

Pengklasifikasian pelanggan kartu sim gsm dengan metode algoritma chaid sebagai acuan strategi CRM

Rika Prasetya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247943&lokasi=lokal>

Abstrak

Tingginya tingkat persaingan antar operator penyedia layanan telekomunikasi seluler menuntut setiap operator untuk dapat melancarkan strategi CRM yang efisien dan efektif. Hal ini hanya dapat dilakukan dengan memahami perilaku dan profil dari pelanggan. Pemahaman ini yang akan memperlakukan setiap pelanggan secara khusus sesuai dengan karakteristiknya, sehingga berdampak pada efisiensi dan efektifitas dari strategi yang dilancarkan. Pengklasifikasian pelanggan merupakan cara efektif dalam upaya pengenalan dan pemahaman pelanggan. Penelitian ini akan mengklasifikasikan pelanggan kartu SIM GSM di daerah Jabodetabek dengan menggunakan metode Algoritma CHAID [Chi Square Automatic Intercation Detection] (Kass, 1980). Hasil dari Algoritma CHAID berupa pohon keputusan, di mana didalamnya terdapat proses penggabungan kategori dan pemecahan variabel yang didasarkan pada uji Chi Square pada tingkat signifikan 5%. Sumber dari data penelitian ini adalah kuesioner yang disebar ke 676 responden. Hasil klasifikasi menunjukkan bahwa tingkat penghasilan memiliki hubungan positif dengan tingkat penggunaan pulsa. Ditinjau dari persepsi pelanggan, variabel tingkat kepuasan akan kemudahan memperoleh produk, kualitas SLI, dan kualitas call waiting, belum optimal terhadap pelanggan yang potensial. Penelitian ini juga menampilkan karakteristik dari pelanggan potensial yang tidak puas dengan ketiga variabel tersebut, dan juga sasaran pelanggan yang potensial untuk meningkatkan penggunaan fasilitas.

.....The competition within cellular telecommunication operators insists them to implement the most efficient and effective CRM strategies. This can be done only by knowing the customer's profiles and behaviors. Understanding the customers will treat each customer differently according to their characteristics, which will result in efficiency and effectiveness in the strategies implemented. Customer classification is the most effective way in knowing and understanding the customers. This research will classify the customers of GSM SIM Card in the Jabodetabek area by using the CHAID (Chi Square Automatic Intercation Detection) Algorithm Method (Kass, 1980). The result of this method is a decision tree which consists the process of category merging and variable splitting based on the Chi Square test at the significance level of 5%. The data's source of this study is by spreading the questionnaire out over 676 respondents. The result of classification illustrates that income level is the most significant variable associated positively with pulse consumption level. Based on customer perceptions, satisfaction level of easiness in gaining the product, International Direct Calling quality, and call waiting quality are the three variables which unsatisfy the potential customers. The study illustrate the unsatisfied potential customer characteristics and the potential goal of customers to rise the facility usage.