

**EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI
(Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk.
Begawan Malang)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Dosen Pembimbing:
Isnani Dzuhrina, M.Adv

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI**
(Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk.
Begawan Malang)

Diajukan Oleh :

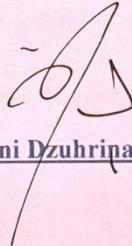
AMELIA DIANOVITA

201910040311248

Telah disetujui

Rabu / 21 Mei 2025

Pembimbing ✍



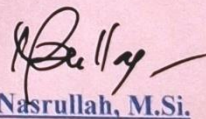
Isnani Dzuhriana, M.Adv

Wakil Dekan I



Najamuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AMELIA DIANOVITA

201910040311248

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS


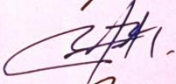

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 21 Mei 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Widiya Yutanti, M. A (Hons)** ()
2. **Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom** ()
3. **Isnani Dzuhrina, M.Adv** ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khairul Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(IV)/(2025)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Amelia Dianovita
No Induk Mahasiswa : 201910040311248
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Evaluasi Aktivitas Komunikasi Pemasaran Melalui Implementasi B2B (Business-To-Business) Pada Bisnis Properti (Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk. Begawan Malang

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 12 April 2025

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina S. Sos, M. Adv



Kampus I
Jl. Bembung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bembung Rutani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Amelia Dianovita
NIM : 201910040311248
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI (Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk. Begawan Malang)

Disetujui,
Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 166 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 189 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 494 318 (Hunting)
F: +62 341 480 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Amelia Dianovita
NIM : 201910040311248
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : **EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI** (Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk. Begawan Malang) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, Saya bersedia **TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Februari 2025

Yang Mervatakan,



ASAD1AMX179295104
Amelia Dianovita



Kampus I
Jl. Babarsung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 531 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Suci No 188 Malang Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 462 435
E. webmaster@umma.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI IMPLEMENTASI B2B
(BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI (Studi Kasus pada Karyawan Divisi
Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk. Begawan Malang)

Oleh:

Nama : Amelia Dianovita

NIM : 201910040311248

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 10 Februari 2025

Pembimbing I/Promotor

Isnani Dzuhriana, M.Adv.

NIP. 10306110439

(* Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bendungan I Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 253 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarjo No 188 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 149 (Hunting)
F +62 341 552 080

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 319 (Hunting)
F +62 341 460 435
E webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : AMELIA DIANOVITA

NIM : 201910040311248

Hasil Plagiasi : $\frac{11}{4}$

BAB I	14			
BAB II	10			
BAB III	18			

$\frac{11}{4}$

BAB IV	1			
BAB V	10			
BAB VI				

Malang, 11 APRIL 2025

Admin Plagiasi Prodi,





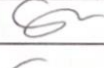
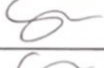

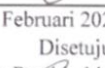
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Amelia Dianovita
2. NIM : 201910040311248
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI (Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk. Begawan Malang)
6. Pembimbing : Isnani Dzuhrina, M.Adv
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
30 September 2023	Fenomena/topik penelitian, feedback: membaca teori dan studi kasus tentang strategi komunikasi pemasaran pada bisnis properti	
18 November 2023	Latar Belakang dan Tinjauan Pustaka disarankan untuk fokus pada pembahasan komunikasi pemasaran berdasarkan kajian komunikasi bukan manajemen bisnis	
24 November 2023	Seminar Proposal, feedback: memperdalam teori dalam tinjauan pustaka dan memperbaiki fokus analisis dan keabsahan data	
17 Mei 2024	ACC untuk melakukan penelitian	
14 Agustus 2024	Memperbaiki bagian hasil dan pembahasan serta kesimpulan	
25 Januari 2025	ACC Seminar Hasil	
4 Februari 2025	Melakukan Seminar Hasil	

Malang, 13 Februari 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 4 Februari 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Amelia Dianovita
2. NIM : 20191004031248
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI (Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk. Begawan Malang)
6. Dosen Pembimbing : Isnani Dzuhrina, M.Adv.
7. Dosen Penguji : Widiya Yutanti, S.Sos, M.A.


Seminar hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui Platform Zoom dengan tautan link <https://us06web.zoom.us/j/84541331645?pwd=EOxQgE5TRjLGOsmMhbK7RVam0WcEzv.1>
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji serta 10 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir.
Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK~~ LULUS.

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Dosen Penguji


Widiya Yutanti, S.Sos, M.A

Malang, 13 Februari 2025

Dosen Pembimbing


Isnani Dzuhrina, M.Adv.

**BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Nama : Amelia Dianovita
NIM : 201910040311248
Hari/Tanggal : Selasa, 4 Februari 2025
Via : Google Form

No	NAMA LENGKAP	NIM
1.	Herlina Putri	202010040311029
2.	Nava Amalia	202010040311069
3.	Mutiara Nahyati	202110040311435
4.	Ainia Indah Cahyani	202110040311355
5.	Bryan Sarwana Firmansyah	202110040311498
6.	Nur Hasanah	202110040311526
7.	Ihzhannudin Adzhari	202110040311506
8.	Surya Erikho Sasmita	202110040311510
9.	Nada Rismana	202110040311242
10.	Dimas Rizky Iqtyan Putra	202110040311529

Malang, 13 Februari 2025

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Isnani Dzuhrina, M.Adv.

ABSTRAK

Amelia Dianovita, NIM. 201910040311248. EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI (Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk. Begawan Malang). Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi aktivitas komunikasi pemasaran melalui implementasi Business-to-Business (B2B) pada bisnis properti, dengan studi kasus pada Divisi Marketing dan Komunikasi PT. PP Properti Tbk Begawan Malang. Dalam industri properti, strategi komunikasi pemasaran yang efektif sangat penting dalam membangun hubungan bisnis yang kuat dengan mitra dan pelanggan. Namun, dalam implementasinya, strategi B2B yang diterapkan oleh Begawan Apartment menghadapi berbagai kendala, termasuk kurangnya keterampilan internal dalam tim pemasaran dan hambatan eksternal dari pihak mitra bisnis.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus evaluatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap subjek yang terlibat langsung dalam strategi pemasaran perusahaan. Analisis data menggunakan model SOSTAC untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi pemasaran B2B di Begawan Apartment belum berjalan secara optimal. Faktor utama yang menyebabkan kendala ini adalah kurangnya keahlian tim pemasaran dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif, serta kompleksitas regulasi dan birokrasi dari mitra bisnis seperti perbankan. Selain itu, penggunaan media pemasaran yang kurang maksimal menyebabkan efektivitas penyampaian pesan tidak optimal.

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai tantangan dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran B2B di industri properti dan menawarkan rekomendasi perbaikan, seperti peningkatan kompetensi tim pemasaran, optimalisasi strategi digital marketing, serta penguatan hubungan dengan mitra bisnis melalui komunikasi yang lebih strategis dan terarah.

Kata Kunci: Evaluasi Komunikasi Pemasaran, Business-to-Business, Properti, Strategi Pemasaran, Model SOSTAC

Malang, 15 Maret 2025



Amelia Dianovita
NIM. 201910040311248

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Isnani Dzuhrina, M.Adv
NIP. 10306110439

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala rasa puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah memberikan ridho serta pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya dalam penulisan skripsi ini. Tak lupa salam ditujukan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam sebagai suri tauladan yang menginspirasi umat. Alhamdulillah hirabbil'alamin, penulis ucapkan atas selesainya skripsi ini yang berjudul **“EVALUASI AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI IMPLEMENTASI B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS) PADA BISNIS PROPERTI (Studi Kasus pada Karyawan Divisi Marketing dan Komunikasi PT.PP Properti Tbk. Begawan Malang)”**.

Pada proses penyusunan skripsi ini, terdapat suka maupun duka yang penulis rasakan untuk mendapatkan gelar sarjana yang membanggakan. Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa tanpa henti. Oleh karenanya, peneliti ingin mengucapkan terimakasih secara khusus kepada:

1. Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang telah memberikan penguatan dalam setiap langkah dan usaha berupa jalan kemudahan, kelancaran, dan kesehatan dalam proses pengerjaan Skripsi/Tugas Akhir.
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang; Bapak Muslimin Machmud, M. Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang; Bapak Nasrullah, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang atas ilmu dan bimbingannya selama proses perkuliahan.
3. Ibu Isnani Dzuhrina, M.Adv., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan bersedia meluangkan waktu untuk mengajarkan dan memberikan masukan maupun saran dalam penyusunan Skripsi ini dan juga selalu memberikan semangat dan motivasi hingga terselesaikannya Skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan pelajaran, pengetahuan, motivasi serta pengalaman berharga dan dukungan selama menempuh masa perkuliahan.
5. Alm./almh. Papa dan Mama selaku kedua orang tua kandung penulis yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan menyayangi dengan penuh kasih sayang. Terima kasih tiada terkira atas segala doa dan support yang selalu diberikan kepada penulis, memberikan support pendidikan terbaik, kesempatan dan rasa percaya yang tidak ada batasnya hingga penulis dapat terus melangkah pada impian dan tujuan dengan penuh keyakinan utamanya dalam menyelesaikan kewajiban di perkuliahan ini. Rasa rindu yang tiada terkira ini semoga dengan terselesaikannya penulisan Skripsi ini hingga mendapatkan gelar sarjana yang sebagian besar ditujukan untuk Papa dan Mama dapat menjadi sebuah rasa bangga untuk beliau di alam sana.

6. Kedua kakak kandung penulis yaitu Claudio Kristanyo dan Aldo Arthadino yang selalu mendukung dan menguatkan penulis untuk bisa menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar sarjana ditengah hiruk pikuk permasalahan yang harus penulis hadapi seorang diri hingga dapat terselesaikan dan terlewati satu demi satu.
7. Kakak Andewi Oktris Subekti, S.H., beserta keluarga yang penulis kenal dekat diawal tahun 2025 ini dengan penuh rasa sayang dan peduli yang teramat dalam dirinya. Terima kasih atas banyaknya dukungan kepada penulis baik secara materi maupun non-materi selama menyusun dan mengurus berkas menuju sidang di Malang, mendorong dan memperhatikan kesehatan fisik dan mental penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan penuh rasa cinta dan bangga.
8. Yunita Chintya Triswastantika selaku sahabat baik penulis yang selalu hadir dalam setiap fase perjuangan skripsi ini, menjadi pendengar baik tanpa rasa lelah dan menghakimi, yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis serta bantuan dalam penyusunan naskah saat penulis merasa putus asa dan kesulitan. Semoga persahabatan kita selalu terjaga.
9. Herlina Putri yang selalu menyempatkan waktunya ditengah kesibukannya dalam memastikan *progress* penulis agar tidak hilang arah dan kesulitan dalam menyelesaikan penulisan dengan bantuan langsung berupa perbaikan format dan revisi isi atas keseluruhan penulisan naskah skripsi.
10. Galuh Kusuma Wardhani yang selalu menjadi orang pertama yang *excited* dengan kabar perkembangan Skripsi penulis sejak awal pengajuan judul di tahun 2022, yang juga turut menyempatkan waktu ditengah kewajiban bekerja untuk menjadi teman bertukar pikiran dan merevisi naskah penulisan sebelum penulis melakukan bimbingan dosen dan masih konsisten terjadi sampai naskah siap diujikan.
11. Yenny Amalia yang selalu dengan baik memberikan perhatian dan waktu lebih kepada penulis semasa aktif di perkuliahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi dengan penuh dukungan dan penguatan kepada penulis.
12. Aina Indah Cahyani dan Mutiara Nahyati yang membantu penulis selama proses pengujian naskah dan dukungan mental serta menjadi pendengar baik ketika penulis sedang berada dititik terendah.
13. Ardila Maulina yang selalu meluangkan dan siap sedia memberikan tumpangan nyaman selama masa perkuliahan dan bantuan kepada penulis selama proses berpikir dan menyusun skripsi di Malang
14. Refinda Ayu Nur Azizah, Mailisa Lova, Dea Amalia, Namira Makaramah yang turut mendukung penulis menjadi tempat pulang dan berbagi rasa suka dan duka.
15. Natasya Peeps; Sasya Farikha, Nava Amalia dan Isabel yang menjadi teman berproses bersama dan menjadi alasan penulis bertahan dalam mengupayakan gelar sarjana dengan obrolan hangat dan menguatkan disatu kost lantai 2.
16. Kontrakan Firdaus; Dhita, Denisa dan Mahayu yang menjadi teman bertahan hidup semasa akhir perkuliahan dan saling mendorong satu sama lain agar kelak mendapatkan gelar sarjana bersama.
17. Diah Arum Apriliya, sekeluarga, yang kebersamai penulis selama proses mengupayakan hal-hal sulit yang terjadi di akhir menuju masa perkuliahan selesai.

18. Seluruh teman-teman Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) yang telah menjadi teman berproses selama tiga periode dengan penuh suka dan duka, yang menjadi rumah dalam wujud manusia. Terima kasih atas banyaknya cerita dan pengalaman berharga yang menjadikan masa perkuliahan penulis menjadi sangat berwarna.
19. Seluruh keluarga besar Toko Kopi Sumber Rejeki dan Surya Kopitiam Banyuwangi yang memberikan dukungan penuh dan keyakinan yang besar bahwa penulis dapat menyelesaikan perkuliahan menuju ending pada gelar sarjana yang berkah dan membanggakan.
20. Teman-teman Marketing Begawan, utamanya Deskarina Mahardika, Andre Setiawan, Fahrizal Firdaus, yang selalu siap sedia untuk membantu penulis dalam menyajikan data yang dibutuhkan untuk pemenuhan validitas penulisan skripsi hingga selesai.
21. Seluruh teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu dan telah terlibat dalam proses pengerjaan Skripsi ini atas dukungan dan motivasinya dikala suka dan duka.

Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, diharapkan saran dan kritik untuk membangun kesempurnaan karya ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Malang, 20 Februari 2025

Amelia Dianovita

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Evaluasi Komunikasi Pemasaran	7
2.2 Audit Komunikasi Pemasaran dengan Metode <i>SOSTAC</i>	8
2.3 Business-To-Business	10
2.4 Penelitian Terdahulu	13
BAB III	20
METODE PENELITIAN	20
3.1 Paradigma Penelitian	20
3.3 Jenis/Tipe Penelitian	21
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.5 Sumber Data	22

3.7	Teknik Analisis Data	24
3.8	Uji Keabsahan Data	26
BAB IV		27
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		27
4.1	Gambaran Umum Apartemen Begawan	27
	Gambar 1 : Struktur Organisasi Divisi Marketing Begawan Apartment.....	30
4.3	Profil Subjek	33
4.4	Hasil Temuan Penelitian	34
4.4.1	Identifikasi Masalah Utama.....	35
	Gambar 2: Pertemuan dengan Klien.....	37
4.4.2	Evaluasi Faktor Penyebab.....	37
a.	Kurangnya Aspek Keahlian Internal dalam Tim Pemasaran.....	38
	Gambar 3: Pertemuan dengan Mitra.....	38
b.	Kendala Eksternal dari Klien.....	40
	Gambar 4: Penyampaian Knowledge kepada Klien.....	41
4.4.3	Analisis Model <i>SOSTAC</i>	41
	Gambar 5: Turun aksi B2B secara PR.....	45
3.	<i>Personal Selling</i>	45
	Gambar 6: Personal Selling kepada Klien.....	46
4.	<i>Direct Marketing</i>	47
4.5	Pembahasan Penelitian	50
BAB V		55
PENUTUP		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran	55
5.2.1	Saran Akademis.....	56
5.2.2	Saran Praktis.....	56
LAMPIRAN		62
Lampiran 1 : Transkrip Wawancara		62
Lampiran 2 : Kondensasi Data Hasil Wawancara		74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Organisasi Divisi Marketing Begawan Apartment

Gambar 2: Pertemuan dengan Klien

Gambar 3: Pertemuan dengan Mitra

Gambar 4: Penyampaian Knowledge kepada Klien

Gambar 5: Turun aksi B2B secara PR

Gambar 6: Personal Selling kepada Klien



DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, M. S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran B2B (Business-To- Business) Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di PT. Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost). *Jurnal Komunikasi*. Retrieved Oktober, 2023, from <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/31604>
- Afriansyah, J. Y. (2015). *Kiss the King Kong: Kiat Menaklukkan Klien Korporasi (B2B)*. Elex Media Komputindo.
- Asriwati. (2021). *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication For Behavioral Impact (Combi) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*. Syiah Kuala University Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Komunikasi_yang_Efektif_Communi/WzFfEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=strategi+komunikasi&pg=PA5&printsec=frontcover
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Budhiono, I. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN KONSULTAN PROPERTY BERBASIS BUSINESS-TO- BUSINESS (STUDI KASUS PADA PT. XY DI INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 38-56. https://kc.umh.ac.id/id/eprint/22349/10/BAB_II.pdf
- Budihardjo, A., Prasetya, P., Ramadhanti, F., Saputra, I., Istijanto, & Safriana, L. (2023). *Fenomena Bisnis Ekonomi Terkini: Seri 2 2022-2023*. Prasetya Mulya Publishing.
- Claudia, M. M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Business-To-Business di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Komunikasi*. Retrieved Oktober, 2023, from <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/26770>

Chaffey, D. (2015). *DIGITAL BUSINESS AND E-COMMERCE MANAGEMENT: STRATEGY, IMPLEMENTATION AND PRACTICE* (6th ed.). Pearson.

Citra, A. (2011, Oktober). AUDIT KOMUNIKASI PEMASARAN MOTION RADIO: ANALISIS MEDIA ORGANIZATIONAL MODEL MELALUI METODE SOSTAC. *Humanoria*, 2(2), 1267-1275.

Derivanti, A. D., & Ramadhani, A. (2023, Agustus 4). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Mitra Property Group Dalam Meningkatkan Penjualan Property Di Perumahan Sentul City Bogor. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1, 435-448.
<https://doi.org/10.54066/jikma-itb.v1i4.571>

Egan, J. (2020). *Marketing Communications*. SAGE Publications. ISBN 978-1-52644-688-6

Erdian, F. S., Barkah, C. S., Achmawati Novel, N. J., & Sukoco, I. (2023). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Business To Business (B2B) Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Lentara Bisnis*, 12(2598-618X), -.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/106261277/584-libre.pdf?1696540213=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPeran_Strategi_Komunikasi_Pemasaran_Busi.pdf&Expires=1719823149&Signature=E6FnPTfwdCBAZo4GUznt~HDKbL1076o9YAvkSDc4iw1kTH06MPILqE~PM

Febriani, N. S., & Asmara, W. W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=MtqFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=komunikasi+pemasaran&ots=PtWuqoZu-l&sig=NWgKcOr08PYIWBExfSUvIXQUMH4&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi%20pemasaran&f=false

Fill, C., & Jamieson, B. (2006). *Marketing Communications*. -. -

- Grahadyarini, B. L. (2023, April 10). Sektor Properti Topang Perekonomian. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/04/10/sektor-properti-tahan-banting>
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *PEMASARAN SYARIAH Teori dan Aplikasi*. Kencana. [https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Syariah/3hVNDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Bauran+Promosi+Menurut+Kotler+dan+Gary+A.+dalam+Sindoro+\(2000\)&pg=PA19&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Syariah/3hVNDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Bauran+Promosi+Menurut+Kotler+dan+Gary+A.+dalam+Sindoro+(2000)&pg=PA19&printsec=frontcover)
- Hutt, M. D., & Speh, T. W. (2007). *Business Marketing Management : B2B* (9th ed.). Mason, OH : Thomson South-Western. <http://opac-upt-bung-hatta.perpusnas.go.id/detail-opac?id=8397>
- Jonathan, A. (2012). Strategi Business To Business (B2B) Dalam Manajemen Bisnis Perusahaan. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen, 1*. Retrieved November, 2023, from <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/60/59>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing 7th Edn PDF EBook* (Seventh European Edition ed.). Pearson Education. https://www.google.co.id/books/edition/_/PSxQDQAAQBAJ?hl=en&kptab=overview
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58351292/107308-ID-strategi-komunikasi-pemasaran-dalam-kegi-libre.pdf?1549540776=&response-content->

disposition=inline%3B+filename%3DDID_strategi_komunikasi_pemasaran_dalam_k.p
df&Expires=1717771160&Signature=MmtBYcbk5fkf

Limakrisna, N., & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.

Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang : Selaras.

Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta : UI-Press.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=298242>

Rahmani, P. (2019). Komunikasi Pemasaran Terpadu Radio Swasta di Yogyakarta Dalam Memperoleh Pengiklan Dengan Konteks B2B. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Retrieved 2023, from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/14094>

Shepherd, L. (2012). *Market Smart: How to Gain Customers and Increase Profits with B2B Marketing*. AuthorHouse.

Suwendra, I. W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Nilacakra.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=8iJtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=kegunaan+teknik+dokumentasi+dalam+penelitian+kualitatif+&ots=Vi7xE4PTI4&sig=SgbU3sVwatRcG1GEYf2UOI5Q1mQ&redir_esc=y#v=onepage&q=kegunaan%20teknik%20dokumentasi%20dalam%20penelitian

Tandayu, G. E. H. (n.d.). Strategi Komunikasi Pemasaran Ourlash Beauty Melalui Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan. Retrieved November, 2023, from <http://repositori.buddhidharma.ac.id/>

Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedua ed.). Andi Offset.