

**PENCIPTAAN NILAI MELALUI STRATEGI PEMASARAN
KETERHUBUNGAN DALAM BISNIS-KE-BISNIS:
STUDI KASUS PADA PT KUTILANG PAKSI MAS**

Tesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh
Donny Chrisdianto
12/341846/PEK/17553

Kepada
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2016