

**PENERAPAN (CRM) *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE TOPSIS PADA PD
SUWITO**

SKRIPSI

Sebagai Salah satu syarat untuk penyelesaian studi
di Program Studi Sistem Informasi Profesional S1



Oleh

Boby Fitriyansyah
09031481619007

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI PROFESIONAL
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
JANUARI 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENERAPAN (CRM) *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE TOPSIS PADA PD
SUWITO**


SKRIPSI

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

Oleh

Boby Fitriyansyah
09031481619007

Mengetahui
Ketua Jurusan Sistem Informasi,


Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172006042001

Palembang, Januari 2018

Pembimbing,


Ali Ibrahim, M.T.
NIP. 198407212010031201

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Jum'at

Tanggal : 22 Desember 2017

Tim Penguji :

1. Ketua (Pembimbing) : Ali Ibrahim, M.T

2. Anggota I : Dr. Ermatita, M.T

3. Anggota II : Taufiqurrahman, M.T



Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Endang Lestari Ruskan, M.T
NIP. 197811172006042001

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bobby Fitriyansyah
NIM : 09031481619007
Program Studi : Sistem Informasi Profesional
Judul Skripsi : Penerapan (Crm) *Customer Relationship Management* Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Topsis Pada Pd Suwito

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 4 %

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

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

Palembang, Januari 2018



Bobby Fitriyansyah
NIM. 09031481619007

ABSTRAK

PENERAPAN (CRM) *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE TOPSIS PADA PD SUWITO

Oleh

**Boby Fitriyansyah
09031481619007**

Persaingan usaha yang ketat pada saat ini mengharuskan PD Mebel Suwito untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan. Dan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan PD Mebel Suwito. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggannya. Strategi ini menganjurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi, agar pelanggan merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan membawa sektor usaha menjadi barometer dalam upaya merebut hati konsumen sehingga tidak menutup kemungkinan konsumen untuk kembali menggunakan produk jasa suatu perusahaan tersebut. Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Dengan metode TOPSIS yang dapat memberikan urutan alternatif kualitas pelayanan yang paling ideal untuk pelanggan. Metode ini dipilih karena mampu menyeleksi alternatif terbaik dari sejumlah alternatif terbaik terhadap pelayanan kepada pelanggan.

Kata Kunci: CRM, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Topsis

ABSTRACT

IMPLEMENTATION (CRM) CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TO INCREASE CUSTOMER SATISFACTION TO QUALITY OF SERVICE WITH TOPSIS METHOD IN PD SUWITO

By

**Boby Fitriyansyah
09031481619007**

The intense business competition at present requires PD Furniture Suwito to focus on the needs desired by customers. And begin to change the mindset of profit orientation toward other potential factors such as service quality and customer satisfaction level being the main factor to be considered PD Furniture Suwito. Customer Relationship Management (CRM) is a marketing strategy that builds a close relationship between the company and its customers. This strategy encourages companies to open channels of communication as easily as possible with high response rates, so that customers feel closeness with the company. Good service quality will bring the business sector into a barometer in an effort to win the hearts of consumers so as not to close the possibility of the consumer to re-use the service products of a company. Satisfaction is the feeling of pleasure or disappointment of someone who emerges after comparing the performance of the thought product to the expected performance (or outcome). If performance is below expectations then the customer is not satisfied. If performance meets expectations then the customer is satisfied. With TOPSIS method that can provide alternative order of service quality is most ideal for customers. This method is chosen because it is able to select the best alternative from a number of best alternatives to service to customers.

Keywords: CRM, Quality of Service, Customer Satisfaction, Topsis

Motto dan Persembahan

Bekatak dak mati ulo dak kepunan

Yakin, Ikhlas dan Istiqomah

- **Berangkat dengan penuh keyakinan**
- **Berjalan dengan penuh keikhlasan**
- **Istiqomah dalam menghadapi cobaan**

Tugas Akhir ini Kupersembahkan kepada:

- **Mama dan Papa Tercinta**
- **Keluargaku tercinta**
- **Almamaterku**
- **Teman-teman seperjuangan**
- **Dan para sahabatku**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“PENERAPAN (CRM) CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE TOPSIS PADA PD SUWITO”**.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Sistem Informasi Profesional Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari, bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini banyak mendapat bantuan, bimbingan, petunjuk, saran, dan dorongan dari semua pihak sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ungkapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Jaidan Jauhari, S.Pd., M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
2. Endang Lestari Ruskan, S.Kom., M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
3. Ali Ibrahim, M.T selaku pembimbing yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
4. Suwito selaku Pemilik PD Mebel Suwito Sekayu yang telah memberikan bantuan dalam pengambilan data yang dibutuhkan dalam penulisan Skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta *staff* Jurusan Sistem Informasi Universitas Sriwijaya.
6. Kepada kedua orang tua terima kasih untuk semua doa, dukungan dan kasih sayang yang telah diberikan disetiap hembusan nafas. Kalian sumber inspirasi dan semangatku.
7. Teman-teman Sistem Informasi Kelas Profesional Angkatan 2016, terima kasih atas kebersamaan selama ini, tetaplah menjadi sahabat terbaik. Sukses untuk kita semua.

8. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Jika ada salah kata dan penulisan, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Oleh karenanya, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran guna perubahan yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi kita semua. Terima kasih, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, Januari 2018

Penulis

Boby Fitriyansyah

09031481619007

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK ..	v
ABSTRACT ..	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Tinjauan Pustaka.....	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Pengertian <i>CRM</i>	6
2.2.2 Kerangka Komponen <i>CRM</i>	6
2.2.3 Manfaat <i>CRM</i>	7
2.2.4 Tahapan-tahapan <i>CRM</i>	8
2.2.5 Fungsi-fungsi dalam <i>CRM</i>	8
2.3 Kepuasan Pelanggan	9
2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	9
2.3.2 Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan.....	9
2.3.3 PengukuranKepuasan Pelanggan	10
2.4 Kualitas Pelayanan	10
2.4.1 Pengertian Pelayanan	10
2.4.2 Bentuk-bentuk Pelayanan.....	11
2.4.3 Dimensi Pelayanan.....	11
2.5 Sejarah Metode TOPSIS	12
2.5.1 Pengertian Metode TOPSIS	12
2.5.2 Prosedur Metode Topsis.....	13
BAB IIIMETODE PENELITIAN.....	14
3.1 Jenis dan Metode Pengumpulan Data.....	14

3.1.1 Sumber Data Primer	14
3.1.2 Sumber Data Sekunder	15
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	15
3.3 Metode Pengembangan Sistem.....	16
3.4 Analisis Sistem	19
3.5 Hasil Perhitungan Dengan Metode Topsis.....	22
3.6 Definisi Proyek (<i>Project Definiton</i>).....	32
3.6.1 Tujuan Proyek.....	32
3.6.2 Gambaran Proyek	33
3.6.3 Pernyataan Masalah dan Kesempatan	33
3.6.3.1 Pernyataan Masalah	33
3.6.3.2 Kesempatan / Opportunities	34
3.6.3.3 Pernyataan Masalah	34
3.6.4 Studi Kelayakan Proyek	35
3.6.4.1 Aspek Ekonomi / Bisnis	35
3.6.4.2 Aspek Teknologi	35
3.6.5 Ide Solusi Tahap Awal	35
3.6.6 Ruang Lingkup Awal.....	35
3.7 Analisis Masalah.....	36
3.7.1 Domain Permasalahan	36
3.7.2 Analisis permasalahan	37
3.7.3 Analisa Sebab Akibat dan Tujuan Perbaikan Sistem	39
3.8 Definisi Kebutuhan.....	40
3.8.1 Analisis Kebutuhan.....	40
3.8.1.1 Kebutuhan Fungsional	40
3.8.1.2 Kebutuhan Nonfungsional	41
3.8.2 Klasifikasi Kebutuhan	42
3.8.2.1 Kebutuhan Sistem.....	42
3.8.2.2 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	43
3.9 Perancangan Logika.....	44
3.9.1 Pemodelan Proses	44
3.9.2 Pemodelan Data	50
3.10 Perancangan Sistem.....	55
3.10.1 Physical Design (Desain Fisik).....	55
3.10.2 Physical Data Flow Diagram	55
3.11 Arsitektur Sistem	56
3.11.1 <i>Construction and Testing</i>	58
3.11.2 Database Design	58
3.12 Rancangan Interface	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Hasil	70

4.1.1 Halaman Login.....	70
4.1.2 Halaman Utama Admin.....	71
4.1.3 Halaman Utama Pelanggan.....	75
4.1.4 Halaman Utama Pemilik.....	80
4.2 Pembahasan.....	82
4.2.1 Implementasi dan Pengujian Unit.....	82
4.2.2 Integrasi dan Pengujian Sistem.....	84
4.3 Operasi dan Pemeliharaan.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
DAFTAR LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Ishikawa Diagram</i> Penyimpanan dan pengelolaan.....	37
Gambar 3.2 <i>Ishikawa Diagram</i> Keamanan dalam penyimpanan	38
Gambar 3.3 <i>Ishikawa Diagram</i> Proses pembuatan laporan.....	38
Gambar 3.4 <i>Data Flow Diagram</i> Level 0.....	45
Gambar 3.5 <i>Data Flow Diagram</i> Level 1.....	46
Gambar 3.6 DFD Level 2 Proses 2.....	48
Gambar 3.7 DFD Level 2 Proses 3.....	49
Gambar 3.8 DFD Level 2 Proses 5.....	49
Gambar 3.9 DFD Level 2 Proses 7.....	50
Gambar 3.10 ERD Sistem yang Diusulkan	51
Gambar 3.11 PDFD Level 2 Proses Login	55
Gambar 3.12 PDFD Level 2 Proses Laporan	56
Gambar 3.13 Arsitektur Sistem	57
Gambar 3.14 Skema Database.....	58
Gambar 3.15 Halaman login.....	59
Gambar 3.16 Halaman Utama Admin	59
Gambar 3.17 Halaman Produk	60
Gambar 3.18 Halaman Kriteria.....	60
Gambar 3.19 Halaman Pelanggan	61
Gambar 3.20 Halaman Transaksi	61
Gambar 3.21 Halaman Penilaian	62
Gambar 3.22 Halaman Grafik Penjualan.....	62
Gambar 3.23 Halaman Keluhan	63
Gambar 3.24 Halaman Registrasi Pelanggan Baru.....	63
Gambar 3.25 Halaman Utama Pelanggan.....	64
Gambar 3.26 Halaman Profil Pelanggan	64
Gambar 3.27 Halaman Transaksi	65
Gambar 3.28 Halaman Keluhan	65
Gambar 3.29 Halaman Angket Penilaian	66
Gambar 3.30 Halaman Utama Pemilik.....	66
Gambar 3.31 Halaman Pelanggan	67
Gambar 3.32 Halaman Transaksi	67
Gambar 3.33 Halaman Penilaian	68
Gambar 3.34 Halaman Grafik Penjualan.....	68
Gambar 3.35 Halaman Keluhan	69
Gambar 4.1 Halaman Login	70
Gambar 4.2 Halaman Utama Admin	71
Gambar 4.3 Halaman Produk	71
Gambar 4.4 Halaman Kriteria.....	72
Gambar 4.5 Halaman Pelanggan	72

Gambar 4.6 Halaman Transaksi	73
Gambar 4.7 Halaman Penilaian	73
Gambar 4.8 Halaman Grafik Penjualan.....	74
Gambar 4.9 Halaman Keluhan	74
Gambar 4.10 Registrasi Pelanggan.....	75
Gambar 4.11 Halaman Profil.....	76
Gambar 4.12 Halaman Transaksi	76
Gambar 4.13 Produk Mebel.....	77
Gambar 4.14 Meja	77
Gambar 4.15 Input Transaksi	78
Gambar 4.16 Faktur Transaksi	78
Gambar 4.17 Halaman Keluhan	79
Gambar 4.18 Halaman Angket Penilaian	79
Gambar 4.19 Halaman Pelanggan	80
Gambar 4.20 Halaman Transaksi	80
Gambar 4.21 Halaman Penilaian.....	81
Gambar 4.22 Halaman Grafik Penjualan	81
Gambar 4.23 Halaman Keluhan	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	15
Tabel 3.2 Kriteria Kepuasan Pelanggan	21
Tabel 3.3 Matrix Awal Penilaian.....	22
Tabel 3.4 Bobot Penilaian Kriteria	23
Tabel 3.5 Matriks awal ternormalisasi.....	24
Tabel 3.6 Matriks ternormalisasi terbobot.....	24
Tabel 3.7 Solusi Ideal Positif (A ⁺) dan Matriks Ideal Negatif (A ⁻).....	25
Tabel 3.8 Solusi ideal positif (A ⁺) dan matriks ideal negatif (A ⁻).....	26
Tabel 3.9 Jarak ideal positif (D ⁺).....	26
Tabel 3.10 Jarak ideal negatif (D ⁻)	28
Tabel 3.11 Nilai tiap preferensi	30
Tabel 3.12 Peringkat Urutan Preferensi.....	30
Tabel 3.13 Kepuasan pelanggan	31
Tabel 3.14 Tujuan Proyek.....	32
Tabel 3.15 Pernyataan Masalah	34
Tabel 3.16 <i>Problems, Opportunities, Objectives & Constraints Matrix</i>	39
Tabel 3.17 Kebutuhan Nonungsional	41
Tabel 3.18 Kebutuhan Sistem.....	42
Tabel 3.19 Kebutuhan perangkat lunak	43
Tabel 3.20 User.....	52
Tabel 3.21 Keluhan.....	52
Tabel 3.22 Produk.....	52
Tabel 3.23 Pelanggan.....	53
Tabel 3.24 Transaksi.....	53
Tabel 3.25 Penilaian Pelanggan.....	54
Tabel 3.26 Detail Penilaian.....	54
Tabel 3.27 Kriteria.....	54
Tabel 4.1 Blackbox Testing.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Keputusan Pengangkatan Pembimbing	A-1
Lampiran 2 Surat Pengantar Pengumpulan Data	B-2
Lampiran 3 Kartu Konsultasi	C-3
Lampiran 4 Form Perbaikan Ujian Komprehensif	D-4
Lampiran 5 Hasil Suliet	E-5
Lampiran 6 Tes Plagiat	F-6
Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Pustaka	G-7
Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Bayaran	H-8
Lampiran 9 Wawancara	I-9
Lampiran 10 Kuisisioner Penelitian	J-11

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang ketat pada saat ini mengharuskan Perusahaan Dagang Suwito untuk berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir dari orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepentingan pelanggan dan tingkat kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi pemasaran yang membangun relasi yang erat antara perusahaan dengan para pelanggannya. Perusahaan dapat memanjakan pelanggan dan mengikatnya dalam sebuah persahabatan jika telah mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut. Strategi ini menganjurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi, agar pelanggan merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Akibat komunikasi yang tidak lancar, dapat menumbuhkan keraguan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan PD Mebel Suwito. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang terjalin sangat erat akan membuat pelanggan merasa ikut memiliki perusahaan.

PD Mebel Suwito merupakan perusahaan mebel yang memproduksi dan menjual seperti meja, kursi, lemari, hiasan ukir dinding, tempat tidur, bufet tv, kusen, dan daun pintu. Perusahaan ini juga menerima *custom design* yang artinya konsumen dapat memesan mebel sesuai keinginannya. Adapun permasalahan yang di hadapi PD Mebel Suwito adalah dalam penjualan yang diterapkan di PD Mebel Suwito menggunakan cara konvensional (proses penawaran melalui brosur dan banner) sehingga proses komunikasi dan transaksi antara pihak penjual dan pembeli masih terbatas dan pastinya pangsa pasarnya tidak luas. Penyebaran informasi produk yang ditawarkan memerlukan waktu yang lama dan relatif mahal karena PD Mebel Suwito harus menyebarkan informasi produk ke Kecamatan-kecamatan yang ada di Kabupaten Musi Banyuasin. PD Mebel Suwito tidak dapat melayani pelanggan dalam jumlah besar pada waktu yang bersamaan karena terbatasnya sumber daya manusia dan pelanggan merasa tidak nyaman bila

banyak yang bertanya kepada bagian penjual mengenai produk mebel untuk di tanyakan karena informasi yang diinginkan terhambat sehingga mengakibatkan pelanggan mengeluh.

Kualitas pelayanan yang baik akan membawa sektor usaha menjadi barometer dalam upaya merebut hati konsumen sehingga tidak menutup kemungkinan konsumen untuk kembali menggunakan produk jasa suatu perusahaan tersebut, karena paradigma *good service* telah melandasi pemikiran dan panca indera seorang konsumen, dan dapat dikatakan bahwa dengan kualitas jasa yang baik akan menimbulkan suatu bentuk loyalitas konsumen atau bahkan akan menarik konsumen baru untuk mempergunakan barang/jasa tersebut. Dalam mengimplementasikan kualitas pelayanan maupun jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah dengan memberikan level tingkatan terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan di bangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu Persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan konsumen maka layanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas dan ideal. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Harapan pelanggan tersebut tercermin pada dimensi kualitas pelayanan. Ada 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti fisik / berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan dan kepastian) dan *empathy*. (Afrizawati, 2012)

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2006). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan

tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Dengan metode TOPSIS yang merupakan singkatan *Technique for Order Preference by Similarity to the Ideal Solution* dapat memberikan urutan alternatif kualitas pelayanan yang paling ideal untuk pelanggan. Metode ini dipilih karena mampu menyeleksi alternatif terbaik dari sejumlah alternatif terbaik terhadap pelayanan kepada pelanggan. Alternatif terbaik adalah yang berjarak terpendek terhadap solusi ideal positif dan berjarak terjauh dari solusi ideal negatif. Metode ini juga dapat memperhitungkan kelebihan serta kekurangan dari pelayanan pada setiap kriteria penilaian yang telah ditentukan sehingga alternatif yang dicapai merupakan alternatif yang paling baik dan ideal.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengangkat masalah tersebut menjadi laporan skripsi dengan judul : **“Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) Untuk Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode TOPSIS Pada PD Suwito”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja kendala pada pelayanan PD Mebel Suwito terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana cara menerapkan CRM untuk kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan?

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui pelayanan apa saja yang dapat memuaskan pelanggan dengan menerapkan customer relationship management.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan menerapkan CRM pada PD Suwito yang efektif dan efisien membantu para pelanggan mudah memperoleh informasi produk, dan memperluas sasaran pemasaran sehingga pelanggan semakin bertambah.
2. Penggunaan CRM khususnya tentang interaksi hubungan dengan PD Suwito atau pelanggan tetap terjalin dengan baik.
3. Terwujudnya kualitas pelayanan yang baik tentu saja dapat memuaskan pelanggan.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari permasalahan pokok, maka penulis membatasi ruang lingkup sebagai berikut:

1. Penerapan CRM berfokus pada kegiatan pelayanan pelanggan di PD Suwito.
2. Penerapan CRM ini menampilkan informasi yang berhubungan dengan pelanggan, pemasaran produk dan penyampaian keluhan serta kritik dan saran.
3. Menggunakan metode TOPSIS untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PD Suwito.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Amin, I. H., & A, K. (2014, Juli). APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI CV. MATAHARI DIGITAL PRINTING SEMARANG. *Jurnal Dinamika Teknik*, 8, 49-65.
- Aziz, M. A. (2014). HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. MULIA FROZINDO SIDOARJO. *Jurnal UIN Sunan Ampel*, 14-41.
- Basuki, A. (2014, Februari 1). Penentuan Pelanggan Berprestasi Pada Aplikasi Customer Relationship Management Menggunakan TOPSIS. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XX*, 1-8.
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2014, Oktober). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15, 1-11.
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012, Oktober). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN). *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4, 516-529.
- Hidayat, R. (2014, September). Sistem Informasi Ekspedisi Barang Dengan Metode E-CRM Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Jurnal Sisfotek Global*, 4, 41-45.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kundre, A. J., Wisnubadhra, I., & Suselo, T. (2013, Januari). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN DUKUNGAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA PO. CHELSY. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 1-6.
- Mahalayati, Tambunan, M. M., & Syahputri, K. (2013, November). Penilaian Dimensi Internal Service Quality Dengan Menggunakan Metode Topsis Untuk Peningkatan Kualitas Layanan Di RS XYZ. *E-Jurnal Teknik Industri FT USU*, 3, 1-9.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016, September). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JNE CABANG BANDUNG. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 265-289.
- Rifai, M., P, R. A., & Ponirin. (2016, Mei). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN RENTAL MOBIL FANY DI KOTA PALU. *e-Jurnal Katalogis*, 173-185.
- Septina, G. R. (2016). HUBUNGAN ANTARA STORE ATMOSPHERE DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DI AVAN SUPERMARKET. *Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya*, 15-30.