PENENTUAN DAERAH PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS PANGSA PASAR DAN PENGEMBANGAN PRODUK BERDASARKAN KEPUASAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN PECI M.IMING DENGAN PENDEKATAN COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Akhir Sarjana

MUHAMMAD IRHAM HALID
10112337

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
2017