

DAFTAR ISI

ABSTRAK	2
ABSTRACT	3
KATA PENGANTAR	4
Daftar Gambar	9
Daftar Tabel	11
DAFTAR SIMBOL	13
BAB 1 PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Maksud dan Tujuan	19
1.4 Batasan Masalah	19
1.5 Metodologi Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan	27
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	29
2.1. <i>State of the art</i>	29
2.2. Tinjauan Perusahaan	33
2.2.1. Profil PT. MAT	33
2.2.2 Struktur Organisasi PT. MAT	33
2.3. Landasan Teori	35
2.3.1. Sistem	36
2.3.2. Sistem Informasi	36
2.3.3. Customer Relationship Management	36
2.3.4. Bauran Promosi	42
2.3.5. Regresi Linear	47
2.3.6. SPSS	49
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN	50
3.1 Analisis Sistem	50
3.1.1. Analisis Masalah	50
3.1.2. Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan	50
3.1.3. Analisis Aturan Bisnis	52

3.1.4.	Analisis Framework CRM di PT. MAT.....	53
3.1.5.	Analisis kebutuhan non fungsional	70
3.1.6	Analisis Basis Data	72
3.1.7.	Analisis Kebutuhan Fungsional	76
3.2.	Perancangan Sistem.....	90
3.2.1	Perancangan Basis Data	91
3.2.2.	Perancangan Struktur Menu	93
3.2.3.	Perancangan Antarmuka	95
3.2.4.	Perancangan Pesan	107
3.2.5	Perancangan Jaringan Semantik.....	109
3.2.6.	Perancangan Prosedural	110
BAB 4	IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN	115
4.1.	Implementasi Sistem	115
4.1.1.	Implementasi Perangkat Lunak.....	115
4.2.1.	Implementasi Perangkat Keras.....	115
4.2.3.	Implementasi Basis Data.....	116
4.1.4.	Implementasi Antarmuka	118
4.2.	PENGUJIAN SISTEM.....	120
4.2.1.	Skenario Pengujian Black Box	120
4.2.2.	Kasus dan Hasil Pengujian.....	121
4.2.3.	Kesimpulan Pengujian Black Box	132
4.2.4.	Skenario Pengujian User Acceptance Test (UAT).....	132
4.2.5.	Kesimpulan Pengujian UAT	136
4.2.6.	Pengujian Beta	136
4.2.7.	Skenario Pengujian Beta	136
4.2.8.	Kesimpulan Pengujian Beta	137
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1.	Kesimpulan.....	138
5.2.	Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN	141