

Analisis kualitas customer relationship management brand samsung indonesia melalui media twitter = Customer relationship management quality analysis of samsung indonesia s brand through twitter

Diah Ayu Permata Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368915&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan berkembangnya teknologi dan persaingan dalam dunia bisnis, suatu hal yang penting untuk mengembangkan suatu usaha adalah dengan melakukan pendekatan kepada pelanggannya. Oleh sebab itu penerapan Customer Relationship Management perlu dilakukan untuk mengelola relasi antar perusahaan dan pelanggan yang merupakan kunci publik dari sebuah perusahaan. Salah satu pendekatan yang penting untuk dilakukan tentu saja tidak lepas dari pemanfaatan teknologi yang saat ini merupakan media informasi yang banyak digunakan yaitu Internet. Sebagai salah satu perusahaan elektronik terbesar, tentu saja penerapan Customer Relationship Management menjadi salah satu upaya Samsung untuk mendekatkan diri dengan para pelanggannya serta menunjang keberlangsungan perusahaan itu sendiri, terutama dalam persaingannya dengan kompetitor yang menawarkan produk-produk sejenis.

Dengan meluasnya penggunaan media sosial "Twitter" di seluruh dunia dan pada khususnya di Indonesia, maka Samsung pun memanfaatkan media tersebut sebagai salah satu cara untuk mendekatkan diri dengan para khalayaknya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas Customer Relationship Management akun Twitter Samsung Indonesia kepada followersnya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode konten analisis dimana pada dasarnya penelitian dilakukan melalui analisis terhadap tweet akun twitter Samsung Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas Customer Relationship Management Twitter Samsng Indonesia memiliki kecenderungan pada indikator baik.

<hr><i> With the development of technology and the increasing of competition in the business world, it is very important to approach customers in order to develop a good business. For this reason, the application of Customer Relationship Management is essential to manage the relationships between companies and its customers, which is the key part of the company. One of the important approach is obviously involving the use of technology that is now widely used as an information medium, which is the internet. As one of the largest electronics companies, the implementation of Customer Relationship Management become one of Samsung's efforts to get closer to its customers and to ensure the sustainability of the company itself, especially to secure more share in customers against their competitors that offer similar products.

With the widespread use of social media "Twitter" in the world and particularly in Indonesia, Samsung utilize this media as a way to get closer to their customers. This study was conducted to determine the quality of Samsung Indonesia's Customer Relationship Management Twitter account upon its followers. The analysis technique used in this study is qualitative content analysis method, which is basically a study that was conducted through the analysis of tweets of twitter Samsung Indonesia. The results showed that the quality of Customer Relationship Management of Twitter Samsung Indonesia has a tendencys to a good indicator.</i>