

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
ABSTRAKSI	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL/GRAFIK	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	I-1
1.2. Perumusan Masalah	I-2
1.3. Tujuan Penelitian	I-2
1.4. Manfaat Penelitian	I-2
1.5. Batasan Masalah	I-2
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Customer Relationship Management (CRM).....	II-1
2.1.1 Definisi CRM.....	II-1
2.1.2 Tujuan dan Manfaat CRM	II-1
2.1.3 Tipe-tipe CRM.....	II-2
2.1.4 Aplikasi Teknologi dalam Saluran CRM.....	II-3
2.1.5 Komponen Utama CRM	II-3
2.1.6 Penerapan CRM.....	II-4
2.2 Database (basis data)	II-5
2.2.1 Borland DatabaseSystem	II-6
2.2.2 Tools yang Digunakan.....	II-6
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual.....	III-1
3.2 Tahapan Penelitian	III-2
3.2.1 Studi Pendahuluan	III-2
3.2.2 Perancangan Sistem	III-3
3.2.3 Analisis	III-5
3.2.4 Evaluasi.....	III-6
BAB IV PERANCANGAN SISTEM	
4.1 Perancangan Sistem Penanganan Pelanggan.....	IV-1
4.1.1 Penentuan Strategi Manajemen.....	IV-1
4.1.2 Segmentasi Pelanggan	IV-4
4.1.3 Profilisasi Pelanggan.....	IV-6
4.1.4 Penelitian Pelanggan.....	IV-10
4.1.5 Penentuan Infrastruktur/Teknologi dan <i>Customer Access</i> ...	IV-12
4.1.6 Manajemen Penanganan Pelanggan.....	IV-14
4.2 Perancangan Aplikasi Perangkat Lunak sebagai Pendukung Sistem	IV-18
4.2.1 Perancangan Umum.....	IV-18
4.2.2 Perancangan Rinci	IV-19
4.3 Bentuk Penanganan	IV-19
4.3.1 Penanganan Langsung	IV-19
4.3.2 Penanganan Tak Langsung	IV-21
BAB V ANALISIS HASIL PERANCANGAN	
5.1 Analisis Strategi Manajemen.....	V-1
5.1.1 Analisis Segmentasi.....	V-1

5.1.2	Analisis Tipe CRM	V-1
5.2	Analisis Strategi Saluran Hubungan Konsumen	V-2
5.3	Analisis Strategi Infrastruktur	V-3
5.4	Analisis Hasil Penerapan.....	V-3
5.5	Analisis Perbandingan antara Sistem Eksisting dengan Sistem Usulan..	V-4
5.6	Analisis Kekurangan dalam Hasil Perancangan.....	V-5
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1.	Kesimpulan	VI-1
6.2.	Saran	VI-3
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

STTTTELKOM