

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* BERBASIS  
WEBSITE PADA PT. KEJORA INTI MAS**

**SKRIPSI**  
**Program Studi Sistem Informasi**  
**Jenjang Sarjana**



Oleh

**Cindy Ardella**  
**09031381924136**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**  
**MEI 2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* BERBASIS  
WEBSITE PADA PT. KEJORA INTI MAS**

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

Oleh :

**Cindy Ardella      09031381924136**



**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,**

**Endang Lestari Ruskan, M.T  
NIP. 197811172006042001**

**Palembang, Mei 2023**

**Pembimbing,**

**Dr. Ali Ibrahim, M.T.  
NIP. 198407212019031004**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cindy Ardella  
NIM : 09031381924136  
Program Studi : Sistem Informasi Bilingual  
Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management* Berbasis  
*Website* pada PT. Kejora Inti Mas

Hasil Pengecekan, *iThenticate/Turnitin* : 7%

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

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



Paikembang, Mei 2023



**Cindy Ardella**  
NIM. 09031381924136

## HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Jumat  
Tanggal : 05 Mei 2023  
Nama : Cindy Ardella  
NIM : 09031381924136  
Program Studi : Sistem Informasi Bilingual  
Judul Skripsi : Penerapan *Customer Relationship Management* Berbasis  
*Website* pada PT. Kejora Inti Mas

Tim Penguji :

1. Pembimbing : Dr. Ali Ibrahim, M.T.
2. Ketua Penguji : Mira Afrina, S.E., M.Sc.
3. Penguji I : Rizka Dhini Kurnia, S.T., M.Sc.
4. Penguji II : Pacu Putra Suarli, M.Cs.

:   
:   
:   
: 

  
Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sistem Informasi,  
  
Endang Lestari Ruskan, M.T.  
NIP. 197811172006042001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

**“Fruitless are the fair words of one who does not practice them.”**

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- ❖ Tuhan Yang Maha Esa
- ❖ Kedua Orang Tua
- ❖ Kakak dan Adik
- ❖ Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji Skripsi
- ❖ Sahabat-Sahabatku
- ❖ Almamaterku, Universitas Sriwijaya

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul ‘Penerapan *Customer Relationship Management* Berbasis *Website* pada PT. Kejora Inti Mas’ sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi di Program Studi Sistem Informasi S1. Skripsi adalah salah satu mata kuliah wajib dengan bobot 4 SKS yang harus ditempuh oleh mahasiswa jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Selama proses penyusunan skripsi ini tentu tak lepas dari bantuan, arahan, serta masukan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Keluarga, kerabat, serta teman-teman yang selalu memberikan motivasi dan semangat serta doanya.
3. Bapak Jaidan Jauhari, S.Pd., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Julian Supardi, S.Pd., M.T. selaku Wakil Dekan bidang Akademik Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Dr. Ali Ibrahim, S.Kom., M.T. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis di Universitas Sriwijaya
7. Ibu Nabila Rizky Oktadini, M.T. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis di Universitas Sriwijaya.

Penulis juga menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca agar lebih baik lagi dikemudian hari.

Akhir kata penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya secara langsung ataupun tidak langsung sebagai sumbangan pikiran dalam peningkatan mutu pembelajaran dan penelitian dan dapat digunakan sebagai pengantar menuju penyusunan Skripsi.

Palembang, April 2023  
Penulis,



Cindy Ardella  
09031381924136

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* BERBASIS  
*WEBSITE* PADA PT. KEJORA INTI MAS**

**Oleh**

**Cindy Ardella  
09031381924136**

**ABSTRAK**

PT. Kejora Inti Mas merupakan sebuah perusahaan yang mendistribusikan material konstruksi. Perusahaan melakukan proses bisnis secara konvensional yang menyebabkan terbatasnya interaksi antara perusahaan dengan pelanggan dan target pasar menjadi terbatas. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan sebuah *website* yang menerapkan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai upaya untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan, memperluas target pasar, dan meningkatkan daya saing. Penerapan strategi CRM pada *website* PT. Kejora Inti Mas antara lain yaitu penerapan *Search Engine Optimization* (SEO), *testimoni*, *rewards*, *subscribers*, *live chat*, merekomendasikan produk, integrasi langsung dengan obrolan *WhatsApp*, *email* status pesanan, dan menentukan ongkos kirim. Pengembangan sistem dilakukan menggunakan metode *Rapid Application Development* (RAD) yang memiliki tiga tahapan yaitu Perencanaan Kebutuhan, Desain Sistem, dan Implementasi.

**Kata Kunci** : *Customer Relationship Management, Website, Rapid Application Development.*



# **IMPLEMENTATION OF WEBSITE-BASED CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AT PT. KEJORA INTI MAS**

**By**

**Cindy Ardella  
09031381924136**

## ***ABSTRACT***

*PT. Kejora Inti Mas is a company that distributes construction materials. The company carries out conventional business processes, which cause limited interaction between the company and its customers and a limited target market. Therefore, companies need a website that implements a customer relationship management (CRM) strategy in an effort to build good relationships with customers, expand target markets, and increase competitiveness. Implementation of the CRM strategy at PT. Kejora Inti Mas includes implementing Search Engine Optimization (SEO), testimonials, rewards, subscribers, live chat, recommending products, direct integration with WhatsApp chats, email order statuses, and determining shipping costs. System development is carried out using the Rapid Application Development (RAD) method, which has three stages: requirements planning, system design, and implementation.*

**Keywords :** *Customer Relationship Management, Website, Rapid Application Development.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan.....	3
1.4. Manfaat.....	3
1.5. Batasan Masalah.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1. Penelitian Terkait .....	5
2.2. Penjualan .....	13
2.3. <i>Customer Relationship Management</i> .....	14
2.3.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	14
2.3.2. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	15
2.3.3. Fase <i>Customer Relationship Management</i> .....	16
2.3.4. Aspek Penting <i>Customer Relationship Management</i> .....	17
2.3.5. Modul <i>Customer Relationship Management</i> .....	18
2.3.6. Kajian <i>Customer Relationship Management</i> .....	19
2.3.7. CRM Pada Organisasi <i>Profit</i> dan <i>Non Profit</i> .....	20
2.4. PHP dan MySql .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	23
3.1. Kerangka Penelitian .....	23
3.2. Jenis Penelitian .....	24
3.3. Pengumpulan Data .....	24
3.4. Pengembangan Sistem Berbasis CRM .....	24

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	26
4.1. Perencanaan Kebutuhan .....	26
4.1.1 Pemodelan Bisnis .....	26
4.2. Desain Sistem .....	30
4.2.1 Pemodelan Data .....	30
4.2.2 Pemodelan Proses .....	31
4.3. Implementasi .....	41
4.3.1 Pembentukan Aplikasi .....	41
4.3.2 Pengujian Sistem .....	69
4.4. <i>Web Hosting</i> .....	76
4.5. Hasil.....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	78
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	79
<b>LAMPIRAN</b> .....	83

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kerangka Penelitian .....	23
Gambar 3.2. <i>Rapid Application Development</i> (RAD) .....	25
Gambar 4.1. Diagram BPMN.....	27
Gambar 4.3. <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD) .....	30
Gambar 4.4. Diagram Dekomposisi.....	32
Gambar 4.5. Diagram Konteks.....	33
Gambar 4.6. DFD Level 1.....	34
Gambar 4.7. DFD Level 2 Proses Registrasi & Login.....	35
Gambar 4.8. DFD Level 2 Proses Pencarian Produk .....	35
Gambar 4.9. DFD Level 2 Pemesanan.....	36
Gambar 4.10. DFD Level 2 Pembayaran .....	37
Gambar 4.11. PDFD Level 1.....	38
Gambar 4.11. PDFD Level 2 Proses Registrasi & Login .....	39
Gambar 4.12. PDFD Level 2 Proses Pencarian Produk.....	39
Gambar 4.13. PDFD Level 2 Proses Pemesanan .....	40
Gambar 4.14. PDFD Level 2 Proses Pembayaran .....	41
Gambar 4.15. Halaman <i>Home</i> .....	42
Gambar 4.16. Halaman <i>Shop</i> .....	43
Gambar 4.17. Filter Produk Berdasarkan Jenis.....	43
Gambar 4.18. Filter Produk Berdasarkan <i>Merk</i> .....	44
Gambar 4.19. Halaman Pencarian Produk .....	44
Gambar 4.20. Halaman <i>My account</i> .....	45
Gambar 4.21. Menu <i>My Order</i> .....	45
Gambar 4.22. Menu <i>Payment Info</i> .....	46
Gambar 4.23. Menu <i>Edit Account</i> .....	46
Gambar 4.24. Menu <i>Change Password</i> .....	47
Gambar 4.25. Menu <i>Delete Account</i> .....	47
Gambar 4.26. Menu <i>Log Out</i> .....	48
Gambar 4.27. Halaman Registrasi Akun .....	48
Gambar 4.28. Halaman <i>Log In</i> .....	49
Gambar 4.29. Halaman <i>Shopping Cart</i> .....	49
Gambar 4.30. Halaman <i>About</i> .....	50
Gambar 4.31. Halaman <i>Testimoni</i> .....	50
Gambar 4.32. Halaman Detail.....	51
Gambar 4.33. Halaman <i>Checkout</i> .....	52
Gambar 4.34. Fitur Gunakan <i>Voucher</i> .....	53
Gambar 4.35. Halaman Konfirmasi Pembayaran .....	53
Gambar 4.36. Halaman Ulasan .....	54
Gambar 4.37. <i>Form</i> Ulasan.....	54

Gambar 4.38. Fitur <i>Live Chat</i> .....	55
Gambar 4.39. Fitur <i>Chat WhatsApp</i> .....	55
Gambar 4.40. <i>Form</i> daftar <i>subscribers</i> .....	56
Gambar 4.41. Form Kirim Pemberitahuan.....	56
Gambar 4.42. <i>Email</i> Pemberitahuan .....	57
Gambar 4.43. Status Pesanan pada halaman Admin.....	57
Gambar 4.44. Halaman <i>Log In</i> Admin.....	58
Gambar 4.45. Halaman <i>Dashboard</i> Admin .....	58
Gambar 4.46. Halaman <i>Insert</i> Produk.....	59
Gambar 4.47. Halaman Lihat Produk .....	59
Gambar 4.48. Halaman <i>Insert</i> Kategori Produk.....	60
Gambar 4.49. Halaman Lihat Kategori Produk .....	60
Gambar 4.50. Halaman <i>Insert</i> Kategori .....	61
Gambar 4.51. Halaman Lihat Kategori .....	61
Gambar 4.52. Halaman <i>Insert Slides</i> .....	62
Gambar 4.53. Halaman Lihat <i>Slides</i> .....	62
Gambar 4.54. Halaman <i>Insert</i> Syarat & Ketentuan .....	63
Gambar 4.55. Halaman Lihat Syarat & Ketentuan .....	63
Gambar 4.56. Halaman Lihat <i>Customer</i> .....	64
Gambar 4.57. Lihat <i>Order</i> .....	64
Gambar 4.58. Halaman Detail Transaksi .....	65
Gambar 4.59. Halaman Lihat Pembayaran .....	65
Gambar 4.60. Halaman <i>CSS Editor</i> .....	66
Gambar 5.61 Halaman <i>Edit</i> Profil Admin.....	66
Gambar 5.62. Halaman <i>Subscribers</i> .....	67
Gambar 4.63. Halaman Pimpinan Lihat <i>Order</i> .....	67
Gambar 4.64. Halaman Pimpinan Detail Transaksi.....	68
Gambar 4.65. Halaman Pimpinan <i>Insert User</i> .....	68
Gambar 4.66. Halaman Pimpinan Lihat <i>User</i> .....	69
Gambar 4.67. <i>Web Hosting</i> .....	76

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terkait .....	5
Tabel 4.1. Tabel Pengujian Sistem.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Izin Pengambilan Data .....	A-1
Lampiran 2. Bukti Cek Plagiasi .....	B-2
Lampiran 3. Form Wawancara dengan Staff PT. Kejora Inti Mas .....	C-3
Lampiran 4. Data Kunjungan <i>Website</i> pada bulan Maret 2023 .....	D-6
Lampiran 5. <i>Screenshoot</i> Kode Program .....	E-7

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Untuk dapat bertahan dalam bisnis, perusahaan harus berupaya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan agar dapat memenangkan persaingan di pasar. Persaingan bisnis di era globalisasi menuntut Perusahaan untuk inovatif dan kreatif dalam pengelolaan Perusahaan, salah satunya adalah meningkatkan pelanggan dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial (Fadly & Wantoro, 2019).

Perkembangan dunia bisnis mendukung perusahaan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dan membina hubungan baik dengan pelanggan. Upaya tersebut dapat dilakukan secara langsung atau dapat dilakukan secara *online* dengan menerapkan *Customer Relationship Management* (Nurohim & Perbawa, 2021).

Upaya untuk membina hubungan pelanggan juga harus dilakukan dengan mempelajari perilaku dari pelanggan yang saat ini mengikuti era digital. Perkembangan teknologi internet dan kemudahan akses komunikasi memberikan pengaruh terhadap gaya konsumen untuk berbelanja secara efektif dan efisien. Dengan permasalahan ini, maka muncul solusi bagi penjual untuk memasarkan produknya secara *online* yang menuntut penjual untuk lebih kreatif dan inovatif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan (Visser & Fokkema, 2021).

PT. Kejora Inti Mas merupakan salah satu perusahaan yang mendistribusikan material konstruksi. Berdasarkan wawancara dengan staff PT. Kejora Inti Mas, saat ini penjualan masih dilakukan secara konvensional



dilakukan melalui telepon dan kunjungan *sales marketing* ke pelanggan. Dengan kondisi penjualan secara konvensional, hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi terbatas dan pemasaran dilakukan dengan waktu dan tempat yang terbatas. Perusahaan memerlukan sebuah alternatif untuk mencapai target pasar masyarakat luas sehingga penjualan dapat meningkat. Oleh karena itu, maka dibutuhkan sebuah *website* penjualan yang menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) bagi perusahaan untuk memasarkan produknya secara online dan membina hubungan yang baik dengan pelanggan.

Dengan pemasaran yang meluas, pendapatan perusahaan juga meningkat melalui pembelian secara *online* maka akan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan manfaat yang dihasilkan dari implementasi sistem ini, maka dapat disimpulkan bahwa CRM yang diterapkan berkaitan dengan *profit* Perusahaan. Penerapan *Customer Relationship Management* akan dibangun untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan yang diimplementasikan pada sebuah sistem informasi berbasis *website* menggunakan metode pengembangan perangkat lunak *Rapid Application Development* (RAD).

Dari permasalahan tersebut, maka penulis ingin mengangkat permasalahan tersebut menjadi topik Tugas Akhir yang berjudul “Penerapan Customer Relationship Management Berbasis *Website* pada PT. Kejora Inti Mas”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, ditemukan suatu rumusan masalah yaitu manajemen hubungan dengan pelanggan di PT. Kejora Inti Mas masih dilakukan secara konvensional sehingga interaksi antara perusahaan dengan pelanggan menjadi terbatas. Oleh karena itu, diterapkan strategi *Customer Relationship*

*Management* (CRM) yang diimplementasikan ke dalam sebuah *website* untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan.

### **1.3. Tujuan**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menerapkan strategi *Customer Relationship Management* pada sebuah *website* di PT. Kejora Inti Mas untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan.

### **1.4. Manfaat**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Bagi Perusahaan :**

- a. Membangun sebuah sistem informasi berbasis *website* yang mengimplementasikan CRM pada PT. Kejora Inti Mas untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan.
- b. Penerapan CRM dapat mengoptimalkan proses bisnis pada PT. Kejora Inti Mas.
- c. Membuat media penjualan, pemasaran, dan promosi bagi PT. Kejora Inti Mas.
- d. Meningkatkan daya saing PT. Kejora Inti Mas dalam menjalankan bisnisnya.
- e. Memberikan sarana bagi PT. Kejora Inti Mas mempelajari perilaku konsumen untuk mengelola strategi bisnis.

#### **2. Bagi Masyarakat**

- a. Memberikan kemudahan berbelanja bagi masyarakat.

- b. Masyarakat dapat menjangkau semua katalog produk dengan mudah.
  - c. Masyarakat dapat mempelajari produk yang dipasarkan dengan lebih mudah.
  - d. Memungkinkan pembelian produk dari wilayah yang berbeda.
  - e. Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk membandingkan produk.
3. Bagi Peneliti
- a. Memberikan pengalaman berharga bagi peneliti dalam upaya meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengembangkan sistem.

### **1.5. Batasan Masalah**

Agar permasalahan yang dibahas dalam penyusunan tugas akhir ini tidak terlalu meluas, maka penulis melakukan pembatasan masalah :

1. Penelitian ini akan diterapkan pada PT. Kejora Inti Mas.
2. Data yang digunakan adalah data yang berasal dari PT. Kejora Inti Mas.
3. Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode pengembangan sistem *Rapid Application Development (RAD)*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldisa, R. T. (2021). Penerapan Metode RAD (Rapid Application Development) Pada Sistem Informasi Promosi dan Pemesanan Makanan Berbasis Website Studi Kasus Restoran Waroenk Anak Kuliah. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(3), 446–452. <https://doi.org/10.47065/bits.v3i3.1137>
- Amatullah, S., Delima, R., Syafitri, H., & Ibrahim, A. (2018). Penerapan Strategi Customer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan Studi Kasus : Rumah Kreatif Ogan Ilir Indralaya. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 5(2), 255–230. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201852555>
- Anderson, K., & Kerr, C. (2002). *Customer Relationship Management*. McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1036/0071394125>
- Anggara, N. A. A., Hutahaean, J., & Iqbal, M. (2022). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Dalam Sistem Informasi Penjualan Kosmetik Berbasis Web. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(4), 480–488. <https://doi.org/10.47065/bits.v3i4.1440>
- Anh, D. B. H., & Tien, N. H. (2021). The formation and development of CRM system at Nguyen Kim in Vietnam. *Researchgate.Net*, 1–5. [https://www.researchgate.net/profile/Nguyen-Tien-32/publication/352833408\\_The\\_formation\\_and\\_development\\_of\\_CRM\\_system\\_at\\_Nguyen\\_Kim\\_in\\_Vietnam/links/60dba911299bf1ea9ecea94f/The-formation-and-development-of-CRM-system-at-Nguyen-Kim-in-Vietnam.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Nguyen-Tien-32/publication/352833408_The_formation_and_development_of_CRM_system_at_Nguyen_Kim_in_Vietnam/links/60dba911299bf1ea9ecea94f/The-formation-and-development-of-CRM-system-at-Nguyen-Kim-in-Vietnam.pdf)
- Ariska, A. M., Irawati, N., & Muhazir, A. (2022). *Penerapan Elektronik Customer Relationship Management ( E-CRM ) Dalam Penjualan Roti Berbasis Web*. 6(April), 1090–1101. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.4002>
- Babar, M. P., & Saitakela, M. (2019). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Klinik Valerie Beauty. *JITU : Journal Informatic Technology And Communication*, 3(1), 58–63. <https://doi.org/10.36596/jitu.v3i1.74>
- Beni Frandian, Yudhanata, R. D., Samsudin, S., & Suendri, S. (2022). Implementation of CRM (Customer Relationship Management) at UPT Public Health Center Perbaungan Web-Based. *Journal of Information Systems and Technology Research*, 1(2), 51–57. <https://doi.org/10.55537/jistr.v1i2.149>
- Chen, I. J., & Popovich, K. (2003). Understanding customer relationship management (CRM): People, process and technology. *Business Process*

*Management Journal*, 9(5), 672–688.  
<https://doi.org/10.1108/14637150310496758>

- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 46–55. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/1749>
- Firhan, M., Farisi, A., & Purwanto, A. (2022). Penerapan Metode CRM Pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pakaian dan Aksesoris. 9(4), 902–911. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i4.4647>
- Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Sendra-García, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research*, 129(November 2020), 83–87. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.050>
- Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., Gil-Gomez, H., & Iturricha Fernández, A. (2021). Customer relationship management (CRM) and Innovation: A qualitative comparative analysis (QCA) in the search for improvements on the firm performance in winery sector. *Technological Forecasting and Social Change*, 169. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120838>
- I Kadek Dwi Gandika Supartha, S. T. M. T., Bambang Agus H, S. T. M. M., Cecep Kurnia Sastradipraja, S. K. M. K., Afif Zuhri Arfianto, S. T. M. T., Muslih, M., Ayu Manik Dirgayusari, S. K. M. M. T., Jefonses Yarsian Pote, S. K. M. K., Seliwati, S. K. M. K., Dr. Hamdan Firmansyah, S. H. I. S. H. M. M. P. M. H., Retno Anggoro, S. S. T. M. M. T., & others. (2022). *Konsep Sistem Informasi dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=GB9ZEAAAQBAJ>
- Irnawati, O., & Galih Bayu Aji Listianto. (2018). Metode Rapid Application Development (RAD) pada Perancangan Website Inventory PT. SARANA ABADI MAKMUR BERSAMA (S.A.M.B) JAKARTA. *Evolusi : Jurnal Sains Dan Manajemen*, 6(2), 12–18. <https://doi.org/10.31294/evolusi.v6i2.4414>
- Kurnia, I. (2018). Pengenalan MYSQL. *Sistem Manajemen Basis Data (MYSQL)*, 1–5. <https://docplayer.info/33668465-Sistem-manajemen-basis-data-mysql.html>
- Lamrhari, S., Ghazi, H. El, Oubrich, M., & Faker, A. El. (2022). A social CRM analytic framework for improving customer retention, acquisition, and conversion. *Technological Forecasting and Social Change*, 174(February 2021), 121275. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121275>
- Lataruva, E., Putra, M. F., Djaniar, U., Parma, I. P. G., Tyas, Y. I. W., Zainuddin, D., & others. (2022). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=CYiiEAAAQBAJ>

- Masrina, A. B., Amin, M., & Putri, P. (2022). *IMPLEMENTASI E-CRM UNTUK MENINGKATKAN CELLULER BERBASIS WEB Mahasiswa Prodi Sistem Informasi , STMIK Royal Dosen Prodi Sistem Komputer , STMIK Royal Dosen Prodi Sistem Informasi , STMIK Royal PENDAHULUAN Pelanggan merupakan orang yang melakukan pembelian . 2(2), 77–84.*
- Nasri, E., Kornelis, K., & Fauzi, D. M. (2022). Rancangan Aplikasi Distribusi Makanan Ringan Dengan Pendekatan Customer Relationship Management Dan Metode Rad. *Journal of Innovation And Future Technology (IFTECH)*, 4(1), 20–28. <https://doi.org/10.47080/iftech.v4i1.1748>
- Ngelyaratan, D., Soediantono, D., Staf, S., Tni, K., & Laut, A. (2022). Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 2722–8878. <http://www.jiemar.org>
- Ningsih, N. (2021). Penerapan konsep gamification pada aplikasi e-commerce untuk umkm makanan. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(1). <https://doi.org/10.36085/jsai.v4i1.1329>
- Nugraha, R. (2022). Rancang Bangun Sistem Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dengan Pola Mvc. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(1), 70–85. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i1.1388>
- Nurohim, G. S., & Perbawa, D. S. (2021). *Analisa Dan Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management ( CRM ) Untuk Mendukung Manajemen Hubungan Pelanggan. 13(2), 34–39.*
- Pricillia, T., & Zulfachmi. (2021). Perbandingan Metode Pengembangan Perangkat Lunak (Waterfall, Prototype, RAD). *Jurnal Bangkit Indonesia*, 10(1). <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v10i1.153>
- Reynolds, J. (2002). *A Practical Guide to CRM: Building More Profitable Customer Relationships.* CRC Press. <https://books.google.co.id/books?id=lCipDwAAQBAJ>
- Salsabilla, A. A., & Hanifa, F. H. (2021). Implementasi Customer Relationship Management (crm) Pada Unit Business Government Enterprise Service (bges) Di Pt. Telkom Witel Sumbar Tahun 2021. *EProceedings of Applied Science*, 7(4), 591–595. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/15257>
- Sari, H. E., & Prasetiawati, R. (2020). CRM, Berbasis WEB Analisis Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus\_ PT INOVATIF TEKNIK MESINDO). *Technomedia Journal*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.33050/tmj.v5i1.881>

- Sihotang, N. (2017). Penerapan Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Penjualan (Studi Kasus Lavas Kopi Kisaran). *Regional Development Industry & Health Science, Technology and Art of Life*, 2(1), 224–234. <https://ptki.ac.id/jurnal/index.php/readystar/article/view/60>
- Sugiarto, E. (2015). Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis. *Penelitian, Yogyakarta : Suaka Media*.
- Supriyanto, & Setiyawati, N. (2021). Pembangunan Aplikasi Mobile-Customer Relationship Management (M-CRM) Terintegrasi Pada UMKM. *Jurnal IKRA-ITH INFORMATIKA*, 5(2), 118–127.
- Syahnita, Nofriadi, & Sudarmin. (2022). Rancang Bangun Customer Relationship Management ( CRM ) Dalam. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(1), 18–27. <https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1485>
- Tambunan, C., Manalu, D. R., & Naibaho, J. F. (2018). Penerapan Customer Relationship Management Pada Sistem Informasi Pemesanan Dan Penjualan Pada Toko Buku Gapura Berbasis Web. *METHODIKA: Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(1), 27–31. <https://doi.org/10.46880/mtk.v4i1.56>
- Visser, M., & Fokkema, M. (2021). Customer relationship management. *Digital Marketing Fundamentals: From Strategy to ROI*, 15, 427–470.
- Voutama, A. (2022). Sistem Antrian Cucian Mobil Berbasis Website Menggunakan Konsep CRM dan Penerapan UML. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 11(1), 102–111. <https://doi.org/10.34010/komputika.v11i1.4677>
- Yuliano, T. (2017). Pengenalan PHP. *Ilmu Komputer*, 1–9.
- Zailani, A. U. (2019). Perancangan Sistem Informasi Customers Relationship Management Berbasis Web. *Journal of Informatics and Communication Technology (JICT)*, 1(2), 11–20. [https://doi.org/10.52661/j\\_ict.v1i2.36](https://doi.org/10.52661/j_ict.v1i2.36)