

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Kualitas Hubungan.....	16
2.1.2 Kepercayaan.....	22
2.1.2.1 Proses Timbulnya Kepercayaan.....	24
2.1.3 Komitmen .....	27
2.1.4 Kepuasan.....	30
2.1.5 Loyalitas.....	32
2.1.6 Keandalan Tenaga Penjual.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>

3.1	Metode Penelitian .....	42
3.2	Pendekatan Penelitian .....	44
3.3	Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian .....	47
3.4	Fokus Penelitian.....	47
3.5	Subjek Penelitian .....	48
3.6	Sumber Data.....	48
3.6.1	Data Primer .....	48
3.6.2	Data Sekunder .....	49
3.6.2.1	Kuesioner .....	49
3.7	Metode Pengumpulan Data .....	49
3.7.1	Wawancara.....	49
3.7.2	Observasi.....	50
3.7.3	Metode Dokumenter .....	51
3.8.1	Reduksi Data.....	51
3.8.2	Penyajian Data .....	51
3.8.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	54
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	54
4.1.2	Tujuan Perusahaan .....	56
4.2.1.	Pembahasan.....	56
4.2.2.1	Kualitas Hubungan.....	56
4.2.2.2	Kepercayaan.....	64
4.2.2.3	Komitmen .....	66
4.2.2.4	Kepuasan.....	69
4.2.2.5	Loyalitas.....	70
4.2.2.6	Keandalan Pada Tenaga Penjual .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>90</b>
5.1	Kesimpulan .....	90
5.1.1	Pelaksanaan Program B2B.....	90
5.1.1.1	Kualitas hubungan jangka panjang .....	90
5.1.1.2	Kepercayaan.....	91
5.1.1.3	Komitmen .....	91
5.1.1.4	Kepuasan.....	91
5.1.1.5	Loyalitas.....	92

5.1.1.6 Keandalan pada tenaga penjual.....	92
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.3 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>985</b>