

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	5
I.3. Tujuan Penelitian	5
I.4. Batasan Penelitian	5
I.5. Manfaat Penelitian	6
I.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1. Kepuasan Pelanggan	8
II.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	8
II.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	8
II.2. Loyalitas Pelanggan	9
II.2.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	9
II.2.2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	9
II.2.3. Relasi antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	10
II.3. <i>Customer Relationship Management</i>	11
II.3.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	11
II.3.2. Klasifikasi CRM	12
II.3.3. Model eTOM	16
II.4. <i>Business Process Improvement</i>	19

II.4.1.	Langkah-langkah dari <i>Business Process Improvement</i>	20
II.4.2.	<i>Apply Improvement Techniques</i>	23
II.5.	<i>Workflow</i>	25
II.6.	<i>Requirements</i> ISO 9001:2015 klausul 8.2.1	25
BAB III METODOLOGI		27
III.1.	Model Konseptual	27
III.2.	Sistematika Pemecahan Masalah	28
III.2.1.	Tahap Pengumpulan Data	29
III.2.2.	Tahap Pengolahan Data	29
III.2.2.1	Analisis <i>Gap</i>	30
III.2.2.2	Perbaikan Proses Bisnis	30
III.2.3.	Tahap Perancangan dan Analisis Hasil Rancangan	30
III.2.3.1	Usulan Perbaikan Sistem CRM	30
III.2.3.2	Verifikasi	30
III.2.3.3	Analisis Hasil Usulan Perbaikan	31
III.2.4.	Tahap Kesimpulan dan Saran	31
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		32
IV.1	Pengumpulan Data	32
IV.1.1.	Data Primer	32
IV.1.1.1.	CRM Eksisting yang digunakan	32
IV.1.1.2.	Proses Bisnis Eksisting	32
IV.1.2.	Data Sekunder	38
IV.1.2.1.	Profil Perusahaan	38
IV.1.2.2.	Struktur Organisasi	38
IV.1.2.3.	<i>Requirement</i> ISO klausul 8.2.1	39
IV.1.2.4.	Data Komplain dan Saran Pelanggan	39
IV.2	Pengolahan Data	39
IV.2.1.	Identifikasi CRM Eksisting CV. Bearpath	39
IV.2.2.	Analisis GAP	40
IV.2.2.1.	GAP ISO 9001:2015	41
IV.2.2.2.	Konsep CRM	41
IV.2.2.	Identifikasi kondisi aktual	41
IV.2.4.	Identifikasi data komplain dan saran	42
BAB V PERANCANGAN DAN ANALISIS HASIL		43

V.1. Perbaikan Proses Bisnis dengan Metode <i>Business Process Improvement</i> ..	43
V.2. Perancangan Perbaikan Sistem CRM Usulan.....	43
V.2.1 Proses Perbaikan terkait Pelayanan dan Penjualan.....	43
V.2.1.1 Pemisahan kontak.....	43
V.2.1.2 Rencana Produk Custom	44
V.2.1.3 Pembuatan <i>Database</i>	45
V.2.2 Hasil Rancangan Usulan Perbaikan Pelayanan dan Penjualan	45
V.2.2.1. Proses Bisnis Produk Custom.....	46
V.2.2.2. <i>Database</i>	47
V.2.3 Proses Perbaikan terkait <i>Website</i>	49
V.2.4 Hasil Rancangan Usulan Perbaikan <i>Website</i>	49
V.3. Verifikasi kesesuaian	51
V.4. Analisis Hasil Usulan Perbaikan	51
V.4.1. Analisis Hasil Usulan Perbaikan Sistem CRM berdasarkan ISO 9001:2015.....	51
V.4.2. Analisis Hasil Usulan Perbaikan Sistem CRM berdasarkan Konsep CRM.....	53
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	55
VI.1 Kesimpulan	55
VI.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59