ANALISIS PANGSA PASAR UNTUK MENENTUKAN DAERAH PEMASARAN PRODUK DI CV. KHANA MANDIRI DENGAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Akhir Sarjana

GILANG MAULANA SHIDIK

10111739



PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

2017