

Less for More, Value for many: meninjau Kembali Teori Umum Pemasaran

Rizal Edy Halim, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535322&lokasi=lokal>

Abstrak

Transformasi digital yang terjadi dan berdampak luas tidak hanya bagi peradaban manusia tetapi juga bagi pengembangan disiplin pemasaran sehingga konfigurasi teori umum pemasaran menjadi kebutuhan yang berifat urgen. Shaw (2020) menjelaskan bahwa urgensi teori umum pemasaran setidaknya diharapkan dapat memberikan rerangka akademis dan panduan praktisi merespon dinamika tersebut; menyediakan sarana teoritikal untuk mempertemukan akademis-praktisi; membantu pengambilan kebijakan public untuk desain regulasi yang akomodatif; mereduksi fragmentasi disiplin pemasaran; menjawab krisis identitas sekaligus memberi legitimasi disiplin pemasaran sebagai sebagai bagian dari ilmu sosial yang memiliki teori umum