

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR GRAFIK	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.6 Lingkup Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
2.1 Teori Pengambilan Keputusan	19
2.2 <i>Big Data</i>	28
2.2.1 Pengertian <i>Big Data</i>	28
2.2.2 <i>Big Data Analytics</i>	29
2.3 Manajemen Hubungan Pelanggan	31
2.4 Strategi Penjualan	33
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu	35
2.6 Kerangka Penelitian	37
BAB III METODA PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Metode Pengumpulan Data	41
3.2.1 Jenis Dan Sumber Data	41
3.2.1.1 Wawancara Di Kantor Pusat	42
3.2.1.2 Kuesioner Di Kantor Cabang	43
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.3 Teknik Analisa Data	50

3.4	Profil Kasus	51
3.4.1	Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Maskapai Garuda Indonesia	51
3.4.1.1	Garuda Miles	53
3.4.2	Strategi Penjualan Pada Maskapai Garuda Indonesia	55
3.4.2.1	Skema Penjualan Penumpang	55
3.4.2.2	Skema Penjualan Kargo	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Pemahaman Dan Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Pada Manajer Di Kantor Pusat	63
4.1.1	<i>Design Attitude</i> Pada Jajaran Manajerial Terkait Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Di Kantor Pusat	64
4.1.1.1	Penggambaran Dalam <i>Big Data Analytics</i>	64
4.1.1.2	Pengenalan Dalam <i>Big Data Analytics</i>	67
4.1.1.3	Pengertian Dalam <i>Big Data Analytics</i>	70
4.1.1.4	Penerapan Dalam <i>Big Data Analytics</i>	73
4.1.1.5	Evaluasi Dalam <i>Big Data Analytics</i>	75
4.1.2	Kesimpulan Pemahaman Dan Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Pada Jajaran Manajerial Di Kantor Pusat	79
4.2	Pemahaman Dan Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Pada Jajaran Manajerial Di Kantor Cabang	84
4.2.1	Deskripsi Data Kuesioner	84
4.2.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner	85
4.2.3	Pembahasan Hasil Kuesioner	87
4.2.3.1	Pemahaman <i>Big Data Analytics</i>	87
4.2.3.2	Pemahaman Insan Manajerial Terkait <i>Big Data Analytics</i> Pada Penjualan Dan Manajemen Hubungan Pelanggan	88
4.2.3.3	Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Terkait Manajemen Hubungan Pelanggan	98
4.2.3.3	Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Terkait Pertumbuhan Penjualan	108
BAB V SIMPULAN		111
5.1	Simpulan	111
5.2	Implikasi	113
5.3	Keterbatasan	114
5.4	Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA		116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kondisi Lalu Lintas Penerbangan Tahun 2020	2
Tabel 2.	Pendapatan Maskapai di Dunia Tahun 2019 - 2020	3
Tabel 3.	Laporan Laba Rugi Dan Penghasilan Komprehensif Lain Maskapai Garuda Indonesia Grup Tahun 2019 – 2020	10
Tabel 4.	Sistem Informasi Manajemen Berdasarkan Komputer	26
Tabel 5.	Pertanyaan Wawancara Didasarkan Design Attitude.....	42
Tabel 6.	Pertanyaan Kuesioner Pada Penelitian Hallikainen et al (2019).....	43
Tabel 7.	Pengembangan Pertanyaan Kuesioner	44
Tabel 8.	Daftar Pertanyaan Kuesioner	45
Tabel 9.	Daftar Pertanyaan Wawancara	49
Tabel 10.	Pendapatan Penerbangan Berjadwal Maskapai Garuda Indonesia Grup Tahun 2019 – 2020.....	55
Tabel 11.	Saluran Penjualan Penumpang Garuda Indonesia	56
Tabel 12.	Saluran Penjualan Kargo Garuda Indonesia.....	61
Tabel 13.	Narasumber Wawancara	63
Tabel 14.	Hasil Uji Validasi Kuesioner.....	86
Tabel 15.	Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 16.	Tabel Pertanyaan Manajemen Hubungan Pelanggan.....	99
Tabel 17.	Aksesibilitas	100
Tabel 18.	Pengembangan Profil	101
Tabel 19.	Segmentasi	102
Tabel 20.	Identifikasi Pelanggan Akhir.....	102
Tabel 21.	Pola Aktivitas Pelanggan	103
Tabel 22.	Program Penjualan	104
Tabel 23.	Loyalitas	105
Tabel 24.	Rangkuman Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> pada Manajemen Hubungan Pelanggan.....	105
Tabel 25.	Kriteria <i>Big Data Analytics</i> Terkait Pertumbuhan Penjualan	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian	39
Gambar 2. Tampilan Layar Konfirmasi Pembukuan Tiket Garuda Indonesia	52
Gambar 3. Tampilan Airway bill Kargo	53
Gambar 4. Tampilan <i>Dashboard Amadeus Analytics</i>	81
Gambar 5. Tampilan <i>Dashboard Amadeus Analytics</i>	81
Gambar 6. Tampilan Google Analytics	82
Gambar 7. Tampilan NAVICAT	82
Gambar 8. Tampilan <i>Dashboard PowerBI</i> by Microsoft di Garuda Indonesia ...	97
Gambar 9. Tampilan <i>Dashboard PowerBI</i> by Microsoft di Garuda Indonesia ...	97
Gambar 10. Tampilan Platform ICMS di Garuda Indonesia	97

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.	Jabatan Responden Kuesioner.....	85
Grafik 2.	Pemahaman <i>Big Data Analytics</i>	88
Grafik 3.	Pemahaman <i>Big Data Analytics</i> Pada Penjualan Penumpang	90
Grafik 4.	Alat Analisis Yang Digunakan Untuk Penjualan Penumpang	91
Grafik 5.	Pemahaman <i>Big Data Analytics</i> Pada Penjualan Kargo	92
Grafik 6.	Alat Analisis Yang Digunakan Pada Penjualan Kargo	92
Grafik 7.	Pemahaman <i>Big Data Analytics</i> Pada CRM Aspek Penumpang	93
Grafik 8.	Alat Analisis Yang Digunakan Untuk CRM Pada Penumpang	94
Grafik 9.	Pemahaman <i>Big Data Analytics</i> Pada CRM Aspek Kargo	95
Grafik 10.	Alat Analisis Yang Digunakan Untuk CRM Pada Kargo	95
Grafik 11.	Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Terhadap Manajemen Hubungan Pelanggan Pada Aspek Penumpang Dan Kargo.....	99
Grafik 12.	Analisis Pada Aspek B2C Penumpang.....	106
Grafik 13.	Analisis Pada Aspek B2B Penumpang.....	107
Grafik 14.	Analisis Pada Aspek B2C Kargo	107
Grafik 15.	Analisis Pada Aspek B2C Kargo	108
Grafik 16.	Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Terhadap Pertumbuhan Penjualan Pada Aspek Penumpang.....	110
Grafik 17.	Penggunaan <i>Big Data Analytics</i> Terhadap Pertumbuhan Penjualan Pada Aspek Kargo	110