

## DAFTAR ISI

	halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERBAIKAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian terdahulu yang relevan .....	9
2.3 B2B (Bussines to Bussines) .....	16
2.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) .....	17
2.5 Strategi Komunikasi Terpadu .....	23
2.6 Strategi .....	31

2.7 Personal Selling .....	31
----------------------------	----

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian .....	36
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.3 Subyek Penelitian.....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 GambaranUmum Perusahaan.....	46
4.2 Hasil Peneltian .....	47
4.3 Pembahasan.....	80

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1Kesimpulan .....	93
5.2 saran .....	96

### **DAFTAR PUSTAKA.....**

### **LAMPIRAN.....**