

Nama : Muhammad Siddiq L
Nim : 09031381722132
Kelas : Sistem Informasi Regular 4B

METODELOGI PENELITIAN

- Qualitative Research

Organisational, technical and data quality factors in CRM adoption — SMEs perspective

Conclusions:

Makalah ini telah mengeksplorasi faktor-faktor terkait organisasi, teknis dan kualitas data yang mempengaruhi adopsi CRM di UKM. Melalui tinjauan kritis literatur normatif, penulis mengidentifikasi beberapa faktor yang dianggap berpengaruh selama adopsi CRM dan ICT. Faktor utama yang diekstrapolasi meliputi: Manfaat; Keterampilan TIK staf; Keterampilan TIK Manajerial; Ukuran organisasi; Mendukung; Pendanaan; Strategi; Tujuan bisnis; Respon / sikap pelanggan; Pemerintah; Tekanan kompetitif; Pemasok; Infrastruktur TIK; Biaya pembelian, implementasi dan integrasi; Evaluasi sistem dan kriteria pemilihan; Kompleksitas; Integrasi; Vendor setelah dukungan penjualan; Kriteria pemilihan perangkat lunak; Evaluasi Alat dan Proses Kualitas Data; Evaluasi kualitas data pelanggan; Infrastruktur data pelanggan; dan klasifikasi sumber data pelanggan. Faktor-faktor ini dapat memberikan para peneliti dan praktisi lainnya dengan pemahaman tentang masalah yang perlu dipertimbangkan dan dapat bertindak sebagai kerangka acuan yang terkait dengan adopsi CRM di UKM. Untuk menguji dan memvalidasi faktor-faktor ini secara empiris, pendekatan studi multi-kasus diadopsi, yang melibatkan pengambil keputusan utama di 30 UKM di Inggris. Temuan-temuan dari studi kasus mengkonfirmasi dan memvalidasi faktor-faktor yang diidentifikasi ketika didasarkan pada lingkungan UKM. Dengan demikian, makalah ini menawarkan pemahaman lebih lanjut tentang fenomena seputar evaluasi adopsi CRM dalam konteks UKM. S. Alshawi et al. / Manajemen Pemasaran Industri 40 (2011) 376-383 381 Karenanya makalah ini memberikan dukungan yang lebih baik kepada para pembuat keputusan yang terkait dengan evaluasi dan adopsi CRM dalam jenis organisasi ini. Oleh karena itu, kontribusi dari penelitian ini adalah untuk memberikan kerangka acuan yang dapat digunakan sebagai dasar teoritis untuk mempelajari lebih lanjut adopsi UKM dari CRM, dan teknologi TIK terkait lainnya. Temuan dari penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kecuali untuk dimensi ukuran organisasi, sebagian besar faktor yang mempengaruhi adopsi CRM memiliki sifat yang serupa dengan faktor yang mempengaruhi adopsi UKM terhadap inovasi TIK lain yang telah dipelajari sebelumnya. Selain itu, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa ada kesamaan yang jelas antara faktor kualitas data yang mempengaruhi UKM dan yang mempengaruhi organisasi besar ketika menerapkan inovasi CRM. Temuan ini juga sejalan dengan proposisi penelitian yang dinyatakan dalam makalah ini. 9.1. Pekerjaan di masa depan Hasil yang disajikan dalam makalah ini merupakan tahap pertama penelitian yang berkaitan dengan mengidentifikasi dan memvalidasi faktor yang mempengaruhi adaptasi CRM di UKM. Tahap selanjutnya akan melibatkan studi yang lebih luas untuk mengeksplorasi efek faktor dan keterkaitan mereka.

Strategic issues in customer relationship management (CRM) implementation

Conclusion:

Hasil penelitian memprihatinkan, karena mereka mendukung temuan survei lain yang menunjukkan tingkat kegagalan yang tinggi untuk CRM. Penelitian ini dilakukan karena kurangnya relatif studi empiris CRM, khususnya dalam sektor bisnis ini. Kontribusi sederhana ini telah mengidentifikasi dan menganalisis beberapa pendekatan dan teori yang berkaitan dengan implementasi proyek CRM dan CRM. Studi ini menegaskan bahwa CRM adalah konsep yang kompleks dan holistik yang membutuhkan proses bisnis yang tepat dan sistem terintegrasi. Selain itu, penelitian ini menunjukkan relevansi kebutuhan untuk kepemimpinan yang efektif, sumber, penargetan dan evaluasi dalam strategi CRM. Kasus ELMS adalah studi pola dasar dari implementasi CRM yang telah gagal disampaikan dalam bidang-bidang inti ini dan di mana banyak pelajaran dapat dipelajari oleh pengadopsi lainnya. Ini adalah contoh menarik dari pengaruh CRM dan bagaimana hal itu memaksa BPMJ 9,5 600 Diunduh oleh UNIVERSITY OF NEW ENGLAND (AUS) Pada 13:41 08 Desember 2017 (PT) perusahaan berubah. Terlepas dari satu dekade perkembangan sehubungan dengan perubahan proses bisnis, integrasi sistem, dan sumber informasi, baru sekarang dengan ancaman persaingan sentris CRM, yang menargetkan pelanggan secara efektif, ELMS terpapar oleh ketidakpedulian mereka terhadap perubahan di area tersebut. Dampak dari CRM adalah nyata dan juga masalah bagi organisasi tertentu dalam hal implementasi yang sukses. Ini adalah skenario yang mengganggu karena akumulasi faktor yang beragam dan kompleks yang sekarang perlu ditangani, kurangnya keahlian untuk menyelesaikannya, dan kurangnya waktu untuk merespons dengan tepat. Dengan demikian, ada kebutuhan besar untuk penelitian empiris tambahan dalam CRM untuk mengidentifikasi sejauh mana masalah tersebut, keadaan efektivitas organisasi dan wawasan tambahan. Penelitian khusus ini sedang berlangsung dan akan bertujuan untuk mengembangkan dan memperluas masalah yang diangkat dengan melakukan studi yang lebih empiris.

- Quantitative Research

Qualitative research in marketing Road-map for a wilderness of complexity and unpredictability

Conclusion:

Jika kita ingin pemasaran menjadi disiplin yang produktif dan terhormat dalam manajemen, baik dari sudut pandang akademis, praktisi, dan masyarakat, kita perlu menggunakan semua indera kita termasuk kemampuan kognitif dan emosional. Jika kita menerima secara filosofis bahwa ada realitas pemasaran, kita harus menyesuaikan metode kita untuk memahami kenyataan ini sebaik mungkin. Apa yang tidak mampu kita lakukan adalah mengatakan bahwa kenyataan tidak sesuai dengan paradigma arus utama dan tekniknya. Semua kenyataan dapat diterima untuk penelitian ilmiah dan semua upaya untuk fokus hanya pada sejumlah masalah ramah peneliti akan menghambat pengembangan dan kegunaan penelitian dalam pemasaran. Beasiswa sejati dalam pemasaran ditimbulkan oleh semangat peneliti kewirausahaan yang berkomitmen.

Research on information technology in the hospitality industry

Conclusion:

Menyusun ulasan penelitian tentang teknologi informasi perhotelan ini bagi kami merupakan latihan yang bermanfaat dan mencerahkan. Secara individual, artikel-artikel yang dipertimbangkan untuk dimasukkan memberikan kontribusi, tetapi dengan mempertimbangkan kumpulan literatur kolektif, ada dua masalah berulang yang muncul — ketelitian dan relevansi. Mirip dengan komentar sebelumnya tentang penelitian keramahtamahan (Johns dan Pine, 2001; Lynn, 2002; Okumus, 2002) ulasan ini menyoroti perlunya penulis, editor, dan pengulas untuk berupaya meningkatkan kualitas penelitian di bidang kami. Banyak artikel 2003-2004, khususnya yang sengaja dihilangkan dari ulasan ini, lemah secara metodologis. Beberapa murni deskriptif. Banyak yang lain menunjukkan ketergantungan yang berlebihan pada metode survei, pengambilan sampel yang tidak representatif dan praktis, analisis yang dangkal, kesalahan interpretasi data, dan kecenderungan untuk menarik kesimpulan dan membuat generalisasi luas tanpa bukti yang memadai. Dengan pengecualian tertentu, kontribusi terhadap teori lemah. Selain itu, tampaknya ada kurangnya pengetahuan tentang apa yang dilakukan peneliti lain, dengan hasil bahwa banyak penelitian saling meniru satu sama lain dengan perbedaan kecil dalam fokus atau wilayah geografis. Sedikit yang saling membangun untuk memperluas pengetahuan. Makalah-makalah yang berhubungan dengan keramahtamahan IT jarang ditemukan di jurnal-jurnal terkemuka di bidang kami mencerminkan kebutuhan untuk “meningkatkan standar”. Perasaan kami adalah bahwa editor dan pengulas perlu memperbaiki proses peninjauan, bukan dengan menolak artikel, tetapi dengan menuntut lebih banyak dan memberikan umpan balik dan panduan yang konstruktif untuk mendorong penulis mengatasi masalah kualitas ini. Kedua, penulis harus membahas agenda penelitian yang lebih luas. Seperti yang diilustrasikan oleh analisis di atas, para peneliti saat ini berfokus pada sejumlah masalah terbatas (berani kami katakan 'modis') dan mengabaikan bidang-bidang penting. Sebagai contoh, perusahaan perhotelan setiap tahunnya menghabiskan jutaan dolar untuk teknologi informasi, namun hanya sedikit artikel yang membahas pengelolaan sumber daya TI. Demikian pula, ada kurangnya penelitian tentang penggunaan teknologi informasi di segmen industri selain hotel. Misalnya, perkembangan teknologi informasi secara dramatis memengaruhi manajemen restoran dan layanan makanan, namun tidak ada satu artikel pun yang muncul dalam jurnal akademis berkualitas tinggi mengenai masalah ini dalam 18 bulan terakhir. PASAL DI PRESS P. O'Connor, J. Murphy / Manajemen Perhotelan 23 (2004) 473–484 481 Layanan makanan dan hotel menghadapi masalah TI yang serupa, termasuk: mengalokasikan sumber daya; mengevaluasi proyek; dan mengukur bagaimana adopsi sistem informasi perusahaan memengaruhi manajemen dan struktur perusahaan perhotelan. Dalam bisnis padat karya kami, bagaimana pengenalan teknologi memengaruhi efektivitas, produktivitas, dan moral staf? Keahlian teknologi apa, jika ada, yang dibutuhkan karyawan untuk memanfaatkan lanskap teknologi yang berubah dengan cepat? Haruskah manajemen kurang fokus pada keterampilan dasar, seperti layanan pelanggan yang baik, untuk membawa karyawan ke kecepatan teknologi? Kami pikir tidak. Sebagian besar karyawan mungkin lebih mahir dengan teknologi baru daripada manajer mereka, tetapi tidak ada penelitian empiris untuk mendukung argumen kami. Meskipun ada penelitian empiris di bidang kami, terlalu banyak penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian perhotelan di masa depan akan mendapat manfaat dari metodologi lain seperti percobaan lapangan untuk menunjukkan hubungan sebab akibat, dan mengandalkan perilaku aktual daripada perilaku

yang dimaksudkan. Ada kesenjangan menganga antara sampel kenyamanan responden yang mengisi formulir yang mengatakan bahwa mereka berniat untuk membeli secara online dan apa yang benar-benar dibeli oleh konsumen di internet. File log server, tingkat klik spanduk iklan, tingkat respons e-mail, harga online, dan basis data CRM mengilustrasikan berbagai sumber data yang mengukur perilaku aktual oleh perusahaan dan konsumen perhotelan. Meninjau artikel yang diterbitkan juga menyoroti (mungkin karena kesulitan dalam melakukannya dengan sukses) bahwa riset konsumen sebagian besar tidak ada tetapi sangat dibutuhkan. Menggunakan tema yang diidentifikasi dalam artikel ini sebagai peta jalan, studi tersebut dapat membantu memperjelas berbagai pertanyaan penting, seperti apa yang memotivasi konsumen untuk menggunakan satu saluran distribusi daripada yang lain. Bagaimana harga, kenyamanan, desain situs web, dan konten situs web mendorong konsumen untuk berubah dari pengunjung menjadi pemesan? Seberapa efektif program tamu yang sering menarik, mempertahankan, dan membangun loyalitas pelanggan? Saran-saran ini, meskipun sama sekali tidak konklusif, menggambarkan serangkaian pertanyaan penelitian masa depan yang kaya dan menarik yang matang untuk kolaborasi industri dan mengatasi masalah perilaku konsumen yang melampaui industri perhotelan. Secara keseluruhan, kesimpulan kami adalah bahwa penelitian di bidang ini — termasuk penelitian kami — membutuhkan lebih banyak orisinalitas dalam topik yang dibahas dan metode penelitian yang digunakan. Setelah mempertimbangkan sebagian besar artikel peer-review yang diterbitkan pada topik tahun ini, tampaknya bagi kami bahwa fokus kami saat ini terlalu sempit dan bahwa agenda penelitian yang lebih luas akan membuat pekerjaan kami lebih relevan dengan praktisi industri. Dan kami, sebagai peneliti, perlu mengatasi masalah ketelitian dan relevansi jika kami ingin meningkatkan kredibilitas kami dengan kolega akademik dan industri.