

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Sejarah Penelitian.....	1
1.1.2. Logo Perusahaan dan makna logo.....	1
1.1.3. Visi, Misi, Dan Nilai Utama PT. AMCO MULTITECH.....	2
1.1.4. Struktur Organisasi.....	2
1.1.5. Jenis-Jenis Produk Perusahaan.....	3
1.2. Latar Belakang	3
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan penelitian	8
1.5. Manfaat penelitian	8
1.6. Batasan Masalah	9
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Strategi	11
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 Strategi komunikasi pemasran	13
2.1.5 Bauran komunikasi pemasaran	14

2.1.6 B2B (bussines-to-bussines).....	20
2.2 Penelitian terdahulu.....	21
2.3 Kerangka penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1.Pendekatan Penelitian	27
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Variable Operasional	29
3.4 Tahapan penelitian	31
3.5 Informan penelitian	32
3.5.1 Informan utama	33
3.5.2 Informan Pendukung	33
3.6 Pengumpulan data	34
3.6.1 Teknik pengumpulan data	35
3.6.2 Sumber Data.....	44
3.8 Uji Keabsahan data.....	45
3.9 Teknik analisis data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Wawancara	51
4.2 Analisis Hasil wawancara	61
4.2.1 <i>Advertising</i>	61
4.2.2 <i>Direct marketing</i>	63
4.2.3 <i>Sales promotion</i>	64
4.2.4 <i>Personal Selling</i>	65
4.2.5 <i>Interactive marketing</i>	66
4.2.6 <i>Public Relationship</i>	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 KESIMPULAN.....	70
5.2 SARAN	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	76