DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR SIMBOL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xviii
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 6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1. Tinjauan Perusahaan 7
2.1.1. Sejarah DC Clothing 7
2.1.2. Visi dan Misi 7
2.1.3. Logo DC Clothing 7
2.2. Struktur Organisasi DC Clothing 8
2.2.1. Deskripsi Tugas 8
2.3. Landasan Teori 9
2.3.1. Sistem Informasi 9
2.3.2. Customer Relationship Management 10
2.3.3. Orientasi Perusahaan Ke Arah Pasar 13
2.3.4. Promosi yang Berorientasi Konsumen 13
2.3.5. Segmentasi Pasar Konsumen 17
2.3.6. PHP 17

2.3.7. Desain 18
2.3.8. Produk 19
2.3.9. Atribut Produk dan Jasa 19
2.3.10. Skala Likert 20
2.3.11. Statistik Deskriptif 23
BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN 25
3.1. Analisis Sistem 25
3.1.1. Analisis Masalah 25
3.1.2. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan 25
3.1.3. Analisis Aturan Bisnis 28
3.1.4. Analisis Customer Relationship Management 29
3.1.5. Analisis Kebutuhan Non Fungsional 37
3.1.6. Analisis Basis Data 41
3.1.7. Analisis Kebutuhan Fungsional 43
3.2 Perancangan Sistem 66
3.2.1 Perancangan Basis Data 66
3.2.2 Perancangan Struktur Menu 71
3.2.3 Perancangan Antarmuka 74
3.2.4 Jaringan Semantik 83
3.2.5 Perancangan Prosedural 85
BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 91
4.1 Implementasi Sistem 91
4.1.1 Implementasi Perangkat Keras 91
4.1.2 Implementasi Perangkat Keras 91
4.1.3 Implementasi Basis Data 92
4.1.4 Implementasi Antarmuka 98
4.2 Pengujian Sistem 100
4.2.1 Skenario Pengujian Black Box 100
4.2.2 Kasus dan Hasil Pengujial 101
4.2.3 Kesimpulan Pengujian Black Box 105
4.2.4 Pengujian Beta 106

4.2.5 Skenario Pengujian Beta 106
4.2.6 Kesimpulan Pengujian Beta 108
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 109
5.1 Kesimpulan 109
5.2 Saran 109
DAFTAR PUSTAKA 111