

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| KATA PENGANTAR .....   | iv   |
| DAFTAR ISI.....  | vi   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | viii |
| DAFTAR TABEL.....  | ix   |
| ABSTRAK .....  | x    |
| ABSTRACT.....  | xi   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                      | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                    | 11   |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....                              | 12   |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                                   | 12   |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                                  | 12   |
| 1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....                | 13   |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....                               | 13   |
| BAB II LANDASAN TEORI.....                                   | 15   |
| 2.1 B2B <i>Marketing</i> .....                               | 15   |
| 2.2 Perjalanan Pelanggan B2B .....                           | 15   |
| 2.2.1 Pra Pembelian.....                                     | 16   |
| 2.2.2 Pembelian .....  | 16   |
| 2.2.3 Pasca Pembelian .....                                  | 17   |
| 2.3 Digitalisasi Marketing dalam Konteks B2B.....            | 18   |
| 2.4 Digitalisasi Perjalanan Pelanggan dalam Konteks B2B..... | 20   |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....                                | 22   |
| 2.6 Kerangka Pemikiran .....                                 | 23   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                              | 25   |
| 3.1 Desain penelitian .....                                  | 25   |
| 3.2 Metode Pengumpulan data .....                            | 26   |

|  |     |
|--|-----|
| 3.2.1. Data primer .....   | 26  |
| 3.2.2. Data Sekunder .....   | 27  |
| 3.3 Instrumen Penelitian .....                                       | 28  |
| 3.4 Teknik Analisis Data .....                                       | 33  |
| 3.5 Validitas dan Reliabilitas Penelitian .....                      | 35  |
| 3.5.1 Uji Validitas Penelitian .....                                 | 35  |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas Penelitian .....                              | 35  |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN .....                      | 38  |
| 4.1 Profil Partisipan .....  | 38  |
| 4.2 Analisis Data .....  | 40  |
| 4.2.1 Identifikasi Perjalanan Pelanggan .....                        | 43  |
| 4.2.2 Tantangan Dan Peluang Digitalisasi .....                       | 52  |
| 4.2.3 Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> .....                     | 59  |
| 4.2.4 Reliabilitas Penelitian .....                                  | 61  |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                | 62  |
| 4.3.1 Perjalanan Pelanggan .....                                     | 63  |
| 4.3.2 Peluang dan Tantangan Perjalanan pelanggan .....               | 74  |
| 4.3.3 Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> .....                     | 77  |
| 4.3.4 Evaluasi Digitalisasi Perjalanan Pelanggan Industropolis ..... | 82  |
| 4.4 Strategi Rekomendasi .....                                       | 90  |
| BAB V SIMPULAN .....   | 95  |
| 5.1 Simpulan .....   | 95  |
| 5.2 Implikasi Penelitian .....                                       | 96  |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian .....                                    | 97  |
| 5.4 Saran .....  | 97  |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 99  |
| LAMPIRAN .....   | 102 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Perbedaan Nilai Investasi Asing Langsung Indonesia dan Vietnam..... | 1  |
| Gambar 1.2 Realisasi Investasi Asing di Indonesia Tahun 2010 hingga 2024.....  | 2  |
| Gambar 1.3 Penyerapan Tenaga Kerja dari Investasi PMDN dan PMA di Indonesia .  | 4  |
| Gambar 1.4 Masterplan 4300 HA .....  | 7  |
| Gambar 1.5 Produk-produk Industropolis Batang .....                            | 8  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....   | 23 |
| Gambar 3.1 Desain Penelitian.....  | 25 |
| Gambar 4.1 Forum Bisnis .....  | 42 |
| Gambar 4.2 Peserta Forum Bisnis.....   | 43 |
| Gambar 4.3 Pemberitaan Industropolis Batang .....                              | 45 |
| Gambar 4.4 <i>Form Interest</i> .....  | 47 |
| Gambar 4.5 Antarmuka CRM Industropolis Batang .....                            | 48 |
| Gambar 4.6 Analisis Penilaian <i>Website</i> Industropolis Batang.....         | 69 |
| Gambar 4.7 Penilaian Aspek Performa <i>Website</i> Industropolis Batang.....   | 70 |
| Gambar 4.8 Analisis <i>Visitor Website</i> Industropolis .....                 | 72 |
| Gambar 4.9 Brosur Penawaran Industropolis Batang.....                          | 73 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Pembagian Klaster Industropolis Batang.....                           | 7  |
| Tabel 3.1 Data Partisipan Wawancara Dalam Penelitian.....                       | 27 |
| Tabel 3.2 Pedoman Wawancara Internal Industropolis Batang .....                 | 28 |
| Tabel 3.3 Pertanyaan Wawancara Eksternal Industropolis Batang .....             | 31 |
| Tabel 3.4 Klasifikasi Nilai <i>Cohen Kappa</i> .....                            | 36 |
| Tabel 4.1 Data Partisipan Wawancara Dalam Penelitian.....                       | 38 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji IRR ( <i>Cohen's Kappa</i> ).....                           | 62 |
| Tabel 4.3 Fase Perjalanan Pelanggan.....  | 63 |
| Tabel 4.4 Peluang dan Tantangan Digitalisasi Industropolis.....                 | 74 |
| Tabel 4.5 Pemanfaatan <i>Awareness</i> dan <i>Engagement</i> .....              | 77 |
| Tabel 4.6 Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> Proses Pembelian.....            | 79 |
| Tabel 4.7 Fase Pasca Pembelian <i>Support</i> dan <i>Retention</i> .....        | 81 |
| Tabel 4.8 Evaluasi Digitalisasi Perjalanan Pelanggan Industropolis .....        | 83 |
| Tabel 4.9 Strategi Rekomendasi dalam Perjalanan Pelanggan Industropolis Batang. | 90 |