DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR SIMBOL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 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 9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1. Tinjauan Perusahaan 10
2.1.1. Sejarah Southerntrack 10
2.1.2. Visi dan Misi 10
2.1.3. Logo Southerntrack 11
2.2. Struktur Organisasi Southerntrack 11
2.2.1. Deskripsi Tugas 12
2.3. Landasan Teori 13
2.3.1. Sistem Informasi 13
2.3.2. *Customer Relationship Management* 14
2.3.2.1. Jenis dan Tingkatan CRM 15
2.3.2.2. Tahapan Dalam CRM 17
2.3.3. Orientasi Perusahaan Ke Arah Pasar 18
2.3.3.1. Konsep Produk 18
2.3.4. Promosi yang Berorientasi Konsumen 19
2.3.4.1. Tujuan Pemasar dan Imbalan Konsumen 19

2.3.4.2. Klasifikasi Metode Promosi Penjualan 20
2.3.4.3. Promosi Melalui Internet 22
2.3.5. Segmentasi Pasar Konsumen 22
2.3.6. Internet 23
2.3.7. PHP 24
2.3.8. MySQL 25
2.3.9. Basis Data 27
2.3.10. Sistem Basis Data 28
2.3.11. Pemodelan Data 29
2.3.12. Diagram Alir 30
2.3.13. Analisis Sistem 30
2.3.14. Desain 32
2.3.15. Produk 33
2.3.16. Atribut Produk dan Jasa 33
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN 35
3.1. Analisis Sistem 35
3.1.1. Analisis Masalah 35
3.1.2. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan 35
3.1.2.1. Prosedur Pembelian Barang 35
3.1.2.2. Prosedur Promosi Barang Melalui Sosial Media 37
3.1.2.3. Prosedur Pembuatan Desain 38
3.1.3. Analisis Aturan Bisnis 38
3.1.4. Analisis Promosi 39
3.1.4.1. Analisis Promosi dengan Imbalan Konsumen Langsung 39
3.1.4.2. Analisis Promosi dengan Imbalan Konsumen Tertunda 40
3.1.5. Analisis CRM 41
3.1.6. Analisis Segmentasi Pasar Geodemografis 42
3.1.6.1. Analisis Segmentasi Pasar Geografis 42
3.1.6.2. Analisis Segmentasi Pasar Demografis 43
3.1.7. Menentukan Produk Sesuai Atribut Produk 44
3.1.8. Analisis Kuesioner Pelanggan 44
3.1.8.1. Pertanyaan Kuesioner Pelanggan 45
3.1.8.2. Hasil Kuesioner 47
3.1.8.3. Kesimpulan Hasil Kuesioner 53

3.1.9. Analisis Kebutuhan Non Fungsional 53
3.1.9.1. Analisis Kebutuhan Perangkat Keras 53
3.1.9.2. Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak 54
3.1.9.3. Analisis Pengguna 55
3.1.9.4. Analisis Basis Data 57
3.1.10. Analisis Kebutuhan Fungsional 59
3.1.10.1. Diagram Konteks 59
3.1.10.2. Data Flow Diagram 60
3.1.10.3. DFD Level 1 60
3.1.10.4. Spesifikasi Proses 66
3.1.10.5. Kamus Data 75
3.2. Perancangan Sistem 79
3.2.1. Perancangan Basis Data 79
3.2.2. Skema Relasi 79
3.2.3. Struktur Tabel 80
3.2.4. Perancangan Struktur Menu 84
3.2.4.1. Struktur Menu Admin 84
3.2.4.2. Struktur Menu Manager 85
3.2.4.3. Struktur Menu Pelanggan 85
3.2.5. Perancangan Antarmuka 86
3.2.5.1. Perancangan Antarmuka Login 86
3.2.5.2. Perancangan Antarmuka Lupa Password 87
3.2.5.3. Perancangan Antarmuka Admin 88
3.2.5.4. Perancangan Antarmuka Manager 96
3.2.5.5. Perancangan Antarmuka Pelanggan 101
3.2.6. Perancangan Pesan 105
3.2.7. Perancangan Jaringan Semantik 105
3.2.8. Perancangan Prosedural 107
3.2.8.1. Prosedural Login 107
3.2.8.2. Prosedural Tambah Data 108
3.2.8.3. Prosedural Edit Data 109
3.2.8.4. Prosedural Hapus Data 110
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 112
4.1. Implementasi Sistem 112

4.1.1. Implementasi Perangkat Keras 112
4.1.2. Implementasi Perangkat Lunak..... 112
4.1.3. Implementasi Basis Data..... 113
4.1.4. Implementasi Antarmuka..... 116
4.2. Pengujian Sistem..... 118
4.2.1. Skenario Pengujian *Black Box*..... 118
4.2.2. Kasus dan Hasil Pengujian..... 119
4.2.3. Kesimpulan Pengujian *Black Box*..... 124
4.2.4. Pengujian *Beta*..... 124
4.2.5. Skenario Pengujian *Beta*..... 125
4.2.6. Kesimpulan Pengujian *Beta*..... 126
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 127
5.1. Kesimpulan..... 127
5.2. Saran..... 127
DAFTAR PUSTAKA 128