



D3 manajemen  
Pemasaran

## Modul Praktika Manajemen Pemasaran



D3 MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS ILMU TERAPAN  
UNIVERSITAS TELKOM

DAFTAR PENYUSUN

Bethani Suryawardani, S.E., M.M.

Fanni Husnul Hanifa, S.E., M.M.

NAMA :

NPM :

KELAS :

Hanya dipergunakan di lingkungan Fakultas Ilmu Terapan

---

**Pertemuan** : **8**

---

**Pokok Bahasan** : **Strategi Produk**

---

**Hari/ Tanggal** :

---

### 8.1 Tujuan

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan dapat:

- a. Memahami Definisi Produk
- b. Memahami Hirarki Nilai Konsumen
- c. Memahami Klasifikasi Barang Konsumsi
- d. Memahami Hierarki Produk
- e. Memahami Bauran Produk
- f. Memahami Definisi Merk dan Strategi Merk
- g. Memahami Jasa dan Karakteristik Jasa

### 8.2 Alat & Bahan

Buku referensi dan modul praktika

### 8.3 Dasar Teori

- a. Definisi Produk
- b. Hirarki Nilai Konsumen
- c. Klasifikasi Barang Konsumsi
- d. Hierarki Produk
- e. Bauran Produk
- f. Definisi Merk dan Strategi Merk
- g. Jasa dan Karakteristik Jasa

**TUGAS INDIVIDU: Pilihlah 3 (tiga) dari 4 (empat) soal yang tersedia!**

1. Buatlah contoh tingkatan hierarki nilai pelanggan suatu barang atau jasa!

---

---

---

---



