DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR SIMBOL xvi
DAFTAR LAMPIRAN xx
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Maksud dan Tujuan 3
1.4 Batasan Masalah 4
1.5 Metodologi Penelitian 5
1.6 Sistematika Penulisan 8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 11
2.1 Profil Perusahaan 11
2.2 Sejarah Perusahaan 11
2.2.1 Visi dan Misi Perusahaan 11
2.2.2 Logo LENTRHAKA 12
2.2.3 Struktur Organisasi LENTRHAKA 12
2.2.4 Deskripsi Tugas LENTRHAKA 13
2.3 Landasan Teori 16
2.3.1 Pasar 16
2.3.2 Pangsa Pasar 16
2.3.2.1 Faktor Peningkatan Pangsa Pasar 17
2.3.2.2 Jenis Pengukuran Pangsa Pasar 18
2.3.3 Pemasaran 19
2.3.4 Pemasaran Sasaran 20

2.3.4.1 Segmentasi Pasar 20
2.3.4.2 Target Pasar 21
2.3.4.3 Penetapan Posisi Pasar *(Positioning)* 22
2.3.5 Sistem Informasi 23
2.3.6 *Customer Relationship Management* 23
2.3.6.1 Tahapan *Customer Relationship Management* 23
2.3.6.2 Jenis *Customer Relationship Management* 24
2.3.6.3 *Dynamic* CRM 25
2.3.7 *Simple Additive Weighting* (SAW) 29
2.3.8 *Personal Home Page* (PHP) 31
2.3.9 MySQL 31
2.3.10 Pengujian Sistem 32
2.3.11 Pengujian *Black Box* 32
2.3.11.1 Klasifikasi *Black Box* Testing 33
2.3.11.2 User Acceptence Test (UAT) 34
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM 37
3.1 Analisis Sistem 37
3.1.1 Analisis Masalah 37
3.1.2 Analisis Sistem yang Sedang Berjalan 37
3.1.2.1 Prosedur Pembukaan Cabang Baru 38
3.1.2.2 Evaluasi Proses Bisnis 40
3.1.3 Analisis Aturan Bisnis yang sedang Berjalan 40
3.1.3.1 Kesimpulan Analisis Aturan Bisnis 40
3.1.4 Aturan Bisnis yang diusulkan 41
3.1.5 Analisis Framework *Customer Relationship Management* 41
3.1.5.1 Tahap *Acquisition* 43
3.1.5.2 Tahap *Retention* 73
3.1.5.3 Tahap *Expansion* 74
3.1.6 Analisis Kebutuhan Non Fungsional 74
3.1.6.1 Analisis Pengguna 74
3.1.6.2 Analisis Kebutuhan Perangkat Keras 76

3.1.6.3 Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak 77
3.1.7 Analisis Basis Data 78
3.1.8 Analisis Kebutuhan Fungsional 80
3.1.8.1 Diagram Konteks 81
3.1.8.2 Data Flow Diagram 82
3.1.8.3 Spesifikasi Proses 97
3.1.8.4 Kamus Data 113
3.2 Perancangan Sistem 120
3.2.1 Perancangan Basis Data 120
3.2.1.1 Skema Relasi 120
3.2.1.2 Struktur Tabel 122
3.2.2 Struktur Menu 127
3.2.2.1 Struktur Menu Direktur 127
3.2.2.2 Struktur Menu Manager Marketing 128
3.2.2.3 Struktur Menu Pengguna Umum 129
3.2.3 Perancangan Antarmuka 130
3.2.3.1 Perancangan Antarmuka Login 130
3.2.3.2 Perancangan Antarmuka Lupa Password 131
3.2.3.3 Perancangan Antarmuka Data Profil 132
3.2.3.4 Perancangan Antarmuka Direktur 135
3.2.3.5 Perancangan Antarmuka Manager Marketing 143
3.2.3.6 Perancangan Antarmuka Pengguna Umum 158
3.2.3.7 Perancangan Pesan 162
3.2.4 Jaringan Semantik 163
3.2.4.1 Jaringan Semantik Direktur 163
3.2.4.2 Jaringan Semantik Manager Marketing 164
3.2.4.3 Jaringan Semantik Pengguna Umum 165
3.2.5 Perancangan Prosedural 166
3.2.5.1 Prosedural Login 166
3.2.5.2 Prosedural Lupa *Password* 167
3.2.5.3 Prosedural Tambah Data 168

3.2.5.4 Prosedural Ubah Data 169
3.2.5.5 Prosedural Hapus Data 170
3.2.5.6 Prosedural Cari Data 171
3.2.5.7 Prosedural Perhitungan SAW 172
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 173
4.1 Implementasi Sistem 173
4.1.1 Implementasi Perangkat Keras 173
4.1.2 Implementasi Perangkat Lunak 174
4.1.3 Implementasi Basis Data 174
4.1.4 Implementasi Antarmuka 180
4.1.4.1 Implementasi Antarmuka Direktur 180
4.1.4.2 Implementasi Antarmuka Manager Marketing 181
4.1.4.3 Implementasi Antarmuka Pengguna Umum 183
4.2 Pengujian Sistem 184
4.2.1 Skenario Pengujian Fungsional 184
4.2.2 Kasus dan Hasil Pengujian Fungsional 186
4.2.3 Kesimpulan Pengujian Fungsional 203
4.2.4 Skenario Pengujian *User Acceptence Test* (UAT) 204
4.2.5 Kasus dan Hasil Pengujian *User Acceptence Test* (UAT) 207
4.2.6 Kesimpulan Pengujian *User Acceptence Test* (UAT) 216
4.2.7 Pengujian Beta 216
4.2.8 Skenario Pengujian Beta 216
4.2.9 Kesimpulan Pengujian Beta 218
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 219
5.1 Kesimpulan 219
5.2 Saran 219
DAFTAR PUSTAKA 221