

MANAGEMENT SCIENCE JOURNAL



ISSN : 2085-3467

Volume 4 Nomor 1 Februari 2013

MANAGEMENT SCIENCE JOURNAL

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

ISSN 2085-3467

Volume 4 Nomor 1

Februari 2013

Management Science Journal terbit mulai tahun 2008, dengan frekuensi penerbitan dua kali setahun yakni pada bulan Februari dan September. Jurnal ini memuat artikel berupa hasil penelitian, kajian analitis dan pengalaman praktis di bidang ilmu manajemen

Ketua Penyunting

Prof. Dr. Pribadiono, MS.

Penyunting Pelaksana

Dr. Nova Retnowati, MM.

Dr. Musriha, M.Si.

Dr. Erma Widiana, S.E., M.M.

Penyunting Ahli

Dr. M. Enny Widyningrum, M. Si.

Mitra Bestari

Prof. Hengki Supit. AK.

Prof. Dr. Drh. Sarmanu, MS (UNAIR)

Prof. Dr. Harijono, SU (UNEJ)

Dr. Nurdin Kaimudin, MS. (UNMER)

Prof. Dr. Effendi (UNAIR)

Administrasi & Sirkulasi

Uce Narulita, SE.

Alamat Redaksi

Kampus Program Pascasarjana Universitas Bhayangkara

Jl. A. Yani 114 Surabaya, Telp. 031-8287553

SALAM REDAKSI

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena Management Science Journal Edisi 4 No. 1 bulan Februari 2013 dapat hadir kembali menyapa para pembaca sekalian. Management Science Journal kali ini masih berupa hasil penelitian, kajian analitis dan pengalaman praktis di bidang ilmu manajemen.

Management Science Journal dalam edisi keempat nomor satu ini memuat 6 (enam) karya ilmiah yang membahas hasil penelitian dan kajian analitis di bidang ilmu manajemen.

Artikel pertama sebagai pembuka wacana kita adalah mengenai pengaruh harga, pelayanan, keragaman barang dan kenyamanan berbelanja terhadap keputusan belanja. Artikel ini membahas mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan belanja. Hal ini mengingat saat ini banyak orang melakukan kegiatan membeli produk atau *shopping* walaupun mereka tidak memerlukan produk tersebut.

Artikel kedua berusaha memaparkan mengenai penggunaan teknologi dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada usaha kecil dan menengah. Strategi bisnis dengan menggunakan CRM banyak terkait dengan strategi bisnis lain seperti teknologi. Kepuasan pelanggan melalui pemberian sejumlah manfaat kepada pelanggan secara *online* dapat dipastikan dengan dukungan layanan seperti konfirmasi pemesanan, ketersediaan inventaris, memberikan informasi pelanggan tentang kondisi stok barang, memberitahukan biaya pengiriman sebelum pelanggan membeli.

Artikel ketiga berusaha menunjukkan bahwa lingkungan kerja, budaya organisasi dan disiplin kerja secara simultan dan parsial terhadap kinerja pegawai