

Dongkrak Penjualan Melalui

Marketing Strategy & Competitive Positioning

**Mengukur Segmentasi, *Targeting*, dan
Positioning Menggunakan SPSS**

FREDDY RANGKUTI



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama



KOMPAS GRAMEDIA

Daftar Isi

UCAPAN TERIMA KASIH	vii
Bab 1 Pendahuluan	1
Bab 2 Mengukur Segmentasi	4
BAB 3 Cara Melakukan Evaluasi Segmentasi Pasar	22
Bab 4 Cara Membuat Analisis Segmentasi dan Targeting dalam Marketing	30
Bab 5 Perhitungan Analisis Faktor	44
Bab 6 Analisis Kasus	60
BAB 7 Analisis Cluster	89
BAB 8 Analisis Diskriminan	142
BAB 9 Analisis Kasus Menggunakan Analisis Diskriminan	158
Bab 10 Strategi <i>Positioning</i>	172
Bab 11 Analisis Kasus Strategi Pemasaran	225
Bab 12 <i>Marketing Planning</i>	246
LAMPIRAN	285
DAFTAR PUSTAKA	303
TENTANG PENULIS	313