

Kerangka analisis big data untuk memberikan insight untuk mendukung aktivitas penjualan dan pemasaran maskapai penerbangan (studi di Garuda Indonesia) = Big data analytics framework to give insight for airlines sales and marketing activities (a study in Garuda Indonesia) / Anggriyanto Yona Saput

Anggriyanto Yona Saputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494296&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan - Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan insight dan rekomendasi yang relevan dan dapat ditindaklanjuti dari berbagai sumber data maskapai penerbangan yang terkait dengan produk, pelanggan, kanal penjualan, dan transaksi. Insight ini dapat bermanfaat untuk mendukung kegiatan penjualan dan pemasaran.

Desain / metodologi / pendekatan - Penelitian ini melakukan proses analisis big data. Pertama, sumber data yang terkait dengan aktivitas pelanggan dan produk Garuda Indonesia perlu dikumpulkan, disiapkan, dan diintegrasikan ke dalam satu platform big data. Kemudian, data terintegrasi dianalisis dan diproses melalui pendekatan analisis big data. Metode data aggregation, analisis cluster, dan analisis pareto digunakan untuk menganalisis insight. Model analisis RFM digunakan untuk menghitung customer value. Untuk segmentasi pelanggan, metode clustering digunakan. Kemudian, analisis campaign media dan konten digunakan untuk mengukur efektivitas proses campaign.

Hasil - Penelitian ini menghasilkan kerangka analisis bauran pemasaran untuk maskapai penerbangan menggunakan pendekatan analisis big data yang mencakup elemen 5P (Product, Pricing, Place, Promotion, and People).

Purpose – The purpose of this research is to generate relevant, actionable insight and recommendation from various airlines's data sources related to Airlines's products, customers, channels, and transactions. This insight can be beneficial to support sales and marketing campaign activity.

Design/methodology/approach – This research conducts big data analytics process and experimental analysis. First, data sources related to customer's activities and Garuda Indonesia's products need to be collected, prepared, and integrated into a single big data platform. Then, the integrated data is analyzed and processed through big data analytics approach. Data aggregation technique, cluster analysis, and pareto analysis are used for analyzing the insight. RFM model and analysis is used to calculate customer value. For segmenting customer, the clustering method is used. Therefore, analysis of campaign medium and content is used to measure the effectiveness of the campaign process.

Result – This research finds that a marketing mix framework analysis for airlines using big data analytics approach covering 5P element (Product, Pricing, Place, Promotion, and People).