

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
INTISARI.....	xi
ABSTRACT .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	18
1.7 Sistematika Penulisan.....	18
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
2.1 Konsep Brand .....	20
2.2 <i>Business to Business (B2B) Branding</i> .....	22
<b>2.3 <i>Business to Business (B2B)</i></b> .....	<b>29</b>
2.4 Tahapan <i>Business to Business (B2B)</i> .....	42
2.4.1 <i>Brand Planning</i> .....	44
2.4.2 <i>Brand Analysis</i> .....	48
2.4.3 <i>Brand Strategy</i> .....	51
2.4.4 <i>Brand Building</i> .....	56
2.4.5 <i>Brand Audit</i> .....	58

2.5	Hasil Penelitian Sebelumnya .....	61
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>69</b>
3.1	Desain Penelitian .....	69
3.1.1	Jenis Data .....	70
3.1.2	Teknik Pengumpulan Data .....	70
3.2	Pemilihan Narasumber .....	71
3.3	Teknik Analisis Data .....	74
3.4	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	76
3.5	Batasan Penelitian .....	76
3.6	Profil Perusahaan .....	77
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>86</b>
4.1	Profil Narasumber .....	87
4.1.1	<i>Top Level Management</i> .....	87
4.1.2	Tim Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	88
4.1.3	Tim Non Pemasaran ( <i>Non-Marketing</i> ) .....	89
4.2	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian .....	89
4.2.1	<i>Brand Planning</i> .....	90
4.2.2	<i>Brand Analysis</i> .....	95
4.2.3	<i>Brand Strategy</i> .....	102
4.2.4	<i>Brand Building</i> .....	107
4.2.5	<i>Brand Audit</i> .....	117
4.3	Analisis Keseluruhan .....	121
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>132</b>
5.1	Kesimpulan .....	132
5.2	Saran .....	134
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>136</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>139</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan dan Prediksi Penjualan Produk IVD di Indonesia .....	1
Tabel 1.2	Jumlah Rumah Sakit Umum dan Tempat Tidur Berdasarkan Pengelola .....	3
Tabel 1.3	Pangsa Pasar Produk IVD (IDR) .....	6
Tabel 3.1	Daftar Wawancara Tahapan B2B <i>Branding</i> .....	77
Tabel 4.1	<i>Brand Planning</i> PT Abbott Products Indonesia .....	98
Tabel 4.2	<i>Brand Analysis</i> PT Abbott Products Indonesia .....	105
Tabel 4.3	<i>Brand Strategy</i> PT Abbott Products Indonesia .....	110
Tabel 4.4	<i>Brand Building</i> PT Abbott Products Indonesia .....	122
Tabel 4.5	<i>Brand Audit</i> PT Abbott Products Indonesia .....	126

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Distribusi Pengujian Laboratorium Patologi Klinik .....	4
Gambar 1.2	Pangsa Pasar Produk IVD di Indonesia .....	5
Gambar 1.3	Komposisi Pangsa Pasar Produk IVD PT Abbott Products Indonesia .....	13
Gambar 2.1	Pentingnya Fungsi Brand di Pasar B2B VS B2C .....	28
Gambar 2.2	Peran dan Fungsi Brand di Pasar B2B .....	29
Gambar 2.3	Segitiga <i>branding</i> .....	32
Gambar 2.4	<i>Tools</i> dan Penghubung komunikasi korporat, <i>marketing</i> dan <i>dialog</i> .....	35
Gambar 2.5	<i>Brand Touchpoint</i> .....	43
Gambar 2.6	Efektifitas Biaya Sarana Komunikasi pada Tahapan Kesiapan Pelanggan untuk Membeli .....	45
Gambar 2.7	<i>Brand Building Process</i> 50	
Gambar 2.8	Membangun <i>brand power</i> .....	51
Gambar 2.9	<i>Keller's Customer-Based Brand Equity (CBBE) model</i> .....	53
Gambar 2.10	<i>Brand Strategy Model</i> dan <i>Brand Strategy Mercedes-Benz</i> .....	55
Gambar 2.11	<i>Brand Building Pyramid</i> .....	60
Gambar 3.1	Tipe Produk Instrumentasi <i>Immunoassay</i> dan <i>Clinical</i> <i>Chemistry</i> .....	83
Gambar 3.2	Jenis Produk Pemeriksaan Kimia Klinik .....	84

Gambar 3.3	Jenis Produk Pengujian <i>Immunoassay</i> .....	85
Gambar 3.4	Pelanggan B2B PT Abbott Products Indonesia.....	87
Gambar 3.5	<i>Consistent Message ADD</i> .....	89
Gambar 4.1	<i>Annual Scientific Meeting, American Association for Clinical Chemistry (AACC)</i> .....	117
Gambar 4.2	<i>Seminar Six Sigma for Quality Control Implementation, RSUP Persahabatan dan RSUP Hasan Sadikin</i> .....	117
Gambar 4.3	Symposium Pendidikan Berkelanjutan Patologi Klinik, Jogjakarta dan Batam.....	118
Gambar 4.4	<i>Abbott World Marathon Majors Sponsorship</i> .....	119
Gambar 4.5	<i>Innovator Exchange, Thailand</i> .....	120