

# **APLIKASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI CV. MATAHARI DIGITAL PRINTING SEMARANG**

Imam Husni Al Amin, Kristanto A

*Program Studi Teknik Informatika  
Universitas Stikubank, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia  
Pakimam.husni@gmail.com*

## *Abstract*

*Quite a lot of employmen, and human activities related to computers and aided by computer. Just as in the process of printing of softcopy into hardcopy. So it appears the so-called digital printing business. By utilizing the internet facility, the business is expected to grow rapidly and create a good relationship between the company and the customers are often called CRM.*

*To enhance the company's relationship with the customer in terms of printing documents, CRM Applications of Digital Printing at CV. Matahari Digital Printing in Semarang is expected to help enable customers to print documents more efficiently, and increase the number of customers and customer loyalty. With a web-based, will facilitate information, data, and services up to a short time.*

*Keywords: Digital printing, CRM, web programming*

## *Abstrak*

*Cukup banyak kegiatan, pekerjaan, dan aktivitas manusia yang berhubungan dengan komputer dan dibantu oleh komputer. Seperti halnya dalam proses pencetakan (printing) dari soft document menjadi hardcopy. Sehingga muncul suatu bisnis yang disebut digital printing. Dengan memanfaatkan fasilitas internet, bisnis ini diharapkan dapat berkembang pesat dan menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan yang sering disebut CRM.*

*Untuk meningkatkan hubungan perusahaan dengan pelanggan dalam hal printing dokumen, Aplikasi CRM Digital Printing Pada CV. Digital Printing di Semarang diharapkan dapat membantu memudahkan pelanggan dalam mencetak dokumen, lebih efisien, serta meningkatkan jumlah pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dengan berbasis web, akan mempermudah informasi, data, dan layanan sampai dengan waktu yang singkat.*

*Kata Kunci: Digital printing, CRM, web programming*

## **I. PENDAHULUAN**

Dewasa ini sudah tidak dapat dipungkiri lagi bahwa teknologi informasi telah menjadi bagian dari kebutuhan manusia yang cukup mendasar terutama dalam membantu setiap pekerjaan dalam bidang komunikasi. Terkomputerisasi adalah istilah yang tepat untuk menyebutnya. Cukup banyak kegiatan, pekerjaan, dan aktivitas manusia yang berhubungan dengan komputer dan dibantu oleh komputer. Seperti halnya dalam proses pencetakan (*printing*) dari *soft document* menjadi *hardcopy*.

Perkembangan dunia bisnis, teknologi informasi sangat membantu dan dibutuhkan. Salah satunya internet, dengan internet bisnis dapat berkembang dengan pesat. Membantu dalam promosi, mempercepat kinerja, mengurangi biaya, dan meningkatkan penjualan. Juga sebagai sarana komunikasi dua arah antara perusahaan dengan para pelanggan. Strategi bisnis berorientasi pelanggan yang mendukung hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan

kepuasan, loyalitas pelanggan, dan menjalin hubungan baik yang berkelanjutan antara perusahaan dengan para pelanggan dikenal dengan istilah *Customer Relationship Management* (CRM). Konsep CRM sudah berkembang sejak beberapa tahun terakhir sebagai akibat meningkatnya kompetisi dan tuntutan pelanggan akan pelayanan yang lebih baik dan perhatian yang lebih besar terhadap kebutuhan individual pelanggan. CRM merupakan integrasi antara teknologi informasi dan pemasaran, dimana dengan memanfaatkan CRM, perusahaan akan mengetahui apa yang diharapkan dan diperlukan pelanggan, sehingga akan tercipta ikatan emosional yang mampu menciptakan hubungan bisnis yang erat dan terbuka serta komunikasi dua arah di antara perusahaan dan para pelanggan.

Hal inilah yang kemudian mendasari pembuatan Aplikasi CRM untuk Digital Printing di CV. Matahari Digital Printing di Semarang. Sebuah sistem yang mendukung proses pencetakan suatu dokumen dari pelanggan melalui teknologi internet. Sehingga pelanggan mendapat kemudahan dalam pelayanan pencetakan dokumen yang diberikan oleh perusahaan digital printing. Aplikasi ini akan membantu perusahaan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mendapat pelanggan baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, memberikan pelayanan, dan kemudahan kepada pelanggan dalam mengakses produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dalam hal ini digital printing.

## II. KAJIAN PUSTAKA

### A. Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan bagian penting pada manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan dan sumber informasi berupa data yang telah diproses dan menghasilkan data baru yang lebih berarti dan berguna bagi penggunanya. Berdasarkan definisi dari beberapa ahli pada dasarnya sistem informasi memiliki kesamaan, yaitu untuk mencapai tujuan perusahaan dari sistem yang diberlakukan. Dari beragam definisi, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi mencakup sejumlah komponen (manusia, komputer, teknologi informasi, dan prosedur kerja), proses (data menjadi informasi), dan sasaran atau tujuan [6].

Sistem mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yaitu:

1. **Komponen Sistem**  
Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi yang artinya saling kerjasama membentuk satu kesatuan.
2. **Proses Pengolahan Sistem**  
Sistem itu terdiri dari fungsi-fungsi tertentu dan mempunyai sistem yang lain secara keseluruhan.
3. **Batasan (*Boundary*) Sistem** merupakan daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem yang lainnya.
4. **Lingkungan Luar Sistem (*Environment*)** adalah apapun di luar batasan sistem yang mempengaruhi operasi sistem. lingkungan luar sistem dapat bersifat menguntungkan dan juga dapat bersifat merugikan sistem tersebut.
5. **Penghubung (*Interface*) Sistem** merupakan media penghubung antara suatu subsistem dengan subsistem lainnya.

6. Masukkan Sistem (*Input*) adalah energi yang dimasukkan ke dalam sistem, masukan dapat berupa masukan perawatan (*Maintenace Input*), dan masukkan sinyal (*Signal Input*), *maintenance input* adalah energi yang dimasukkan supaya sistem tersebut dapat beroperasi. Sedangkan *signal input* adalah energi yang diproses untuk mendapatkan keluaran.
7. Keluaran Sistem (*Output*) adalah hasil energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna dan sisa pembuangan keluaran dapat merupakan masukan untuk subsistem yang lain kepada supra sistem.
8. Sasaran Sistem  
Suatu sistem pasti memiliki sasaran atau tujuan (*goal*). Sasaran dari sistem sangat menentukan sekali masukan yang dibutuhkan sistem dan keluaran yang akan dihasilkan sistem.

Konsep dari Sistem informasi itu sendiri adalah suatu sistem didalam satu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari suatu organisasi atau perusahaan dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. Sistem informasi merupakan bagian yang penting pada manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan dan sumber informasi berupa data yang telah diproses dan menghasilkan data baru yang lebih berarti dan berguna bagi penggunanya. Berdasarkan definisi dari beberapa ahli pada dasarnya sistem informasi memiliki kesamaan, yaitu untuk mencapai tujuan perusahaan dari sistem yang diberlakukan. Dari beragam definisi, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi mencakup sejumlah komponen (manusia, komputer, teknologi informasi, dan prosedur kerja), proses (data menjadi informasi), dan sasaran atau tujuan [6].

#### *B. Customer Relationship Management (CRM)*

Beberapa pengertian tentang *Customer Relationship Management (CRM)* menurut pendapat para ahli, diantaranya:

*Custemer Relationship Management (CRM)* atau manajemen relasi pelanggan merupakan suatu proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing pelanggan secara cermat mengelola semua “titik sentuhan” pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan [7]. *Custemer Relationship Management (CRM)* adalah aktivitas, usaha dan strategi yang melibatkan seluruh sumber daya untuk menjalin, mengelola, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang ada, untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. *CRM* secara lebih luas merupakan sebuah strategi bisnis dengan menggunakan teknologi informasi menyediakan suatu usaha yang menyeluruh, handal, dan berorientasi pada pelanggan yang terintegrasi, proses dan interaksi untuk mempertahankan serta memperluas manfaat hubungan kedua belah pihak. Nykamp (2001) mengemukakan bahwa *Custemer Relationship Management (CRM)* merupakan suatu fokus dalam menyediakan nilai yang optimal bagi pelanggan melalui bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan mereka, bagaimana perusahaan memasarkan kepada mereka, dan juga melalui pemasaran tradisional yang terdiri

dari produk, harga, distribusi, dan promosi. hubungan pelanggan atau lebih dikenal *Customer Relationship Management* (CRM) dalam perkembangannya didefinisikan sebagai berikut:

1. CRM adalah sebuah istilah industri TI untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (*software*) dan atau aplikasi berbasis web lainnya yang mampu membantu sebuah perusahaan (*enterprise*, kalau besar ukurannya) untuk mengelola hubungannya dengan para pelanggan, atau
2. CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan disitus atau hasil pembicaraan dengan staf *sales* dan *marketing*, atau
3. CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan.

Berikut ini adalah empat manfaat atas menggunakan sistem CRM [9]:

1. *Improve customer satisfaction*/meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. *Share customer information more easily*/berbagi informasi.
3. *Increase sales by up selling and cross selling other products*.
4. *Identify most profitabel and unprofitabel customer*/mengidentifikasi pelanggan yang paling menguntungkan dan pelanggan yang tidak menguntungkan.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Model *Prototyping* yaitu salah satu model pengembangan perangkat lunak yang banyak digunakan. Dalam metode *prototyping* ini pengembang dan pelanggan dapat saling berinteraksi selama proses pembuatan sistem. Sering terjadi seorang pelanggan hanya mendefinisikan secara umum apa yang dibutuhkan, pemrosesan dan data-data apa saja yang dibutuhkan. Sebaliknya disisi pengembang kurang memperhatikan efisiensi *Algoritma*. Kemampuan sistem operasi dan *interface* yang menghubungkan manusia dengan komputer.

1. Teknik Pengumpulan Data
  - a. Studi Pustaka  
Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari tentang teori-teori yang menjadi referensi dan pendukung dalam pembuatan dan penulisan laporan aplikasi *Customer Relationship Management* untuk menghasilkan suatu strategi baru dalam dunia bisnis dalam hal ini digital printing.
  - b. Survei  
Teknik survei yang digunakan adalah dengan melakukan survei lapangan pada saat proses pencetakan tentang apa saja yang dilakukan dan dibutuhkan pelanggan untuk proses tersebut yang nantinya akan diaplikasikan pada *digital printing online*.
2. Metode Perancangan  
Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *prototyping* dengan rancangan sebagai berikut:

- a. Perencanaan perancangan sistem
- b. Analisis dan perancangan aplikasi
- c. Pembuatan aplikasi
- d. Uji coba aplikasi
- e. Perbaikan dan penambahan data

#### IV. ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM

##### A. *Analisa Sistem*

Analisa sistem merupakan salah satu proses yang harus dilakukan dalam melakukan perancangan suatu sistem perangkat lunak. Karena di dalam tahap ini merupakan tahap penjabaran apa saja komponen–komponen yang dibutuhkan dan bagaimana menyusun suatu sistem tersebut.

Analisa kebutuhan fungsional adalah bagian paparan mengenai fitur-fitur yang akan dimasukkan ke dalam aplikasi yang akan dibuat. Fitur-fitur tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Melihat pesanan printing
2. Login
3. Registrasi
4. order printing
5. Lihat profil pelanggan
6. Edit profil pelanggan
7. Edit order printing
8. Artikel
9. FAQ

Kebutuhan dalam mencetak suatu dokumen pada masyarakat yang menjadi acuan untuk membuat sistem ini dimana dapat membantu mempermudah dalam proses mencetak suatu dokumen dari masyarakat atau pengguna pada suatu perusahaan jasa digital printing dan nantinya akan meningkatkan loyalitas dan kuantitas pelanggan dari perusahaan jasa digital printing tersebut.

##### B. *Perancangan Sistem*

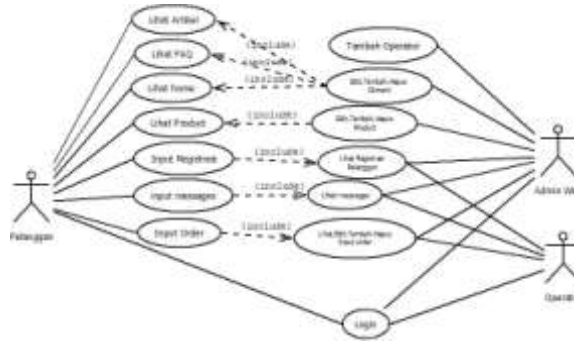
Perancangan sistem isinya adalah langkah–langkah operasi dalam proses pengolahan data dan prosedur untuk mendukung operasi sistem. Tujuan dari perancangan sistem secara umum adalah untuk memberikan gambaran secara umum kepada user tentang sistem. Pada tahap perancangan secara umum, komponen–komponen sistem informasi dirancang dengan tujuan untuk dikomunikasi kepada user bukan untuk pemrogram.

##### 1. *Perancangan UML*

###### a. *Diagram usecase*

Diagram *use case* merupakan diagram yang memodelkan aspek perilaku sistem. Masing-masing diagram *use case* memiliki aktor, use case dan hubungannya. Pada perancangan sistem *digital printing* ini ada 3 aktor, yaitu Pelanggan, Operator dan Admin web. Pelanggan dapat melakukan aktivitas–aktivitas tertentu yang terdapat

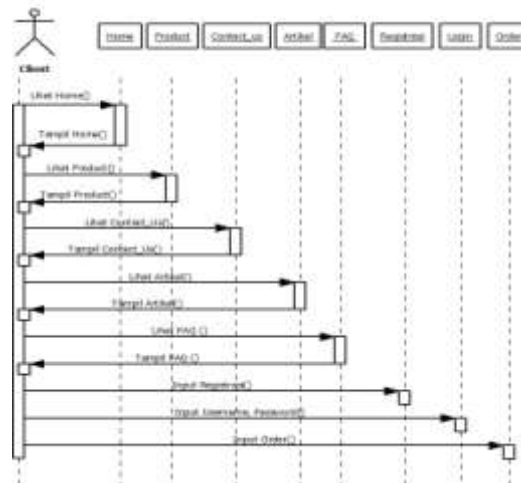
dalam sistem, sedangkan Admin web dapat melakukan aktivitas-aktivitas khusus yang tidak bisa dilakukan pelanggan dan operator pada sistem. Sedangkan operator bertugas mengerjakan order printing dari pelanggan Berikut adalah diagram use case pada Aplikasi Customer Relationship Management Digital Printing Pada CV. Matahari Digital Printing di Semarang :



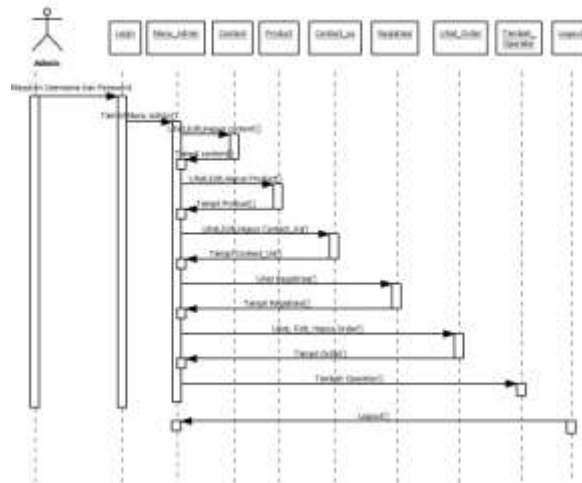
Gambar 1 Diagram Use Case

b. *Diagram Sequensial*

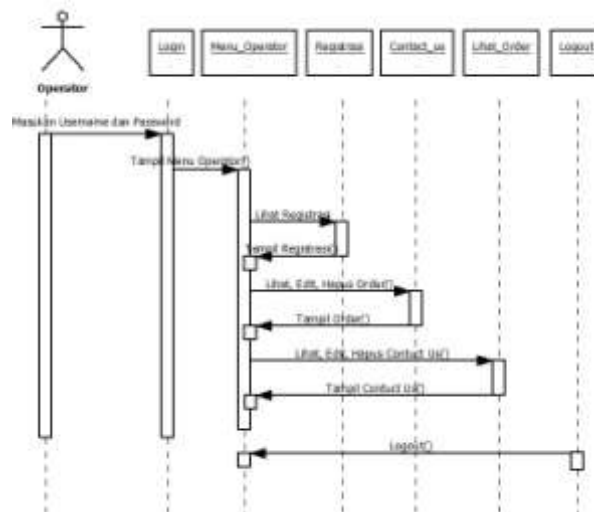
*Sequence* Diagram secara grafis menggambarkan bagaimana objek-objek berinteraksi satu sama lain melalui pesan pada eksekusi sebuah *Use case* atau operasi. *Sequence* diagram merupakan diagram interaksi yang disusun berdasarkan urutan waktu dan digunakan untuk menunjukkan aliran fungsionalitas dalam *Use case*. Diagram ini menjelaskan perilaku aktor dengan objek yang berkaitan serta message (pesan) yang akan disampaikan. Mengilustrasikan bagaimana pesan terkirim dan diterima di antara objek. Untuk sistem Aplikasi *Customer Relationship Management Digital Printing* di CV. Matahari Digital Printing di Semarang memiliki beberapa *sequence* diagram menurut *user*-nya, berikut *sequence* diagramnya:



Gambar 2 *Sequence Diagram User Client*



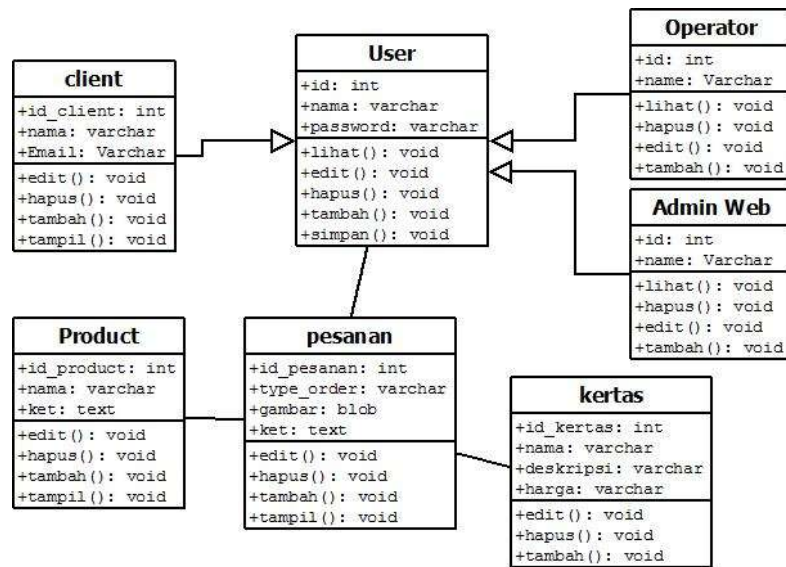
Gambar 3 Sequence Diagram User Admin



Gambar 4 Sequence Diagram User Operator

c. *Diagram Class*

Berdasarkan Gambar 4.1 strukturisasi secara umum alur perencanaan pembuatan program dapat digambarkan *Class Diagram*, menjelaskan tentang hubungan antar Kelas dalam Aplikasi *Customer Relationship Management Digital Printing* di CV. Matahari Digital Printing Semarang. Admin secara keseluruhan mempunyai hak akses dalam mengolah *website*. Kelas Admin mempunyai 6 kelas turunan yaitu *Home*, *Product*, *Pesanan*, *Kertas*, *Contact Us*, dan *Client*. Masing-masing kelas tersebut berelasi dengan metode mengelola proses input, edit dan hapus, serta metode melihat, Berikut adalah alur secara rinci *Class Diagram* yang dapat dilihat pada gambar 4.5.



Gambar 5 Diagram Class

## 2. Perancangan Database

Dalam merancang sistem ini dibutuhkan sebuah perancangan *Database*. Dalam merancang *Database Website*, harus dimiliki satu *Database* yang di dalamnya terdapat delapan tabel yaitu tabel *user*, tabel *product*, tabel *home*, tabel *contact*, tabel *client*, tabel *pesanan*, tabel *kertas*, dan tabel yang nantinya akan diimpor ke dalam PHPMyAdmin. Sub bab berikut akan menjelaskan secara rinci.

### a. Tabel User

Tabel *user* digunakan untuk menyimpan data *User Admin* dan *User Operator*.

TABEL 1 TABEL USER

Field	Type	Key Type	Extra
Id	int (5)	Primary	
Username	varchar (100)		
Password	varchar (50)		
Power	Int (5)		

### b. Tabel Product

Tabel *Product* digunakan untuk menyimpan data *product* yang akan ditampilkan.

TABEL 2 TABEL PRODUCT

Field	Type	Key Type	Extra
Id_product	int (11)	Primary	
Product	varchar (100)		
Ket	text		
Gambar	Varchar(100)		



c. *Tabel Artikel*

Tabel Artikel digunakan untuk menyimpan konten-konten yang akan ditampilkan pada Halaman Home, artikel, dan FAQ.

Tabel 3 Tabel Artikel

Field	Type	Key Type	Extra
Id	int (11)	Primary	
Judul	Varchar(100)		
Kategori	Varchar(100)		
Content	Text		
Tgl_posting	Date		

d. *Tabel Suggestion*

Tabel Contact digunakan untuk menyimpan informasi Kritik saran dari Pelanggan yang diinputkan lewat Halaman *Contact Us*.

TABEL 4 TABEL SUGGESTION

Field	Type	Key Type	Extra
Id_contact	int (11)	Primary	
Nama	Varchar(100)		
Subject	Varchar(100)		
comment	Varchar(100)		

e. *Tabel Client*

Tabel Client digunakan untuk menyimpan data User Client.

TABEL 5 TABEL CLIENT

Field	Type	Key Type	Extra
Client_id	int (100)	Primary	
Fname	Varchar(100)		
Lname	Varchar(100)		
Address	Varchar(100)		
Company	Varchar(100)		
Contact	Varchar(100)		
Email	Varchar(100)		
Id_user	Int(100)		

f. Tabel Pesanan

Tabel Pesanan digunakan untuk menyimpan data order printing dari *User Client*.

TABEL 6 TABEL PESANAN

Field	Type	Key Type	Extra
Id	int (11)	Primary	
Id_pesanan	Varchar(100)		
status	Varchar(100)		
tgl	Varchar(100)		
Client_id	Int(100)		

g. Tabel Detail\_Pesanan

Tabel ini digunakan untuk menyimpan detail dari pesanan pelanggan.

TABLE 7 TABEL DETAIL\_PESANAN

Field	Type	Key Type	Extra
Id	int (11)	Primary	
Id_pesanan	Varchar(100)		
type	Varchar(100)		
kertas	Varchar(100)		
Ukuran	Varchar(100)		
Copy	Int(255)		
Subtotal	Desimal(11,2)		
Gambar	Varchar(100)		
ket	Varchar(100)		
Id_user	Int(100)		

h. Tabel Kertas

Tabel Kertas digunakan untuk menyimpan data *product* yang akan ditampilkan.

TABEL 8 TABEL KERTAS

Field	Type	Key Type	Extra
Id_kertas	int (11)	Primary	
Nama	Varchar(100)		
Ukuran	Varchar(100)		
Deskripsi	Varchar(100)		
Harga	Varchar(100)		

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Lingkup dan Batasan Implementasi

Lingkup implementasi aplikasi *Customer Relationship Management* di CV. Matahari Digital Printing Semarang ini antara lain:

1. penerapan aplikasi *Customer Relationship Management* di CV. Matahari Digital Printing Semarang ini berjalan dalam sistem operasi *Windows*.

2. bahasa pemrograman yang digunakan yaitu PHP.
3. basis data yang digunakan MySQL.

Batasan aplikasi *Custemer Relationship Management* di CV. Matahari Digital Printing Semarang ini adalah sebatas visualisasi yang diimplementasikan berdasarkan hasil perancangan yang telah dibuat.

#### B. Implementasi Antar Muka

Implementasi antarmuka pemakai menggambarkan tampilan dari aplikasi yang dibangun. Aplikasi dibuat dengan mengikuti kriteria-kriteria yang ada, yaitu mudah dioperasikan (*User Friendly*), dan tampilan yang menarik.

##### 1. Tampilan Halaman Utama



Gambar 6 Tampilan Halaman Utama

##### 2. Tampilan Halaman Product



Gambar 7 Tampilan Halaman Product

3. *Tampilan Halaman Artikel*



Gambar 8 Tampilan Halaman Artikel

4. *Tampilan Halaman FAQ*



Gambar 9 Tampilan Halaman FAQ

5. *Tampilan Halaman Contact Us*



Gambar 10 Tampilan Halaman Contact Us

6. *Tampilan Halaman Utama Admin*



Gambar 11 Tampilan Halaman Form Login



Gambar 12 Tampilan Halaman Utama Admin

7. *Tampilan Halaman Edit Product*



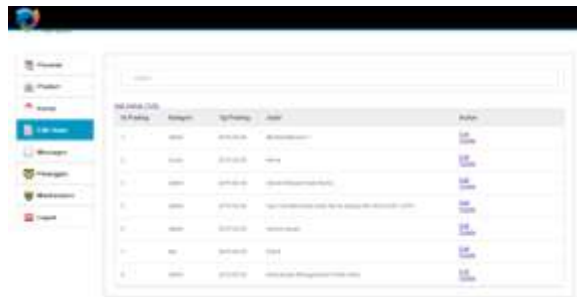
Gambar 13 Tampilan Halaman Edit Product

8. *Tampilan Halaman Edit Kertas*



Gambar 14 Tampilan Halaman Edit Kertas

9. *Tampilan Halaman Edit Content*



Gambar 15. Tampilan Edit Content

10. *Tampilan Halaman Messages*



Gambar 16 Tampilan Halaman Messages

11. *Tampilan Halaman Pelanggan*



Gambar 17 Tampilan Halaman Pelanggan

12. *Tampilan Halaman Maintenance*



Gambar 18 Tampilan Halaman Maintenance

Ada beberapa pembahasan dalam sistem ini yang menunjukkan suatu layanan untuk pelanggan yang terdapat dalam sistem ini,yaitu:

### 1. *Order Printing*

Pelanggan dapat melakukan pemesanan product printing melalui sistem ini.



Gambar 19 Tampilan Order Printing



Gambar 20 Tampilan Detail Pesanan

### 2. *Registrasi*



Gambar 21 Tampilan Form Registrasi

### 3. Contact Us



Gambar 22 Tampilan Form Comment

### 4. Send Email

Petugas dapat mengirimkan informasi tentang pesanan pelanggan ataupun promo product dari perusahaan via email.



Gambar 23 Tampilan Form Send Email

## VI. SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan selama perancangan hingga implementasi dan pengujian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Melalui sistem ini, pelanggan mendapatkan informasi mengenai jenis-jenis product, detail order printing, biaya order printing, dan informasi terbaru dari perusahaan.
2. Pelanggan dapat melakukan order printing secara online, sehingga memudahkan pelanggan melakukan order printing tanpa harus datang langsung ke perusahaan CV. Matahari Digital Printing.



3. Melalui sistem ini, pelanggan mendapatkan kemudahan dalam menyampaikan kritik, saran, dan pesan kepada CV. Matahari Digital Printing.
4. Melalui menu admin, perusahaan mendapatkan informasi data mengenai pelanggan baru dan loyalitas pelanggan.
5. Penggunaan strategi CRM ini, perusahaan dapat memberikan kemudahan pelayanan dan informasi kepada pelanggan.

#### VII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andriariza, Y. (2013) *Perancangan Aplikasi Berbasis Costumer Relationship Management (CRM) untuk IKM Tas Yanri di Bogor*, 2 (16) Agustus, 131-144.
- [2] Karmawan, I.G.M., Yanuar, E., & Adhika, S.W (2010) *Analisis Dan Pengembangan Sistem E-Crm Pada Pt. Sendang Rejeki*, November, KNS&I10-042.
- [3] Wijayanti, T., & Azhari, I (2011) *Pengembangan Customer Relationship Management Berbasis Web pada Griya Muslim Flora*, 1(1) Februari, ISSN 2087-8737.
- [4] Kanaidi, & Kurniawan, A. (2008) *Analisa Customer Relationship Management (CRM) Pada SBU Pos Admail*. Politeknik Pos Indonesia.
- [5] Baco, Syarifuddin. (2013). *Perancangan Aplikasi CRM (Customer Relationship Management) pada Sunshine Café*. IteK, 8:15, 1099-1103.
- [6] Jogiyanto. 2001. *Analisis dan Desain Sistem Informasi: pendekatan terstruktur teori dan praktik aplikasi bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [7] Kotler, P. & Keller L., Kevin. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12*. Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama.
- [8] Kotler, P., & Keller, K.L. 2008, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 13 Edisi 13 edn*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- [9] Buttle, Francis. (2007). *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) : Concept and Tools*. Bayumedia Publishing, Malang.
- [10] Japarianto, E. 2007, *Analisa Kualitas layanan sebagai pengukur Loyalitas pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan Pemasaran Relasional sebagai Variabel Intervening*, *Jurnal Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi-Universitas Kristen Petra*.
- [11] Budiardjo, E.K., & Irwiensyah, F. 2008. Analisis fitur CRM untuk meningkatkan Kepuasan Pasien-Berbasis pada Framework of Dynamic CRM Studi Kasus: Departemen Obstetri dan Ginekologi FKUI-RSCM Jakarta, *Seminar Nasional Informatika*, pp. 349-57.
- [12] Bunafit Nugroho, 2004 "*Aplikasi Pemrograman Web Dinamis dengan PHP dan MySQL*", Gava Media. Yogyakarta.