

ABSTRAKSI

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan integrasi *Internet Marketing* dan *Customer Relationship Management (CRM)* yang dilakukan penerbit NulisBuku. Penelitian ini menarik sebab NulisBuku adalah pionir *self-publishing* yang menerapkan *print-on-demand* di Indonesia. NulisBuku tidak tergabung dalam Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) dan tidak memiliki toko buku.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mendapatkan gambaran mengenai integrasi *internet marketing* dengan *promotional tools* lain dalam *Integrated Marketing Communication (IMC)* yang dilakukan penerbit NulisBuku. Peneliti juga ingin mengetahui praktek dan tahapan CRM yang diimplementasikan penerbit NulisBuku. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif metode *in-depth-interview* dengan tipe penelitian deskriptif, yang diharapkan mampu memperoleh gambaran integrasi *internet marketing* dan CRM penerbit NulisBuku.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerbit NulisBuku mengintegrasikan *internet marketing* dengan *promotional tools* lain dalam IMC yakni: *advertising; sales promotion; public relations/publicity; personal selling; internet marketing; dan direct selling*. NulisBuku juga melaksanakan tahapan CRM melalui website dan *social media* yakni facebook dan twitter perusahaan.

Kata kunci: *Integrated Marketing Communication, Internet Marketing, Customer Relationship Management, Penerbit*