

**Marketing & Promotion Series : Pricing Making Profitable Decision (Kebijakan Harga),
Edisi kedua**

Buku ini dirancang untuk memebrikan suatu kerangka terpadu kepada pembaca agar dapat membuat keputusan kebijakan harga. Prinsip ekonomi dan pemsaran disintesiskan dengan informasi, akuntansi, dan financial untuk membuat dasar analisis alternatif harga dalam kendala-kendala hukum, perusahaan dan persaingan.

Buku ini merupakan revisi yang sangat berarti dari edisi pertama (dalam bahasa inggris) yang diterbitkan pada tahun 1979. Sama dengan edisi aslinya, semua bahan telah diuji secara seksama, baik diruang kelas maupun dalam seminar eksekutif di Amerika Serikat, Kanada dan Eropa. Setiap teknik yang disajikan dan digambarkan dalam Buku ini digunakan oleh beberapa perusahaan dalam hubungannya dengan fungsi kebijakan harga mereka.

Tujuan Buku ini adalah secara sistematis menyajikan factor-faktor yang harus dipertimbangkan bila akan menetapkan harga dan memperlihatkan bagaimana alternatif harga dapat dikembangkan dan dianalisis.

