DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR SIMBOL xvii
DAFTAR LAMPIRAN xxii
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 2
1.3 Maksud dan Tujuan 2
1.4 Batasan Masalah 3
1.5 Metodologi Penelitian 3
1.6 Sistematika Penulisan 10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 13
2.1 Profil Perusahaan 13
2.1.1 Sejarah Perusahaan 13
2.1.2 Logo Perusahaan 15
2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan 15
2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan 15
2.1.5 Deskripsi Pekerjaan 16
2.2 Landasan Teori 21
2.2.1 Pengertian Sistem Informasi 21
2.2.2 Pengertian Customer Relationship Management (CRM) 22
2.2.3 Segmentasi Pelanggan 29
2.2.4 Analisis RFM (Resensi, Frekuensi, Moneter) 29
2.2.5 Basis Data 33

2.2.6 Pemodelan Data 35
2.2.7 Diagram Konteks 36
2.2.8 *Data Flow Diagram* (DFD) 36
2.2.9 Kamus Data 36
2.2.10 Perangkat Lunak Pendukung 37
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN 41
3.1 Analisis Sistem 41
3.1.1 Analisis Masalah 41
3.1.2 Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan 42
3.1.3 Analisis Aturan Bisnis 53
3.1.4 Analisis *Framework* CRM 57
3.1.5 Analisis Kebuthan Non Fungsional 78
3.1.6 Analisis Kebutuhan Fungsional 85
3.2 Perancangan Sistem 129
3.2.1 Perancangan Basis Data 129
3.2.2 Skema Relasi 129
3.2.3 Struktur Tabel 130
3.2.4 Perancangan Struktur Menu 136
3.2.5 Perancangan Antarmuka 139
3.2.6 Perancangan Pesan 181
3.2.7 Perancangan Jaringan Semantik 182
3.2.8 Perancangan Prosedural 184
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 191
4.1 Implementasi Sistem 191
4.1.1 Perangkat Keras Yang Digunakan 191
4.1.2 Implementasi Perangkat Lunak 191
4.1.3 Implementasi Basis Data 192
4.1.4 Implementasi Antarmuka 198
4.2 Pengujian Sistem 201
4.2.1 Sekenario Pengujian *Black Box* 202
4.2.2 Kasus dan Hasil Pengujian Black Box 203

4.2.3 Kesimpulan Hasil Pengujian *Black Box* 226
4.2.4 Sekenario Pengujian Beta 227
4.2.5 Kesimpulan Hasil Pengujian Beta 228
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 231
5.1 Kesimpulan 231
5.2 Saran 231
DAFTAR PUSTAKA 232