Samad Arief

**ISBN: 978-623-93931-3-7**

### **Perancang Sampul:**

ISA Team

### **Penata Letak:**

ISA Team

### **Penyunting Naskah:**

ISA Team

### **Publisher:**



### **Redaksi:**

Sihsawit Labuhan Batu, PT  
Jl. HM. Said No. 62A Rantauprapat  
Labuhanbatu-Sumatera Utara-Indonesia 21426  
Telp/WA: 085359557778  
e-mail: sihsawitpress@gmail.com  
<http://www.sihsawit.com>

Cetakan Pertama, Nopember 2020  
i-x+237 hlm, 15.5 cm x 23.5 cm

Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
*All Rights Reserved*

**Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun  
tanpa seizin tertulis dari penerbit**

# PENGANTAR EDITORIAL

Buku Pemasaran ini sangat bagus dan menarik untuk dipelajari dan dibaca dengan baik dikarenakan buku ini memberikan pemahaman dan pengertian pemasaran terkini yang dapat memberikan pencerahan bagi para pembacanya. Perkembangan bisnis yang terus berkembang khususnya dalam jaringan *online* menuntut untuk dilakukan perubahan yang terus menerus. Perkembangan yang lain juga terlihat dari transaksi perdagangan dan sistem daring yang semakin dibutuhkan khususnya dalam era pandemic. Digitalisasi bukan lagi hanya pada generasi milenial tetapi semua orang harus dapat melakukannya yang kesemuanya harus menggunakan teknologi pintar.

Perkembangan teknologi pemasaran sudah pasti mempengaruhi perkembangan teori pemasaran, maka dari itu, para akademisi juga harus mengikuti perkembangan saat ini, sehingga pendekatan pemasaran modern akan semakin baik dan terus menunjukkan fenomena baru yang semakin berkembang. Pada praktik pemasaran yang dilakukan banyak praktisi, mungkin telah terukur dan terintegrasi dengan perkembangan terkini, namun apakah sesuai dengan prinsip dari teori pemasaran. Sering terjadi adopsi teori dan praktik pemasaran dalam pelaksanaan pemasaran yang baik dan terus berkembang.

Dapat disimpulkan buku pemasaran ini, sangat baik dan bagus untuk menjadi bahan bacaan bagi peminat dan pembaca ilmu pemasaran yang memperkaya praktik untuk kemajuan kemajuan akademik maupun bisnis perusahaan.

Indonesia, 5 Nopember 2020

Sumitro  
Suliyanto  
Carunia Mulya Firdausy

# PENGANTAR PENULIS

Segala puji dan syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Esa dan Penyayang yang telah memberikan rahmat serta hidayah kepada para penulis dalam menyelesaikan tulisan ini. Perkembangan manajemen pemasaran dewasa ini semakin bertambah kompleks, baik yang terkait dengan kompetisi, kelangsungan usaha, maupun relationship dan sumber-sumber daya yang dimiliki.

Kondisi seperti itu menyebabkan penulisan buku ini tentang hubungan pemasaran dengan kebutuhan persyaratan dan alat pengambilan keputusan yang logis, obyektif dan akurat.

Penulisan buku ini dilakukan berdasarkan pengalaman paraktis serta materi perkuliahan yang diberikan para penulis. Guna memenuhi kebutuhan dan keinginan berbagai pihak, penulisan buku ini yang dilakukan secara kolaborasi dari berbagai dosen yang ikut serta dalam menyelesaikan buku ini. Banyak literatur yang para penulis gunakan untuk memperkaya isi buku ini. Kami mengucapkan banyak terimakasih kepada para penulis dari berbagai refrensi yang kami gunakan untuk penyelesaian buku ini.

Akhirul kata, para penulis mempersembahkan buku ini untuk para pembaca yang berminat dalam bidang “hubungan pemasaran” sebagai referensi pengetahuan terkini, semoga bermanfaat.

Indonesia, 5 Nopember 2020

Robert Tua Siregar

Hery Pandapotan Silitonga

Abd. Rasyid Syamsuri

Abd. Halim

Dwi Septi Haryani

Sutarmin

Suwandi S. Sangadji

Febrianty

Abdul Samad Arief

# DAFTAR ISI

PENGANTAR EDITORIAL .....	v
PENGANTAR PENULIS .....	vi
BAB 1: PEMBERDAYAAN .....	1
BAB 2: KETERBATASAN BUDAYA ORGANISASI ....	18
BAB 3: MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN ....	45
BAB 4: KEMITRAAN PEMASOK .....	77
BAB 5: KUALITAS LAYANAN .....	98
BAB 6: BAHASA E-KOMERSIAL .....	122
BAB 7: HUBUNGAN DAN DAMPAK TEKNOLOGI INFORMASI DENGAN PEMASARAN.....	165
BIOGRAFI PARA PENULIS .....	188

FULL PAGE  
DALAM  
VERSI  
CETAK

# PEMASARAN

Hasil pemikiran dari para Dosen  
Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia  
(*book chapter-first edition*)

- Chapter 1: Pemberdayaan
- Chapter 2: Keterbatasan Budaya Organisasi
- Chapter 3: Manajemen Hubungan Pelanggan
- Chapter 4: Kemitraan Pemasok
- Chapter 5: Kualitas Pelayanan
- Chapter 6: Bahasa e-Komersial
- Chapter 7: Hubungan Dan Dampak Teknologi Informasi Dengan Pemasaran

R. T. Siregar | STIE Sultang Agung, Pematang Siantar  
H. P. Silitonga | STIE Sultang Agung, Pematang Siantar  
A. R. Syamsuri | Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah-Medan  
A. Halim | Universitas Labuhanbatu-Rantauprapat  
A. R. Syamsuri | UMN Al-Washliyah, Medan  
D. S. Haryani | STIE Pembangunan, Tanjung Pinang  
Sutarmin | Universitas Peradaban, Brebes  
S. S. Sangadji | Universitas Nuku, Tidore  
Febrianty | Politeknik Palcomtech, Palembang  
A. S. Arief | Universitas Pajar, Makassar

## Editors

Sumitro, Suliyanto & C.M. Firdausy *Eds*

Business, Management and Accounting

ISBN 978-623-93931-3-7

