



MILLIONS

MANAGEMENT SOLUTIONS

**KOMUNIKASI PEMASARAN
EXERCISE
MID TERM EXAM
ODD SEMESTER
2015/2016**

UJIAN TENGAH SEMESTER SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2015-2016



Mata Kuliah	: Komunikasi Pemasaran
Program	: S1 Reguler
Dosen	: Adrian Achyar, Khairani
Hari, Tanggal	:
Waktu	: 150 menit (2,5 jam)
Sifat Ujian	: Tutup buku

Petunjuk Pengerjaan :

1. Mulailah mengerjakan soal dengan berdoa dan kerjakan dari soal yang menurut Anda paling mudah.
2. Kerjakan **semua** soal dengan menggunakan pulpen pada lembar jawaban yang disediakan.
3. Bobot soal sama.
4. Tidak diperkenankan menggunakan kalkulator atau alat elektronik apapun.
5. **SOAL DIKEMBALIKAN**. Tulis nama dan NPM di kanan atas soal. Jika soal tidak dikembalikan, **BERKAS TIDAK DINILAI**.

SOAL 1

- a) Jelaskan yang dimaksud dengan konsep *integrated marketing communication* (IMC) dan mengapa konsep IMC sangat penting diterapkan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi.
- b) Jelaskan secara singkat elemen-elemen bauran promosi menurut Belch.

SOAL 2

Jelaskan dengan singkat mengenai tahapan-tahapan dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Buatlah gambar.

SOAL 3

- a) Jelaskan *source credibility* dan *source attractiveness*. Ambil contoh iklan di Indonesia untuk menjelaskan *source credibility* dan *source attractiveness*.
- b) Jelaskan *informational/rational* dan *emotional appeal*. Berikan contoh iklan di Indonesia yang menggunakan *informational* dan *emotional appeal*.

SOAL 4

- a) Secara praktis berdasarkan materi kuliah tamu, terdapat beberapa tujuan komunikasi pemasaran, di mana contoh salah satunya adalah *launch* yang digunakan oleh Mastin dan Delipo. Jelaskan keempat tujuan komunikasi pemasaran tersebut.
- b) Menurut materi kuliah tamu, terdapat enam metode penentuan anggaran promosi (seperti *random allocation* yang dilakukan Delipo). Jelaskan keenam metode tersebut.

SOAL 5

- a) Jelaskan apa yang dimaksud dengan *media objectives*, *media strategies*, *medium* dan *media vehicle*.
- b) Diperlukan *flexibility* di dalam implementasi *media strategy*. Jelaskan dengan singkat empat hal yang menyebabkan *flexibility* diperlukan dalam penerapan media strategy.

SELAMAT MENGERJAKAN. JANGAN LUPA BERDOA