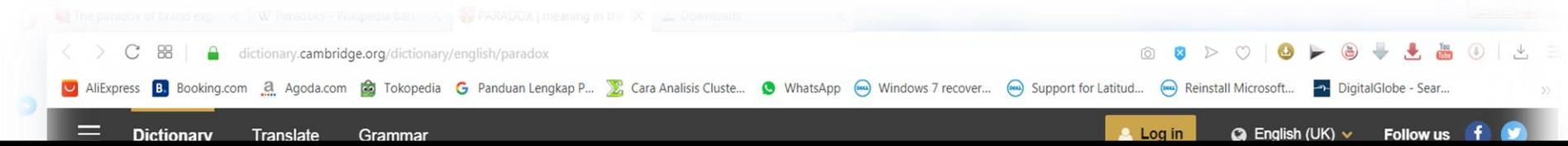


PARADOXI

MARKETING

MEANING



paradox

noun [C or U] • **UK**  /'pær.ə.dɒks/ **US**  /'per.ə.dɑːks/

★ **C2** a situation or statement that seems impossible or is difficult to understand because it contains two opposite facts or characteristics:

[+ that] *It's a curious paradox **that** drinking a lot of water can often make you feel thirsty.*

a priori clear head clearly coherent coherently incoherently inductive
intellectual intellectualism intellectualize paradoxically philosophy
pop psychology positivism positivist theory thinking
unrealistic unrealistically unscientific



This website uses cookies. For more information, please visit the [Privacy and Cookies Policy](#). [Accept and hide this message](#)



Pranala (link): <https://kbbi.web.id/paradoks>

paradoks /pa·ra·doks/ *n* pernyataan yang seolah-olah bertentangan (berlawanan) dengan pendapat umum atau kebenaran, tetapi kenyataannya mengandung kebenaran; bersifat paradoks

- terjemahan arti apa cari integritas ambigu terjemahan retorika diversifikasi agregat substansi apatis perspektif nilai interpretasi rezim
- komitmen pesimis pragmatis mudarat konsolidasi fanatik paradigma referensi pepep-2 posesif aktivitas-atau-aktifitas intervensi integrasi
- swasembada vakum paradoks konkret makna radikal esensi stigma mikrokosmos konservatif prioritas doktrin verifikasi hakikat rasional
- euforia skeptis domisili legitimasi tirani barbar

★ Mana penulisan kata yang benar?

abjad/abjat	cabai/cabe	formal/formil	isap/hisap	lembap/lembab	paham/faham
aktivitas/aktifitas	cendekiawan/cendekiawan	foto/photo	istri/isteri	lubang/lobang	pikir/fikir
amfibi/amphibi	daftar/daptar	frekuensi/frekwensi	izin/ijin	mahluk/mahluk	praktik/praktek
andal/handal	dekoratif/dekoratip	gizi/gisi	jadwal/jadual	masjid/mesjid	provinsi/propinsi
analisis/analisa	dekret/dekrit	gladi/geladi	jenazah/jenasah	metode/metoda	rapot/rapor
antre/antri	detail/detil	gubuk/gubug	jenderal/jendral	menyolok/mencolok	risiko/resiko

Paradox Marketing adalah “Berfikir Secara Kontradiktif”

mendapatkan ***BENEFIT YANG BERLIMPAH*** namun
dengan ***BIAYA YANG SANGAT MURAH***

Dwi Prahorio Irianto

- *Place (Private-Public)*: Membuat strategi tempat yang bisa dijangkau oleh market.
- *Product (Enterprise-Consumer)*: Membuat produk yang menjawab kebutuhan konsumen.
- *Price (Wholesale-Retail)*: Menentukan harga produk yang feasible untuk konsumen.
- *Promotion (Social-Personal)*: Melakukan metode promosi yang optimal untuk menarik konsumen

facebook



KASKUS



tokopedia



BUKALAPAK

Google



Android Apps



Microsoft account
Microsoft Corporation



FREE



Microsoft Word
Microsoft Corporation



FREE



Microsoft Excel
Microsoft Corporation



FREE



Microsoft PowerPoint
Microsoft Corporation



FREE



OneDrive – cloud storage
Microsoft Corporation



FREE



Microsoft Outlook
Microsoft Corporation



FREE



OneNote
Microsoft Corporation



FREE



Microsoft Apps
Microsoft Corporation



FREE



Office Lens
Microsoft Corporation



FREE



Microsoft Office Mobile
Microsoft Corporation



FREE

Apa Saja Yang Mereka
Lakukan Sehingga
Menjadi Raksasa??