

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang .....	1-4
I.2. Perumusan Masalah dan Batasan Masalah.....	4
1.2.1 Perumusan Masalah.....	4
1.2.2 Batasan Masalah .....	5
I.4. Tujuan Penelitian.....	5
I.5. Manfaat Penelitian.....	5-6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Kerangka Teori .....	7-8
2.2.1. Manajemen Pemasaran .....	6-7
2.2.1.1 Pemasaran <i>Business To Business</i> .....	8-9
2.2.1.2 Karakteristik Pemasar <i>Business To Business</i> .....	9-11
2.2.2. Keputusan Pembelian Bisnis .....	11-12
2.2.2.1 Tahapan Proses Pembelian Perusahaan .....	13-22

2.2.2.2. Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Perusahaan .....	22-24
2.2.2.3 Peserta Proses Pembelian .....	24-26
2.2.3 Prilaku Pembeli Bisnis.....	26-28
2.2.4 Bauran Pemasaran .....	28-29
2.2.5 Pengertian Produk.....	29
2.2.5.1 Penggolongan Produk .....	29-31
2.2.5.2 Jenis Bahan Baku.....	31-32
2.2.6 Pemasok ( <i>Supplier</i> ).....	32-34
2.2.7 Retur .....	34-35
2.2. Kerangka Pemikiran .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Klasifikasi Obyek Penelitian .....	36-37
3.3 Sumber Data .....	37-38
3.4 Instrumen Penelitian .....	38-39
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	40-42
3.6 Analisa dan Interpretasi Data .....	43-48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Company Profile PT HWI.....	49
4.2 Visi, Slogan dan Manageman Direksi PT HWI .....	49-50
4.3 Produk PT HWI.....	50-54
4.4 Spesifikasi Bahan Baku Penolong Inner Linner.....	54-56
4.5 Hasil dan Pembahasan .....	57
4.5.1 Analisis Deskriptif.....	57-74
4.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	74-80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>

5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	82