

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAKSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTO	vii
GLOSARIUM	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	13
1.5.1 Komunikasi Pemasaran	7
1.5.2 <i>Marketing Mix</i> (bauran Pemasaran)	9
1.5.3 <i>Integrated Marketing Communication</i>	11
1.6 Model Penelitian	14
1.7 Metodologi Penelitian	15
1.7.1 Jenis Penelitian	15
1.7.2 Metode Penelitian	15
1.7.3 Objek Penelitian	16
1.7.4 Pengumpulan Data	16
1.7.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
1.7.6 Teknik Analisis Data	19
BAB II KOMUNIKASI PEMASARAN DAN <i>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION</i>.....	21
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	25
2.4 <i>Integrated Marketing Communication</i>	28

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	51
3.1 Sejarah Berdirinya PT Roma Export	51
3.2 Profil PT Roma Export	52
3.2.1 Visi dan Misi PT Roma Export	54
3.2.2 <i>Destination Green</i>	54
3.3 Produk-Produk PT Roma Export.....	55
3.4 Struktur Organisasi PT Roma Export	59
BAB IV PENERAPAN <i>INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION</i> PADA PT ROMA EXPORT: TEMUAN DAN ANALISIS.....	65
4.1 Komunikasi Pemasaran PT Roma Export.....	66
4.1.1 Gambaran Bisnis PT Roma Export.....	66
4.1.2 Komunikasi Pemasaran PT Roma Export.....	71
4.1.3 Penerapan <i>Integrated Marketing Communication</i> pada PT Roma Export	76
4.1.3.1 Penggunaan Media Massa untuk beriklan	80
4.1.3.2 Pemanfaatan <i>E-Marketing</i>	83
4.1.3.3 Mengikuti Even Pameran <i>IFEX</i>	101
4.2 Analisis Komunikasi Pemasaran PT Roma Export dan <i>Integrated Marketing Communication</i> pada PT Roma Export.....	108
4.2.1 Gambaran Bisnis PT Roma Export	109
4.2.2 Analisis Komunikasi Pemasaran PT Roma Export	117
4.2.3 Analisis Penerapan <i>Integrated Marketing Communication</i> pada PT Roma Export	126
4.1.3.1 Penggunaan Media Massa untuk beriklan	128
4.1.3.2 Pemanfaatan <i>E-Marketing</i>	133
4.1.3.3 Mengikuti Even Pameran <i>IFEX</i>	147
BAB V PENUTUP	154
5.1 Kesimpulan	154
5.2 Saran	158
5.2.1 Saran bagi PT Roma Export	158
5.2.1 Saran Akademis	158
DAFTAR PUSTAKA	160

LAMPIRAN