

**PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
BERDASARKAN SERVICE QUALITY UNTUK MENINGKATKAN
PELAYANAN PELANGGAN PADA TOKO INDOSEHAT MEDIKA**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian
Studi di Program Studi Sistem Informasi S1



Oleh

NURIA NABILAH

09031181520017

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
BERDASARKAN *SERVICE QUALITY* UNTUK MENINGKATKAN
PELAYANAN PELANGGAN PADA TOKO INDOSEHAT MEDIKA**

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian
Studi di Program Studi Sistem Informasi SI

Oleh

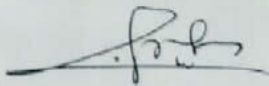
NURIA NABILAH

09031181520017

Pembimbing I

Indralaya, Juli 2019

Pembimbing II



Dr. Ermatita, M.Kom
NIP. 196709132006042001

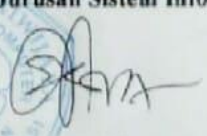


Pacu Putra Suarli, M.Cs
NIP. 198912182015109101

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi




Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

LEMBAR PERSETUJUAN

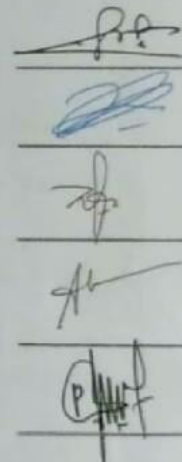
Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 25 Juli 2019

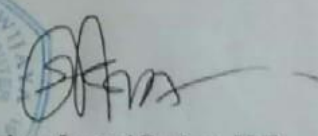
Tim Penguji

- | | |
|------------------|----------------------------|
| 1. Pembimbing I | : Dr. Ermatita, M.Kom |
| 2. Pembimbing II | : Pacu Putra Suarli, M.Cs |
| 3. Ketua Penguji | : Mira Afrina, M.Sc |
| 4. Anggota I | : Allsela Meiriza, M.T |
| 5. Anggota II | : Putri Eka Sevtiyuni, M.T |



Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi




Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP 197811172006042001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nuria Nabilah
NIM : 09031181520017
Program Studi : Sistem Informasi Reguler
Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM)
Berdasarkan *Service Quality* Untuk Meningkatkan
Pelayanan Pelanggan Pada Toko Indosehat Medika

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 12 %

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Indralaya, Juli 2019



Nuria Nabilah
NIM. 09031181520017

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) BERDASARKAN *SERVICE QUALITY* UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN PELANGGAN PADA TOKO INDOSEHAT MEDIKA”**.

Dalam melaksanakan dan menyusun Tugas Akhir ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dengan rasa syukur alhamdulillah sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Mama dan ayah tercinta, terima kasih atas segala cinta kasih dan sayang yang tiada hentinya yang selalu senantiasa memberikan semangat, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Kakak dan Mbak tersayang yang telah memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
6. Ibu Dr. Ermatita, M.Kom. dan Bapak Pacu Putra Suarli, M.Cs. selaku Dosen Pembimbing yang memberikan masukan serta ide yang membangun sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
7. Ibu Mira Afrina, M.Sc., Ibu Allsela Meiriza, M.T., dan Ibu Putri Eka Sevtiyuni, M.T., selaku Dosen Penguji yang memberikan kritik serta saran yang membangun sehingga membuat Tugas Akhir ini semakin lebih baik.

8. Seluruh Dosen yang telah mengajarkan, membimbing dan membekali ilmu kepada penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
9. Kak Rahmad Friadi selaku *Owner* Toko Indosehat Medika.
10. Sahabat – sahabat seperjuangan yang telah mendukung, memberi motivasi serta menjadi pendengar yang baik selama penyusunan Tugas Akhir ini.
11. Seluruh teman – teman Sistem Informasi Reguler 2015 yang memberikan motivasi maupun dorongan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik teknis penulisan, bahasa maupun cara pemaparannya. Oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya tulis ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf kepada semua pihak yang namanya tak bisa disebutkan satu per satu. Semoga Allah membalas semua kebbaikannya.

Indralaya, Juli 2019
Penulis,

Nuria Nabilah
NIM. 09031181520017

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT* (CRM) BERDASARKAN *SERVICE
QUALITY* UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN
PELANGGAN PADA TOKO INDOSEHAT MEDIKA**

Oleh

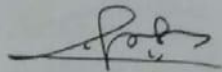
Nuria Nabilah 09031181520017

ABSTRAK

Indosehat Medika merupakan sebuah toko yang memasarkan alat-alat kesehatan. Dalam proses pendataan laporan penjualan sering terjadi kesulitan karena belum adanya pemrosesan data laporan secara terstruktur yang menjadi kesalahan pencatatan sehingga mengakibatkan dampak negatif terhadap perusahaan, maka dari itu perlu adanya suatu media yaitu berupa sistem yang mengintegrasikan antara pemasaran, proses transaksi dan pelayanan konsumen menjadi suatu aplikasi berbasis online yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan konsumennya, dengan mengimplementasikan konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pelanggan dari dimensi *service quality* terhadap penjualan alat kesehatan pada Toko Indosehat Medika. Hasil dari perhitungan SPSS koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada pada kisaran 0,8-0,9 dengan kriteria hubungan sangat erat dikategorikan "reliabel".

Kata Kunci : alat kesehatan, *Customer Relationship Management*, metode *service quality*.

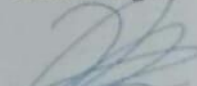
Pembimbing I,



Dr. Ermatita, M.Kom.
NIP 196709132006042001

Indralaya, Juli 2019

Pembimbing II,



Pacu Putra Suarli, M.Cs.
NIP 198912182015109101

APPLICATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BASED ON SERVICE QUALITY TO IMPROVE CUSTOMER SERVICE IN INDOSEHAT MEDIKA

By

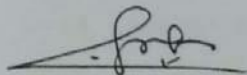
Nuria Nabilah 09031181520017

ABSTRACT

Indosehat Medika is a store that markets medical devices. In the process of collecting sales reports, difficulties often occur because there is no structured report data processing that becomes a recording error resulting in a negative impact on the company, therefore the need for a media that is a system that integrates marketing, transaction processing and customer service into an application online based that can manage the relationship between the company and its customers, by implementing the concept of Customer Relationship Management (CRM). This study aims to improve customer service from the dimensions of service quality to sales of medical devices at the Indosehat Medika. The results of the Cronbach's Alpha SPSS reliability coefficient are in the range 0.8 to 0.9 with the criteria of the relationship very closely categorized as "reliable".

Keywords: medical devices, Customer Relationship Management, service quality method.

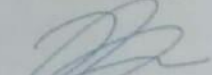
Pembimbing I,



Dr. Ermatita, M.Kom.
NIP 196709132006042001

Indralaya, Juli 2019

Pembimbing II,



Paeu Putra Suarli, M.Cs.
NIP 198912182015109101

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR RUMUS	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	2
1.3 Manfaat Penelitian.....	2
1.4 Batasan Masalah.....	2
BAB II	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Profil Perusahaan.....	4
2.1.1 Toko Indosehat Medika	4
2.1.2 Visi dan Misi.....	4
2.1.3 Struktur Organisasi Toko Indosehat Medika	4

2.2	Landasan Teori.....	5
2.2.1	Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	5
2.2.2	Tipe-Tipe CRM.....	5
2.2.3	Fase-Fase CRM.....	6
2.2.4	Metode <i>Service Quality</i> (Servqual).....	7
2.2.5	Alat Kesehatan	9
2.2.6	<i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD).....	9
2.2.7	<i>Data Flow Diagram</i> (DFD)	10
2.2.8	PHP	11
2.2.9	Website	12
2.2.10	MySQL	12
BAB III		13
METODOLOGI PENELITIAN		13
3.1	Objek Penelitian	13
3.2	Metodologi Pengumpulan data.....	13
3.2.1	Jenis Data	13
3.2.2	Sumber Data.....	13
3.2.3	Metode Pengumpulan Data	14
3.2.4	Kuisoner	14
3.3	Populasi dan Sampel	15
3.4	Pengolahan Data.....	16
3.5	Metode Pengembangan Sistem	17
BAB IV		21
HASIL DAN PEMBAHASAN		21
4.1	Analisis Permasalahan.....	21
4.2.1	Pernyataan Masalah	21
4.2.2	<i>Opportunities</i>	22
4.2.3	Hambatan Proyek.....	23
4.2.4	Domain Permasalahan	24
4.2.5	Analisis Permasalahan	24
4.2	Analisis Kebutuhan	25
4.2.1	Analisis Kebutuhan Fungsional	25

4.2.2	Analisis Kebutuhan Non-Fungsional	26
4.3	Perancangan Logika	27
4.3.1	Merancang <i>User</i> (Pengguna)	27
4.3.2	Diagram Dekomposisi	28
4.3.3	<i>Data Flow Diagram</i> (DFD)	28
4.3.4	<i>Entity Relational Diagram</i> (ERD)	41
4.4	Perancangan Sistem.....	43
4.4.1	<i>Physical Data Flow Diagram</i> (PDFD)	43
4.4.2	<i>Database Design</i>	51
4.4.2.1	Skema <i>Database</i>	51
4.4.2.2	Rancangan <i>Database</i>	51
4.5	Rancangan <i>Interface</i>	56
4.5.1	Rancangan Tampilan <i>Sign In</i>	56
4.5.2	Rancangan Tampilan Halaman Utama	57
4.5.3	Rancangan Tampilan Halaman <i>View Produk</i>	57
4.5.4	Rancangan Tampilan Halaman Registrasi	58
4.5.5	Rancangan Tampilan Halaman Katalog	59
4.5.6	Rancangan Tampilan Halaman Keranjang	60
4.5.7	Rancangan Tampilan Halaman <i>Administrator</i>	61
4.5.8	Rancangan Tampilan Halaman Kritik Saran	62
4.5.9	Rancangan Halaman FAQ	63
4.5.10	Rancangan Halaman Pimpinan	64
4.6	Hasil Rancangan <i>Interface</i>	64
4.6.1	Halaman <i>Sign In</i>	64
4.6.2	Halaman Registrasi Pelanggan.....	65
4.6.3	Halaman Profil Pelanggan	65
4.6.4	Halaman Katalog Produk.....	66
4.6.5	Halaman <i>View Produk</i>	66
4.6.6	Halaman Bandingkan Produk	67
4.6.7	Halaman <i>Shopping Cart</i>	67
4.6.8	Halaman Survei Kepuasan Pelanggan	68
4.6.9	Halaman Informasi Poin	68
4.6.10	Halaman Tukar Poin	69
4.6.11	Halaman Daftar Penukaran Poin.....	69

4.6.12	Halaman Transaksi Sebelumnya	70
4.6.13	Halaman Kritik Saran	70
4.6.14	Halaman FAQ	71
4.6.15	Halaman <i>Administrator</i>	71
4.6.16	Halaman Data Barang	72
4.6.17	Halaman Pimpinan	72
4.6.18	Halaman Cetak Laporan Penjualan	73
4.7	Hasil Uji Coba Sistem (<i>Testing</i>).....	73
4.8	Pengujian Validitas dan Realibilitas Menggunakan SPSS.....	89
BAB V		92
KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....		93
LAMPIRAN.....		95

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi.....	4
Gambar 3. 1 Tahapan Model Waterfall.....	17
Gambar 4. 1 <i>Ishikawa Diagram</i>	22
Gambar 4. 2 Diagram Dekomposisi.....	28
Gambar 4. 3 Diagram DFD Level 0.....	29
Gambar 4. 4 Diagram DFD Level 1.....	31
Gambar 4. 5 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Pelanggan	33
Gambar 4. 6 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Kategori.....	34
Gambar 4. 7 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Barang	35
Gambar 4. 8 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Promosi.....	36
Gambar 4. 9 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Detail Transaksi.....	37
Gambar 4. 10 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Keluhan	38
Gambar 4. 11 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Pengguna	39
Gambar 4. 12 Diagram DFD Level 2 Sub Kelola Laporan.....	40
Gambar 4. 13 <i>Entity Relational Diagram</i>	41
Gambar 4. 14 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Pelanggan.....	43
Gambar 4. 15 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Kategori.....	44
Gambar 4. 16 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Barang	45
Gambar 4. 17 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Promosi	46
Gambar 4. 18 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Detail Transaksi	47
Gambar 4. 19 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Keluhan	48
Gambar 4. 20 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Pengguna.....	49
Gambar 4. 21 Diagram PDFD Level 2 Sub Kelola Laporan	50
Gambar 4. 22 <i>Skema Database</i>	51
Gambar 4. 23 Rancangan Halaman <i>Sign In</i>	56
Gambar 4. 24 Rancangan Tampilan Halaman Utama.....	57
Gambar 4. 25 Rancangan Tampilan <i>View Produk</i>	57
Gambar 4. 26 Rancangan Tampilan Halaman Registrasi	58
Gambar 4. 27 Rancangan Tampilan Halaman Katalog.....	59
Gambar 4. 28 Rancangan Tampilan Halaman Keranjang.....	60
Gambar 4. 29 Rancangan Tampilan Halaman <i>Administrator</i>	61
Gambar 4. 30 Rancangan Tampilan Halaman Kritik Saran.....	62
Gambar 4. 31 Rancangan Tampilan Halaman FAQ	63
Gambar 4. 32 Rancangan Halaman Pimpinan	64
Gambar 4. 33 Halaman <i>Sign In</i>	64
Gambar 4. 34 Halaman Registrasi Pelanggan.....	65

Gambar 4. 35 Halaman Profil Pelanggan.....	65
Gambar 4. 36 Halaman Katalog Produk	66
Gambar 4. 37 Halaman View Produk.....	66
Gambar 4. 38 Halaman Bandingkan Produk.....	67
Gambar 4. 39 Halaman <i>Shopping Cart</i>	67
Gambar 4. 40 Halaman Survei Kepuasan Pelanggan.....	68
Gambar 4. 41 Halaman Informasi Poin.....	68
Gambar 4. 42 Halaman Tukar Poin.....	69
Gambar 4. 43 Halaman Daftar Penukaran Poin	69
Gambar 4. 44 Halaman Transaksi Sebelumnya	70
Gambar 4. 45 Halaman Kritik Saran.....	70
Gambar 4. 46 Halaman FAQ	71
Gambar 4. 47 Halaman <i>Administrator</i>	71
Gambar 4. 48 Halaman Data Barang	72
Gambar 4. 49 Halaman Pimpinan	72
Gambar 4. 50 Halaman Cetak Laporan Penjualan	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Indikator Dimensi Kualitas Pelayanan.....	7
Tabel 2.2 <i>Entity Relational Diagram</i>	10
Tabel 2.3 <i>Data Flow Diagram</i>	11
 Tabel 3.1 Populasi Pada Indosehat Medika	 15
 Tabel 4.1 <i>Cause-Effect Analysis & System Improvement Object</i>	 24
Tabel 4.2 Kebutuhan Non-Fungsional	26
Tabel 4.3 Tabel Pengguna.....	51
Tabel 4.4 Tabel Pelanggan.....	52
Tabel 4.5 Tabel Kategori	52
Tabel 4.6 Tabel Barang.....	53
Tabel 4.7 Tabel Barang Promosi.....	53
Tabel 4.8 Tabel Transaksi.....	54
Tabel 4.9 Tabel Detail Transaksi	54
Tabel 4.10 Tabel Konfirmasi Pembayaran	54
Tabel 4.11 Tabel Kritik Saran.....	55
Tabel 4.12 Tabel Tukar Poin.....	55
Tabel 4.13 Tabel FAQ	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Coba Sistem.....	73
Tabel 4.15 <i>Test Case</i> Halaman <i>Sign In</i>	77
Tabel 4.16 <i>Test Case</i> Halaman Profil Pelanggan.....	77
Tabel 4.17 <i>Test Case</i> Halaman <i>Shopping Cart</i>	78
Tabel 4.18 <i>Test Case</i> Halaman Konfirmasi Pembayaran	78
Tabel 4.19 <i>Test Case</i> Halaman Survei Kepuasan Pelanggan	78
Tabel 4.20 <i>Test Case</i> Halaman Informasi Poin	79
Tabel 4.21 <i>Test Case</i> Halaman Penukaran Poin	79
Tabel 4.22 <i>Test Case</i> Halaman Transaksi Sebelumnya	80
Tabel 4.23 <i>Test Case</i> Halaman Kritik Saran.....	80
Tabel 4.24 <i>Test Case</i> Halaman FAQ	80
Tabel 4.25 <i>Test Case</i> Halaman <i>Home Administrator</i>	81
Tabel 4.26 <i>Test Case</i> Halaman Pengelolaan Kategori.....	81
Tabel 4.27 <i>Test Case</i> Halaman Pengelolaan Barang	82
Tabel 4.28 <i>Test Case</i> Halaman Pengelolaan Barang Promosi	82
Tabel 4.29 <i>Test Case</i> Halaman Pengelolaan Transaksi	83
Tabel 4.30 <i>Test Case</i> Halaman Pengelolaan Tukar Poin	83
Tabel 4.31 <i>Test Case</i> Halaman Kritik Saran.....	84
Tabel 4.32 <i>Test Case</i> Halaman Pengelolaan FAQ.....	84
Tabel 4.33 <i>Test Case</i> Halaman Home Pimpinan	85
Tabel 4.34 <i>Test Case</i> Halaman Cetak Laporan Pelanggan	85
Tabel 4.35 <i>Test Case</i> Halaman Cetak Laporan Barang	86

Tabel 4.36	<i>Test Case</i> Halaman Cetak Laporan Barang Promosi	86
Tabel 4.37	<i>Test Case</i> Halaman Cetak Laporan Penjualan	87
Tabel 4.38	<i>Test Case</i> Halaman Cetak Laporan Kritik Saran	87
Tabel 4.39	<i>Test Case</i> Halaman Cetak Laporan FAQ.....	88
Tabel 4.40	<i>Test Case</i> Halaman Cetak Laporan Pembayaran	88
Tabel 4.41	<i>Test Case</i> Halaman Pengelolaan Pengguna	89
Tabel 4.42	Uji Validitas Kinerja dan Harapan.....	89
Tabel 4.43	Uji Reliabilitas Kinerja dan Harapan.....	91

DAFTAR RUMUS

	Halaman
(3.1) Rumus Slovin	15
(3.2) Uji Validitas	16
(3.3) Uji Reliabilitas	17

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era kemajuan teknologi saat ini dapat mendorong terlahirnya suatu paradigma baru yang akhirnya membentuk suatu dunia maya dalam perdagangan yang sering disebut *e-commerce*. Dalam hal ini *e-commerce* terjadi interaksi antara perusahaan dengan pelanggan, sehingga perusahaan lebih mudah dalam memasarkan produknya.

Menurut (Tjiptono, 2002) bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*). Jadi *service quality* adalah hal yang dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa nya dengan kualitas pelayanan kepada konsumen yang akan diukur tingkat kinerja yang telah dicapai.

Indosehat Medika adalah sebuah toko yang memasarkan alat-alat kesehatan. Dalam proses pendataan laporan penjualan sering terjadi kesulitan karena belum adanya pemrosesan data laporan secara terstruktur yang menjadi kesalahan pencatatan yang sehingga mengakibatkan dampak negatif terhadap perusahaan, maka dari itu perlu adanya suatu media yaitu berupa sistem yang mengintegrasikan antara pemasaran, proses transaksi dan pelayanan konsumen menjadi suatu aplikasi berbasis online yang dapat mengelola hubungan antara perusahaan dengan

konsumennya, dengan mengimplementasikan konsep *Customer Relationship Management* (CRM).

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pelanggan dari dimensi *service quality* terhadap penjualan alat kesehatan pada Toko Indosehat Medika.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengusulkan penelitian ini dengan judul “PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) BERDASARKAN *SERVICE QUALITY* UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN PELANGGAN PADA TOKO INDOSEHAT MEDIKA”.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk meningkatkan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam mendukung proses bisnis pada Toko Indosehat Medika.

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari tugas akhir ini adalah :

1. Memberikan sumber informasi mengenai *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Service Quality* terhadap loyalitas pelanggan.
2. Membantu menarik pelanggan baru dengan menawarkan pelayanan yang lebih baik.
3. Terjalin hubungan yang baik antara pengelola dengan pelanggan untuk meningkatkan penjualan dan jumlah pelanggan.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya pembahasan tidak menyimpang serta lebih terarah dan dapat dipahami dengan mudah maka perlu adanya batasan masalah.

Adapun batasan masalah nya antara lain :

1. Sistem pemasaran *Customer Relationship Management* (CRM) berdasarkan *Service Quality* untuk meningkatkan pelayanan pelanggan pada Toko Indosehat Medika yang terintegrasi dengan *website*.
2. Hasil dari penelitian ini berupa aplikasi berbasis *web* yang memuat katalog produk, kelola produk, kelola pemesanan, kelola tukar poin, fitur membandingkan antar produk, fitur kritik dan saran serta cetak laporan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, M., & Ibrahim, A. (2013). Rancang Bangun Electronic Costumer Relationship Management (E-CRM) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Komputer Unsri. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 5(2), 629–644.
- Al Fatta, Hanif. 2007. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI
- Al Fatta, Hanif. 2009. *Rekayasa Sistem Pengenalan Wajah*. Yogyakarta: ANDI.
- Anhar. 2010. *Panduan Menguasai PHP dan Mysql*. Jakarta: Media Kita
- A. S. Kusuma and I. G. S. E. Putra, “Rancang Bangun Sistem Penjadwalan Wawancara Mahasiswa Baru STMIK STIKOM Indonesia Aniek,” vol. 11, no. 2, 2017
- Doro Edi, & Stevalin Betshani. (2009). Analisis Data Dengan Menggunakan ERD Dan Model Konseptual Data Warehouse. *Jurnal Informatika*, 5(71), 71–85.
Retrieved from <http://jutisi.maranatha.edu/index.php/jui/article/view/116>
- Hidayat, R. (2014). Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Sisfotek Global*, 4(2), 3.
- Ilmu, F., Universitas, K., Darma, B., Method, S., Informasi, S., Layanan, A. K., ... Perbaikan, K. (2013). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan Servqual Method, (12), 47–52.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*. 11th Edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey
- Pressman, R.S. 2002. *Rekayasa Perangkat Lunak: Pendekatan Praktisi(Buku Dua)*. Yogyakarta: ANDI

R. Darniyati, E. U. Artha, and A. Setyawan, "Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Pemain Pada Cabang Olahraga Futsal Dengan Metode Profile Matching," vol. 2, no. 1, 2018.

Rosalina, V., & Malik, A. (2017). Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Modeling on Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) Banten, 175(3), 28–33.

Setiawan, D., & Saputra, E. H. (2015). PENERAPAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEBSITE PADA UD TOYORIZ BUSINDO Pendahuluan Landasan Teori Pembahasan. Jurnal Ilmiah DASI, 16(1), 34–39.

Undang-undang Republik Indonesia No 39 Tahun 2009. Retrieved from <http://www.albayan.ae>

Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI

Yunitarini, R., Budi, P., & Nurwarsito, H. (2012). Implementasi Perangkat Lunak Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) dengan Metode Framework of Dynamic CRM. Jurnal EECCIS, 6(1), 83–90.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33.