

**PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE
ANRIS STORE**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

RISMAWATI ANDI IDRUS

10.18.037

**MILIK
PERPUSTAKAAN
ITN MALANG**

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA S-1

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

2014

3014

THESE ARE THE RESULTS OF THE INVESTIGATION
CONDUCTED BY THE BUREAU OF INVESTIGATION
ON THE MATTER OF THE ALLEGED VIOLATION OF THE
LAW BY THE ABOVE NAMED PERSONS

1018031

RE: [REDACTED]

DATE: [REDACTED]

RE: [REDACTED]

THESE ARE THE RESULTS OF THE INVESTIGATION
CONDUCTED BY THE BUREAU OF INVESTIGATION
ON THE MATTER OF THE ALLEGED VIOLATION OF THE
LAW BY THE ABOVE NAMED PERSONS

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

**PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE
ANRIS STORE**

SKRIPSI

*Disusun dan Diajukan untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan guna
mencapai Gelar Sarjana Teknik Informatika Strata Satu (S-1)*

Disusun Oleh :
Rismawati Andi Idrus
10.18.037

Diperiksa dan Disetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Joseph Dedy Irawan, ST, MT.
NIP. 197404162000502102

Sandy Nataly Mantja, S.Kom
NIP.P. 1030800418

Ketua Program Studi Teknik Informatika S-1

Joseph Dedy Irawan, ST, MT
NIP. 197404162005031002

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA S-1
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI INSTITUT
TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

2014



PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA S-1

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL

MALANG

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rismawati Andi Idrus
Nim : 10.18.037
Program Studi : Teknik Informatika S-1
Fakultas : Teknologi Industri

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

”Penerapan Cross Selling Customer Relationship Managment Pada Toko Online Anris Store”

Adalah Skripsi saya sendiri bukan duplikat serta mengutip atau menyadur seluruhnya karya orang lain kecuali dari sumber aslinya.

Malang, 25 Agustus 2014

Yang membuat pernyataan



Rismawati Andi Idrus

PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

Rismawati Andi Idrus

Program Studi Teknik Informatika S-1
Fakultas Teknologi Industri
Institut Teknologi Nasional Malang
Jl. Raya Karanglo Km. 2 Tasikmadu-Malang
Email: andirismawati1125@gmail.com

**Dosen Pembimbing: 1. Joseph Dedy Irawan,ST,MT
2. Sandy Nataly Mantja,S.Kom**

Abstraksi

Persaingan usaha yang ketat dewasa ini mengharuskan perusahaan 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. Persaingan usaha telah memaksa perusahaan perdagangan untuk lebih selektif dalam menerapkan strategi pemasarannya. Strategi pemasaran cross-selling sebagai bagian dari Customer Relationship Management (CRM) hadir sebagai sebuah solusi alternatif.

Customer Relationship Management didefinisikan sebagai integrasi dari strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinasi. Customer Relationship Management menyimpan informasi pelanggan dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut.

Customer Relationship Management mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara real time dengan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi tentang pelanggan. Berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan, dan media.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang maha kuasa, karena telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELETIONSHIP MANAGAMENT PADA TOKO ONLINE/ ANRIS STORE** sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S-1) Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri di Institut Teknologi Nasional Malang.

Pada penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Andi Idrus dan Ibu Sumiati, yang merupakan kedua orang tua dan pendukung utama dari segi moril maupun materil.
2. Rusmiaty Idrus dan Rustam yang merupakan saudara yang telah memberikan motivasi penulis dalam mengerjakan skripsi tugas akhir ini.
3. Ir.Soeparno Djiwo, MT, selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang.
4. Ir. Anang Subardi, MT, selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang.
5. Joseph Dedy Irawan, ST, MT, selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Nasional Malang.
6. Sonny Prasetyo, ST, MT, selaku Sekertaris Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Nasional Malang.
7. Joseph Dedy Irawan,ST, MT, selaku Dosen Pembimbing I.
8. Suryo Adi Wibowo, ST, MT, selaku Dosen Pembimbing II, yang selalu memberikan masukan dan pengarahan.
9. Semua dosen Program Studi Teknik Informatika yang telah membantu dalam penulisan dan masukan.
10. Sahabat sahabat saya Viendriliani Mooce, Letik Yuliastari, Mina Djonler, Siti maimuna, Fifit Safariah, Nurhayana Oktaria dan Adi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang maha kuasa, karena telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELETIONSHIP MANAGAMENT PADA TOKO ONLINE/ ANRIS STORE** sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S-1) Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri di Institut Teknologi Nasional Malang.

Pada penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Andi Idrus dan Ibu Sumiati, yang merupakan kedua orang tua dan pendukung utama dari segi moril maupun materil.
2. Rusmiaty Idrus dan Rustam yang merupakan saudara yang telah memberikan motivasi penulis dalam mengerjakan skripsi tugas akhir ini.
3. Ir.Soeparno Djiwo, MT, selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang.
4. Ir. Anang Subardi, MT, selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang.
5. Joseph Dedy Irawan, ST, MT, selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Nasional Malang.
6. Sonny Prasetyo, ST, MT, selaku Sekertaris Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Nasional Malang.
7. Joseph Dedy Irawan,ST, MT, selaku Dosen Pembimbing I.
8. Suryo Adi Wibowo, ST, MT, selaku Dosen Pembimbing II, yang selalu memberikan masukan dan pengarahan.
9. Semua dosen Program Studi Teknik Informatika yang telah membantu dalam penulisan dan masukan.
10. Sahabat sahabat saya Viendriliani Mooce, Letik Yuliastari, Mina Djonler, Siti maimuna, Fifit Safariah, Nurhayana Oktaria dan Adi

Wijayatama yang selalu memberikan motivasi yang tak pernah henti untuk saya mengerjakan skripsi ini.

11. Semua teman teknik informatika angkatan S 2010 sepejuangan yang telah membantu dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca, Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca.

Malang, Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	1
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan	2
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Metode Penelitian	3
1.6.1 Pengumpulan Data	3
1.6.2 Analisis Aplikasi	3
1.6.3 Perancangan dan Implementasi	3
1.6.4 Evaluasi dan Perbaikan	4
1.7 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. <i>Customer Relationship Managament</i>	5
2.2. <i>Cross Selling</i>	9
2.3. PHP	10
2.4. MySQL	18
BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN	
3.1. Analisa	19
A. Analisa Kebutuhan Fungsi	19
B. Analisa Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	20
3.2. Perancangan	20
A. Struktur Menu	21
B. Flowchart	21
C. Perancangan Data Base.....	23
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN APLIKASI	
4.1. Implementasi Sistem	34
4.1.1 Tampilan Halaman Beranda	34
4.1.2 Tampilan Halaman Profil	25
4.1.3. Tampilan Halaman Produk	35
4.1.4 Tampilan Halaman Detail Produk	36
4.1.5 Tampilan Halaman Keranjang Belanja.....	36
4.1.6 Tampilan Halaman Data Pembeli.....	37

4.1.7 Tampilan Halaman Proses Selesai Order	37
4.1.8. Tampilan Halaman Katalog.....	37
4.1.9 Tampilan Halaman Hubungi Kami.....	38
4.1.10 Tampilan Halaman Login Admin.....	38
4.1.11 Tampilan Halaman Utama Admin.....	39
4.1.12 Tampilan Edit Menu Admin.....	39
4.1.14 Tampilan Halaman Tambah Produk.....	40
4.2. Pengujian Sistem.....	41
A. Pengujian Fungsi Aplikasi	41
B. Pengujian User	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Admin	14
Tabel 3.2 Tabel Banner.....	15
Tabel 3.3 Tabel Download.....	24
Tabel 3.4 Tabel Header.....	25
Tabel 3.5 Tabel Hubungi	25
Tabel 3.6 Tabel Kategori	26
Tabel 3.7 Tabel Komentar	26
Tabel 3.8 Tabel Kota	27
Tabel 3.9 Tabel Main Menu.....	27
Tabel 3.10 Tabel Modul.....	27
Tabel 3.11 Tabel Bank.....	28
Tabel 3.12 Tabel mod_ym	28
Tabel 3.13 Tabel Order.....	28
Tabel 3.14 Tabel Order_Details.....	29
Tabel 3.15 Tabel Order_Temp.....	29
Tabel 3.16 Tabel Poling.....	30
Tabel 3.17 Tabel Produk.....	30
Tabel 3.18 Tabel Sekilas_Info.....	31
Tabel 3.19 Tabel Shop_Pengiriman.....	32
Tabel 3.20 Tabel Statistic	40
Tabel 3.21 Tabel Sub_Menu.....	41
Tabel 3.22 Tabel User.....	44
Tabel 4.1 Tabel Pengujian broser pada <i>browser</i> (Halaman Admin)	45
Tabel 4.2. Tabel Pengujian pada <i>browser</i> (Halaman User).....	46
Tabel 4.3 Tabel Pengujian Terhadap Customer.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Admin	14
Tabel 3.2 Tabel Banner.....	15
Tabel 3.3 Tabel Download.....	24
Tabel 3.4 Tabel Header.....	25
Tabel 3.5 Tabel Hubungi	25
Tabel 3.6 Tabel Kategori	26
Tabel 3.7 Tabel Komentar	26
Tabel 3.8 Tabel Kota	27
Tabel 3.9 Tabel Main Menu.....	27
Tabel 3.10 Tabel Modul.....	27
Tabel 3.11 Tabel Bank.....	28
Tabel 3.12 Tabel mod_ym	28
Tabel 3.13 Tabel Order	28
Tabel 3.14 Tabel Order_Details.....	29
Tabel 3.15 Tabel Order_Temp.....	29
Tabel 3.16 Tabel Poling.....	30
Tabel 3.17 Tabel Produk.....	30
Tabel 3.18 Tabel Sekilas_Info	31
Tabel 3.19 Tabel Shop_Pengiriman.....	32
Tabel 3.20 Tabel Statistic	40
Tabel 3.21 Tabel Sub_Menu.....	41
Tabel 3.22 Tabel User.....	44
Tabel 4.1 Tabel Pengujian broser pada <i>browser</i> (Halaman Admin)	45
Tabel 4.2. Tabel Pengujian pada <i>browser</i> (Halaman User).....	46
Tabel 4.3 Tabel Pengujian Terhadap Customer.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang ketat dewasa ini mengharuskan perusahaan 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. Anris Store sendiri berkeinginan dapat meningkatkan jumlah penjualan kedepannya serta terus menjaga loyalitas customer, dalam mencapai tujuan tersebut cara yang dilakukan yakni dengan mencari literatur yang diyakini dapat mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, salah satunya dengan website toko online dan pemasaran cross selling, website toko online berperan membantu konsumen dalam membeli barang atau jasa secara langsung dari seorang penjual secara *real-time* (Josip, 2011). Sedangkan cross selling merupakan sebuah suggestion yang didapatkan berdasarkan data-data history transaksi. Menurut Chasin dalam Tama (2012:5) Dari penelitian sebelumnya dengan menerapkan strategi marketing cross selling, perusahaan mampu meningkatkan angka penjualannya dan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Cross selling juga mampu menentukan produk lain yang seharusnya bisa dijual juga.

Dari permasalahan tersebut maka dibuatlah sebuah aplikasi Penerapan Cross Selling Pada Toko Online Anris Store.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang sedang terjadi yaitu:

1. Bagaimana merancang bangun website toko online dan menerapkan strategi pemasaran cross selling pada Anris Store yang dapat membantu kegiatan transaksi pelanggan dalam pemesanan barang, pencarian barang dan menentukan produk lain yang seharusnya bisa dijual bersama.
2. Bagaimana website online Anris Store yang mampu menghasilkan laporan transaksi penjualan yang berisi data penjualan, barang terlaris, laporan stok persediaan harian, dan laporan omset penjualan.

1.3 Tujuan

Berdasarkan masalah diatas maka tujuan dari pembuatan dari aplikasi ini adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan website toko online Anris Store dengan strategi pemasaran cross selling ini diharapkan dapat :
 - a. Membantu kegiatan transaksi pelanggan dalam pemesanan barang.
 - b. Membantu kegiatan transaksi pelanggan dalam pencarian barang.
 - c. Membantu memberikan suggest cross selling untuk pelanggan.
2. Pembuatan website toko online Anris Store ini juga diharapkan dapat membantu menyediakan laporan transaksi penjualan yang berisi penjualan, barang terlaris, stok persediaan harian, omset penjualan

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah yang digunakan di dalam tugas akhir ini yaitu :

1. Website toko online ini tidak menangani proses pembayaran secara online dengan kartu kredit, pembayaran di lakukan secara (offline payment) transfer antar rekening bank.
2. Website toko online ini tidak terintegrasi dengan sistem jasa pengiriman.

3. Strategi pemasaran cross selling website toko online Anris Store berasal dari data history transaksi penjualan(data-driven).
4. Website toko online ini tahap awal digunakan untuk pemesanan penjualan, pencarian barang, dan pemberian suggest cross selling akan tetapi tidak membahas analisis data pelanggan, tidak membahas sistem pembelian atau pengadaan barang, tidak membahas pengembalian barang, dan tidak membahas keamanan website dan jaringan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pelanggan (*Costumer*)
 - a. Menyediakan produk-produk dan layanan yang tidak mahal dengan memungkinkan konsumen untuk melakukan perbandingan secara online;
 - b. Dapat melakukan transaksi pembelian produk dengan jalur hak akses yang aman.
 - c. Menyediakan saran produk pada web agar konsumen ataupun pelanggan dapat mencocokkan saalah satu produk dengan produk lainnya (penerapan cross selling)
2. Bagi Masyarakat
 - a. Dapat memudahkan masyarakat dalam berbelanja tanpa harus repot untuk berpergian
 - b. Dapat menyediakan kebutuhan masyarakat melalui web ini dengan mudah dalam pemesanan barang dan dari segi pembayaran.

1.6 Metode Penelitian

Data yang dikumpulkan pada metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini antara lain :

1. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan merupakan data yang diperoleh dari buku, paper,dan juga literatur lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

2. Analisis Aplikasi

Populasi dari analisis data ini, adalah semua data yang berkaitan dengan akademik untuk mendukung pembuatan aplikasi ini.

3. Perancangan dan Implementasi

Perancangan mekanisme aplikasi dilakukan berdasarkan analisis yang telah diperoleh, untuk diimplementasikan ke dalam aplikasi.

4. Evaluasi dan Perbaikan

Implementasi ke dalam aplikasi yang dibuat, akan di evaluasi dalam bentuk pengujian aplikasi dan akan dilakukan perbaikan apabila diperlukan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami pembahasan pada penulisan skripsi ini, maka sistematika penulisan yang diperoleh sebagai berikut :

BAB I: Pendahuluan

Berisi latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori

Berisi tinjauan pustaka mengenai permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III : Analisa Penerapan Cross Selling

Berisi mengenai perancangan web dan penerapan Cross selling customer relationship management menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *aplikasi MySQL*

BAB IV : Implementasi dan Pengujian

Berisi implementasi terhadap Penerapan Cross Selling Customer Relationship Management pada Toko Online Anris Store

BAB V : Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran yang dapat digunakan untuk bahan pengembangan penelitian berikutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Customer Relationship Management

Customer Relationship Management didefinisikan sebagai integrasi dari strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinasi. Customer Relationship Management menyimpan informasi pelanggan dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara pelanggan dan perusahaan, serta membuat profil pelanggan untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang pelanggan tersebut.

Customer Relationship Management mendukung suatu perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada pelanggan secara real time dengan menjalin hubungan dengan tiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi tentang pelanggan. Berdasarkan apa yang diketahui dari pelanggan, perusahaan dapat membuat variasi penawaran, pelayanan, program, pesan, dan media.

Sebuah sistem CRM harus bisa menjalankan fungsi :

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor yang penting bagi pelanggan
- b. Mengusung falsafah customer-oriented (customer centric)
- c. Mengadopsi pengukuran berdasarkan sudut pandang pelanggan
- d. Membangun proses ujung ke ujung dalam melayani pelanggan
- e. Menyediakan dukungan pelanggan yang sempurna
- f. Menangani keluhan atau komplain pelanggan
- g. Mencatat dan mengikuti semua aspek dalam penjualan
- h. Membuat informasi holistik tentang informasi layanan dan penjualan dari pelanggan

Oleh karena itu agar sebuah sistem CRM dapat menjalankan fungsinya, maka diperlukan :

- a. Perencanaan bisnis yang matang
- b. Mendefinisikan tujuan dan sasaran dari penerapan CRM
- c. Menentukan batasan-batasan dari CRM menurut strategi yang ditetapkan
- d. Menentukan parameter dan standar pengukuran keberhasilan penerapan CRM

- e. Menentukan standar aturan penanganan strategi berdasarkan informasi dari sistem CRM seperti perubahan, perbaikan dan pemantapan strategi
- Namun dalam penerapan CRM juga selalu akan mengalami kendala, seperti :
- a. Pada aplikasi TI, terbuangnya feature atau kelebihan-kelebihan yang ditawarkan TI dengan percuma
 - b. Pelanggan tetap mengeluh
 - c. Hubungan dengan pelanggan tetap transaksional
 - d. Tidak ada peningkatan efisiensi
 - e. Staf sales dan marketing masih saling menyembunyikan data
 - f. Keuntungan perusahaan masih stagnan atau jalan ditempat

A. Tujuan CRM

Tujuan CRM pada dasarnya bertujuan agar perusahaan dapat mengenali pelanggan secara lebih detail dan melayani mereka sesuai kebutuhannya. Secara umum beberapa aktivitas dari konsep CRM adalah sebagai berikut :

- a. Mengenali dan menganalisa relasi
- b. Mengenali dan menganalisa pasar
- c. Mengenali dan menganalisa produk keluaran

B. Aspek dalam CRM

Banyak aspek yang tercakup dalam CRM. Aspek tersebut pada umumnya akan berhubungan langsung dengan salah satu aspek berikut:

- a. Operasi Front office yang langsung berinteraksi dengan pelanggan seperti ketemu langsung, panggilan telepon, e-mail, layanan online, dan lain-lain.
- b. Operasi Back office yang sangat berpengaruh pada aktivitas pada layanan di front office seperti bagian pembayaran, perawatan, perencanaan, pemasaran, dan lain-lain.
- c. Hubungan bisnis, yaitu interaksi dengan perusahaan dan rekanan lain seperti suppliers/ vendors, outlet pengecer dan distribusi, jaringan industri. Jaringan eksternal ini akan mendukung aktivitas di front dan back office.

- d. Data kunci dalam CRM dapat dianalisis dengan tujuan melakukan perencanaan kampanye pada target pemasaran, memahami strategi bisnis, dan memutuskan keberhasilan aktivitas CRM seperti pangsa pasar, karakteristik pelanggan, pendapatan dan keuntungan.

C. Keuntungan CRM

CRM membantu perusahaan untuk mengembangkan produk baru berdasarkan pengetahuan yang lengkap tentang keinginan pelanggan, dinamika pasar dan pesaing.

Cara Mendapatkan Keuntungan CRM:

- a. Menjaga pelanggan yang sudah ada.
- b. Menarik pelanggan baru.
- c. Cross Selling: menjual produk lain yang mungkin dibutuhkan pelanggan berdasarkan pembeliannya.
- d. Upgrading: menawarkan status pelanggan yang lebih tinggi (gold card vs. Silver card).
- e. Identifikasi kebiasaan pelanggan untuk menghindari penipuan.

D. Operasional CRM

Operasional CRM memberikan dukungan kepada "depan kantor" proses bisnis, misalnya untuk penjualan, pemasaran dan layanan staf. Interaksi dengan pelanggan biasanya disimpan di pelanggan 'kontak sejarah, dan staf pelanggan dapat mengambil informasi yang diperlukan.

Riwayat kontak dengan anggota staf menyediakan akses langsung ke informasi penting pada pelanggan (produk yang dimiliki, sebelum mendukung panggilan dll), menghilangkan kebutuhan individual untuk mendapatkan informasi ini secara langsung dari pelanggan. Untuk menjangkau pelanggan di kanan tepat waktu di tempat yang lebih baik.

Operasional CRM proses data pelanggan untuk berbagai keperluan:

- a. Mengelola promosi
- b. Enterprise Marketing Automation
- c. Sales Force Automation

d. Penjualan Manajemen Sistem

E. Analytical CRM

Analytical CRM menganalisa data pelanggan untuk berbagai keperluan:

- a. Merancang dan melaksanakan kampanye, akuisisi pelanggan , cross selling dan up selling
- b. Merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran bertarget
- c. Menganalisa perilaku pelanggan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan produk dan layanan (misalnya harga, pengembangan produk)
- d. Manajemen sistem informasi (misalnya peramalan keuangan dan analisis profitabilitas pelanggan)

Analytical CRM umumnya membuat berat penggunaan data dan teknik lainnya untuk memproduksi hasil yang berguna untuk pengambilan keputusan.

F. Penjualan Intelijen CRM

Penjualan Intelijen mirip dengan CRM Analytical CRM, tetapi yang lebih dimaksudkan sebagai alat bantu penjualan langsung. Fitur termasuk tanda dikirim ke staf penjualan mengenai:

- a. Cross-selling/Up-selling/Switch-selling kesempatan.
- b. Pelanggan drift.
- c. Penjualan kinerja.
- d. Pelanggan tren.
- e. Pelanggan margin.
- f. Pelanggan alignment.

G. Collaborative CRM

Collaborative CRM mencakup aspek perusahaan berhubungan dengan pelanggan yang ditangani oleh berbagai departemen dalam perusahaan, seperti penjualan, dukungan teknis dan pemasaran. Anggota staf dari berbagai departemen dapat berbagi informasi yang dikumpulkan saat berinteraksi dengan

pelanggan. Sebagai contoh, umpan balik yang diterima oleh pelanggan dapat memberikan dukungan agen lain anggota staf dengan informasi mengenai layanan dan fitur yang diminta oleh pelanggan. Collaborative CRM's ultimate Tujuannya adalah untuk menggunakan informasi yang dikumpulkan oleh semua departemen untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

H. Konsumen Relationship CRM

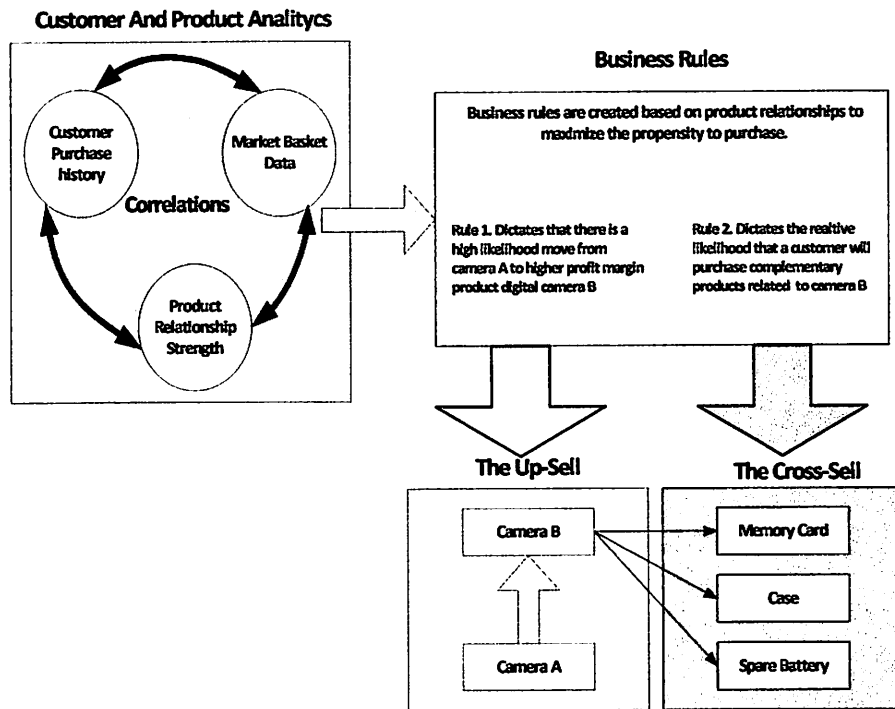
Konsumen Relationship System (CRS) meliputi aspek-aspek perusahaan yang berurusan dengan pelanggan ditangani oleh Konsumen Negeri dan Customer Relations kontak pusat dalam sebuah perusahaan. [1] Perwakilan dalam menangani terikat anonim kontak dari konsumen dan pelanggan. Peringatan dini dapat dikeluarkan tentang produk isu (misalnya barang recalls) dan sentimen konsumen saat ini dapat dilacak (suara pelanggan).

2.2 Cross Selling.

Strategi pemasaran *Cross Selling* adalah sebuah istilah umum yang digunakan untuk menjelaskan penjualan *additional products* dan layanan kepada pelanggan yang telah membeli sesuatu dari perusahaan.

Secara mendasar, cross-selling merupakan proses analisis korelasi dari market basket data – informasi mengenai apa yang dibeli dalam satu “keranjang” (basket) sejarah pembelian dan product relationship. Korelasi ini dapat dijadikan dasar untuk menentukan business rules dalam mengoptimalkan cross-selling.

Cross-selling biasanya digunakan oleh sebagian besar *online store* untuk menentukan rekomendasi produk apa yang seharusnya dijual. Sebagai contoh dapat dilihat salah satu *online bookstore* terkemuka seperti *Amazon.com* dapat dengan jelas terlihat bahwa jika seorang pelanggan membeli buku secara *online* maka *website* akan memberikan pula rekomendasi mengenai *related books* yang direkomendasikan untuk dibeli (IBM, 2004).



Gambar 2.1 Business rules dengan cross selling.

2.3 PHP

Menurut dokumen resmi PHP, PHP merupakan singkatan dari *PHP Hypertext Preprocessor*. Ia merupakan bahasa berbentuk skrip yang ditempatkan dalam server dan diproses di server. Hasilnya adalah yang dikirimkan ke klien, tempat pemakai menggunakan *browser*.

Secara khusus, PHP dirancang untuk membentuk aplikasi web dinamis. Artinya, ia dapat membentuk suatu tampilan berdasarkan permintaan teknis. Misalnya, anda bisa menampilkan isi *database* ke halaman web. Pada prinsipnya PHP mempunyai fungsi yang sama dengan skrip-skrip seperti ASP (*Active Server Page*), Cold Fusion, dan Perl. Namun, perlu diketahui bahwa PHP sebenarnya bisa dipakai secara *command line*. Artinya, skrip PHP dapat dijalankan tanpa melibatkan web server maupun browser.

Kelahiran PHP bermula saat Rasmus Lerdorf membuat sejumlah skrip Perl yang dapat mengamati siapa saja yang dapat melihat-lihat daftar riwayat hidupnya, yakni pada tahun 1994. Skrip-skrip ini selanjutnya dikemas menjadi *tool*

yang disebut “Personal Home Page”.Paket inilah yang menjadi cikal-bakal PHP.Pada tahun 1995, Rasmus menciptakan PHP/FI Versi 2. Pada versi inilah pemrogram dapat menempelkan kode terstruktur di dalam tag HTML. Yang menarik, kode PHP juga bisa berkomunikasi dengan *database* dan melakukan perhitungan-perhitungan yang kompleks sambil jalan.

Pada saat ini PHP cukup populer sebagai piranti pemrograman web, terutama di lingkungan Linux.Walaupun demikian, PHP sebenarnya juga dapat berfungsi pada *server-server* yang berbasis UNIX, Windows, dan Macintosh.

Pada awalnya PHP dirancang untuk diintegrasikan dengan web server Apache.Namun, belakangan PHP juga dapat bekerja dengan web server seperti PWS (Personal Web Server), IIS (Internet Information Server), dan Xitami.

Untuk mencoba PHP, anda tidak perlu menggunakan komputer berkelas server.Hanya dengan sebuah komputer biasa, anda bisa mempelajari dan mempraktikkan PHP.

Kekuatan PHP yang paling utama adalah konektifitas database dengan web. Sistem database yang telah didukung oleh PHP saat ini adalah :

- i. Oracle
- j. FilePro
- k. InterBase
- l. dBase
- m. Generic ODBC
- n. mySQL 1.x dan 2.x
- o. database Interface ODBC
- p. Adabas D
- q. Empress
- r. Sybase
- s. Velocis
- t. Solid
- u. PostgreSQL
- v. mySQL
- w. informix

PHP juga mendukung komunikasi dengan layanan lain melalui protokol IMAP, SNMP, NNTP, POP3 atau bahkan HTTP. Dan sekarang sebuah *web server* tidak hanya berisi gambar-gambar dan susunan teks yang berisi informasi suatu organisasi tapi dituntut untuk bisa berhubungan secara langsung dengan database, melayani permintaan dari *client*, membuat dokumen yang berisi informasi penting dan sebagainya. Dengan tuntunan semacam itu, dibutuhkan bahasa tambahan yang benar-benar bisa berinteraksi secara luas dengan aplikasi-aplikasi pendukung untuk kebutuhan dinamis dari *web server*.

A. Sejarah PHP

PHP (*Hypertext Preprocessor*) diciptakan oleh Rasmus Lerdorf seorang pemrogram C, dan digunakan untuk mencatat jumlah pengunjung pada *homepage*-nya. Pada awal tahun 1995 dirilis PHP/FI (*Form Interpreter*) yang memiliki kemampuan dasar membangun aplikasi web, memproses *form* dan mendukung data MySQL. Karena antusiasme pengguna internet yang begitu besar, akhirnya pada pertengahan tahun 1997 Rasmus Lerdorf menyerahkan pengembangannya kepada sebuah tim pemrograman dalam kerangka *open source* dan oleh Zeev Suraski dan Andi Gutmans, parse-nya ditulis ulang kembali menjadi bentuk program parser baru yaitu PHP 3.0 yang memiliki dukungan lebih luas lagi terhadap database yang ada termasuk MySQL dan Oracle.

PHP versi 4.0 kemudian dirilis setelah itu dengan menggunakan mesin *scripting* Zend (akronim dari pengembangannya Zeev Suraski dan Andi Gutmans) dan telah mampu mendukung *server* Apache dan secara *built-in* telah mampu menangani manajemen *session*. Ada dua macam PHP yang sekarang dikenal luas dikalangan *web developer* yaitu PHP 3 dan PHP 4. PHP 3 adalah bahasa PHP yang pertama kali dibuat dan cocok untuk membuat website yang tidak terlalu kompleks dan besar. Sedangkan PHP 4 (versi-4) adalah bahasa PHP yang didalamnya sudah dilengkapi dengan *Zend engine* sehingga lebih cepat, kuat, stabil, mudah untuk berinteraksi dengan berbagai jenis aplikasi pendukung lainnya seperti MySQL, Java, FTP client, ODBC dan lain-lain. PHP versi 4 memiliki *ekstension* yang lebih sederhana dan mudah dipergunakan serta kompatibel

dengan PHP versi 3. PHP 4 sering dipakai untuk membangun *webcontent* karena dapat menangani website yang besar, kompleks dan menerima jutaan hit perhari.

B. Cara Kerja PHP

Seperti yang pernah disebutkan bahwa PHP adalah aplikasi di sisi *server* atau dengan kata lain beban kerja ada di *server* bukan di *client*. Pada saat *browser* meminta dokumen PHP, *webserver* langsung menggunakan modul PHP untuk mengolah dokumen tersebut. Jika pada dokumen terkandung fungsi yang mengakses database maka modul PHP menghubungi database *server* yang bersangkutan. Dokumen yang berformat PHP dikembalikan *webserver* dalam format HTML, sehingga *sourcecode* PHP tidak tampak disisi *browser*.

C. Keunggulan PHP

Dalam perkembangannya, aplikasi PHP memiliki berbagai macam kemudahan dan keunggulan dibandingkan dengan beberapa produk sejenis yang ada. Hal inilah yang menjadi alasan orang menggunakan PHP dalam pembuatan pemrograman web, berikut ini beberapa keunggulan yang dimiliki PHP :

1. PHP open source

PHP adalah aplikasi bahasa web yang bisa diperoleh secara gratis dan kode program PHP diberikan secara cuma-cuma.

2. PHP Mudah

PHP mudah untuk dipelajari, dibandingkan dengan produk lain yang mempunyai fungsi yang sama. Tidak seperti *Java Server Page* atau C based CGI tidak membutuhkan persyaratan untuk mendalami beberapa bahasa pemrograman lain. Tidak juga seperti Perl yang sering disebut sebagai “*write-only-language*”, PHP mempunyai *sintaks* yang sangat mudah dan *user-friendly*. Dan tidak seperti *ActiveServer Page*, PHP tidak membuat kita untuk mempelajari dua bahasa pemrograman yang berbeda untuk dua kebutuhan.

3. PHP Embedded

Penulisan *script* PHP menyatu dengan HTML sehingga memudahkan pembuatannya. Dengan kata lain halaman PHP biasanya halaman

HTML. Produk sejenis adalah *Microsoft Active Server Page*, *Allaire Cold Fusion* dan *Sun JavaServer Page*. PHP kadang-kadang disebut sebagai “*the open source ASP*” karena fungsinya mirip dengan produk Microsoft tersebut. Untuk membedakan antara sintaks HTML dan PHP maka dibuatlah kesepakatan : script PHP dimulai dengan tag `<?` Dan diakhiri dengan `?>`.

4. PHP berjalan dibanyak platform

PHP yang menyatu dalam dokumen HTML bisa diakses oleh seluruh *browser* di seluruh *platform* yang ada. Dengan kata lain aplikasi yang dibangun dengan PHP berlaku secara universal. PHP dapat dijalankan di bawah sistem operasi UNIX dan Windows. Sebagian besar *server* HTTP berjalan pada satu dari dua kelas sistem operasi ini. PHP kompatibel dengan 3 *Web Server* teratas : *Apache HTTP Server* untuk UNIX dan Windows, *Microsoft Internet Information Server* dan *Netscape Enterprise Server (iPlanet Server)*. PHP juga bekerja pada beberapa *Server* yang kurang dikenal termasuk *Alex Belits's fhttpd*, *Microsoft's Personal Web Server*, *AOL Server* dan *Omnitrix's Omniserver Application Server*. PHP tidak didukung platform Macintosh. Ketersediaan kode sumber dalam bahasa C membuat PHP sangat universal dan mudah disesuaikan dengan platform yang digunakan sehingga tidak perlu keraguan untuk menginvestasikan waktu dan tenaga guna mengembangkan aplikasi PHP.

5. PHP bukan berbasis tag

PHP adalah murni bahasa pemrograman, di PHP kita dapat mendefinisikan fungsi-fungsi dengan menuliskan nama dan definisinya.

6. PHP stabil

Kata stabil berarti 2 hal yang berbeda :

- a. Server tidak memerlukan boot ulang
- b. Server tidak berubah secara radikal dan kompatibel dari release ke release.

Keduanya ada pada PHP. Saat ini *server* Apache menjadi *Web server* paling stabil dengan reputasinya. Walaupun bukan merupakan yang paling cepat ataupun yang paling mudah, *server* Apache HTTP kelihatan tidak pernah *crash*. Dan juga tidak perlu boot ulang *server* setiap saat setting diubah (setidaknya di sisi UNIX). PHP mewarisi keadaan ini plus implementasinya yang kuat. Apache *server* dengan PHP melebihi IIS/Visual Studio dan Netscape Enterprise Server/Java untuk stabilitas lingkungannya. Tim pengembang PHP berusaha memperbaiki seperti menambahkan parser untuk dapat dijalankan lebih cepat, komunikasi dengan database lain atau menambahkan dukungan session yang lebih baik. Sangat sedikit fungsi yang dihapuskan dari versi PHP sebelumnya.

7. PHP meningkatkan kecepatan dari proses script

PHP menyenangkan pada eksekusinya, terutama saat dikompilasi sebagai *module* Apache di sisi UNIX. Saat ini PHP 4 lebih cepat untuk hampir semua penggunaan CGI script. Walaupun beberapa *script* CGI ditulis dalam C, satu dari bahasa tingkat rendah dan paling cepat diantara banyak bahasa pemrograman. Dapat dibatasi jumlah proses *concurrent* yang dijalankan pada satu saat. Bahasa *script* CGI lain seperti Perl dan Tcl relatif lambat. Kebanyakan Website berkembang dari penggunaan CGI karena alasan kehandalan dan keamanan. Saat mengompilasi, PHP menjadi bagian dari http daemon. Karena tidak ada transfer ke dan dari *server* aplikasi yang berbeda (seperti pada ColdFusion) permintaan dapat dipenuhi secara lebih efisien. PHP setidaknya sama cepat dengan ASP pada banyak aplikasi.

8. PHP berjalan baik dengan aplikasi lain

PHP membuat mudah untuk berkomunikasi dengan program dan protokol lain. Tim pengembangan PHP tampaknya sepakat untuk menyediakan fleksibilitas maksimum untuk sejumlah besar *user*. Konektivitas Database cukup kuat dengan dukungan native-driver untuk sekitar 15 database paling populer plus ODBC. PHP mendukung sejumlah besar protokol seperti POP3, IMAP dan LDAP.

PHP 4 juga mempunyai dukungan baru untuk Java dan arsitektur pendistribusian objek (COM dan CORBA), membuat n-kali pengembangan untuk pertama kali. PHP tidak mendukung *closed-source*. Sebagai contoh komputer Apple dan Microsoft tidak dapat bekerjasama dengan proyek open *source* seperti PHP.

9. PHP populer dan berkembang

PHP menjadi satu dari pilihan paling populer untuk dua periode pengembangan (Web plus data). Sejak website populer, PHP diharapkan mencapai pertumbuhan yang cepat pada sejumlah besar user. Walaupun agak lebih sulit untuk mendapatkan profil perusahaannya, PHP berada pada posisi yang relatif kuat untuk produk sejenis. Teknologi Microsoft Active Server Pages digunakan 12% oleh Web Server, ColdFusion diimplementasikan sekitar 4% domain. PHP digunakan oleh 12% dari seluruh Web Server seperti sudah dibuktikan oleh sebagian besar sample. ASP dan ColdFusion PHP mempunyai keuntungan yang lebih dibanding pesaingnya pada kategori pengembangan.

10. Masyarakat PHP

PHP dikembangkan dan didukung secara bersama-sama oleh masyarakat pengguna *worldwide*. Keuntungan utama pemakai baru adalah dukungan teknik tanpa biaya dan tanpa batas. Orang-orang di *mailing list* bersedia untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dan adanya *help debug* Sebuah dukungan yang nyata bagi pemakai PHP. Masyarakat anggota PHP melihat pada program dan memberitahukan apa yang salah dan bahkan membantu mendesain sebuah aplikasi.

D. Kemampuan PHP

Pada aplikasi CGI (*Common Gateway Interface* suatu program yang dapat menerima input dari *browser*, memprosesnya dan selanjutnya mengirim kembali *outputnya*), yang diprogram dengan Perl atau C, maka dengan PHP kita akan mendapatkan kemudahan-kemudahan. Sebagai contoh data masukkan dalam suatu *formhtml* secara otomatis di-variabel-kan dan dapat digunakan langsung, sehingga

tidak perlu memarsing apa yang disebut *querystring*. Kemampuan dan Kelebihan PHP3:

1. **Pengaksesan file GIF dengan PHP**
 PHP tidak terbatas hanya untuk menghasilkan output halaman HTML. PHP juga dapat digunakan untuk menghasilkan file gambar GIF atau bahkan agar lebih menghasilkan file gambar GIF yg bersifat *stream* dari *server* ke *browser*.
2. **File Upload**
 PHP mampu menerima file *upload* dari setiap *browser* yang RFC-1867 compliant. Kemampuan ini memungkinkan user untuk mengupload file teks atau *binary*.
3. **HTTP cookie**
 PHP secara transparan mendukung HTTP *cookie*. *Cookie* adalah mekanisme untuk menyimpan data pada *browser* sehingga kita dapat melacak atau mengidentifikasi *user*.
4. **Koneksi ke Database**
 PHP mendukung banyak database dalam *mode native* dan melalui ODBC.
5. **HTTP Authentication**
 Kelebihan HTTP *Authentication* pada PHP hanya tersedia jika PHP berjalan sebagai modul Web Server Apache.
6. **Regular Expression**
Regular Expression digunakan untuk manipulasi string yang kompleks di PHP.
7. **Error handling**
 Seluruh ekspresi PHP dapat dipanggil dengan prefix '@' yang akan mematikan *errorreporting* untuk ekspresion itu.

2.4 MySQL

Mysql adalah *database management system* (DBMS) untuk *relational databases* (karena itu MYSQL juga termasuk RDMS). Database sendiri dalam istilah sederhana merupakan kumpulan data yang terkait, baik teks, angka atau file

biner yang disimpan dan dikelola oleh DBMS (Larry,2008:xiv). Database digunakan untuk menyimpan informasi atau data yang terintegrasi dengan baik di dalam komputer.

Untuk mengelola database diperlukan suatu perangkat lunak yang disebut DBMS (Database Management System).DBMS merupakan suatu sistem perangkat lunak yang memungkinkan user untuk membuat, mengelola, mengontrol, dan mengakses database secara praktis dan efisien. Dengan DBMS, user akan lebih mudah mengontrol dan memanipulasi data yang ada.

Salah satu keuntungan MySQL adalah MySQL merupakan perangkat lunak open source. Open source berarti dapat digunakan dan dimodifikasi oleh siapa saja. Semua orang dapat mengunduh MySQL dari internet dan menggunakannya secara gratis.Untuk administrasi *database*, seperti pembuatan *database*, pembuatan tabel, dan sebagainya, dapat digunakan aplikasi berbasis webseperti PHPMyAdmin.MySQL juga mendukung berbagai tipe data, multi user, mempunyai security yang baik, fleksibel dengan berbagai pemrograman, dan dukungan dari komunitas yang banyak

BAB III

ANALISA DAN PERANCANGAN

3.1 Analisa

A. Analisa Kebutuhan Fungsi

Adapun website CRM yang akan dibangun adalah :

1. Website terdiri dari 2 user akses yaitu admin dan customer.
2. Website mampu menerapkan strategi cross selling CRM untuk memberikan saran produk lainnya yang berfungsi sebagai strategi pemasaran.
3. Customer dapat melakukan pemesanan produk melalui website dan secara otomatis sistem akan memberikan informasi pesanan beserta total biaya yang harus dibayar.
4. Customer dapat melakukan konfirmasi pembayaran melalui sms atau email, yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
5. Customer dapat memberikan umpan balik berupa pengisian polling mengenai website CRM.
6. Customer dapat memberikan komentar (pesan) kepada admin melalui system.
7. Customer dapat mengisi testimoni.
8. Admin dapat melakukan konfirmasi pengiriman barang melalui email customer yang fungsinya telah disediakan oleh system, yaitu berupa informasi bahwa pesanan customer sedang dalam proses pengiriman.
9. Admin dapat menambah kategori produk.
10. Admin dapat melakukan manajemen modul.
11. Admin dapat melakukan manajemen jasa pengiriman.
12. Admin dapat laporan rekapan data pemesanan per periode.
13. Admin dapat melakukan manajemen admin yaitu fungsi ubah password dan ubah modul admin.

B. Analisa Kebutuhan Software

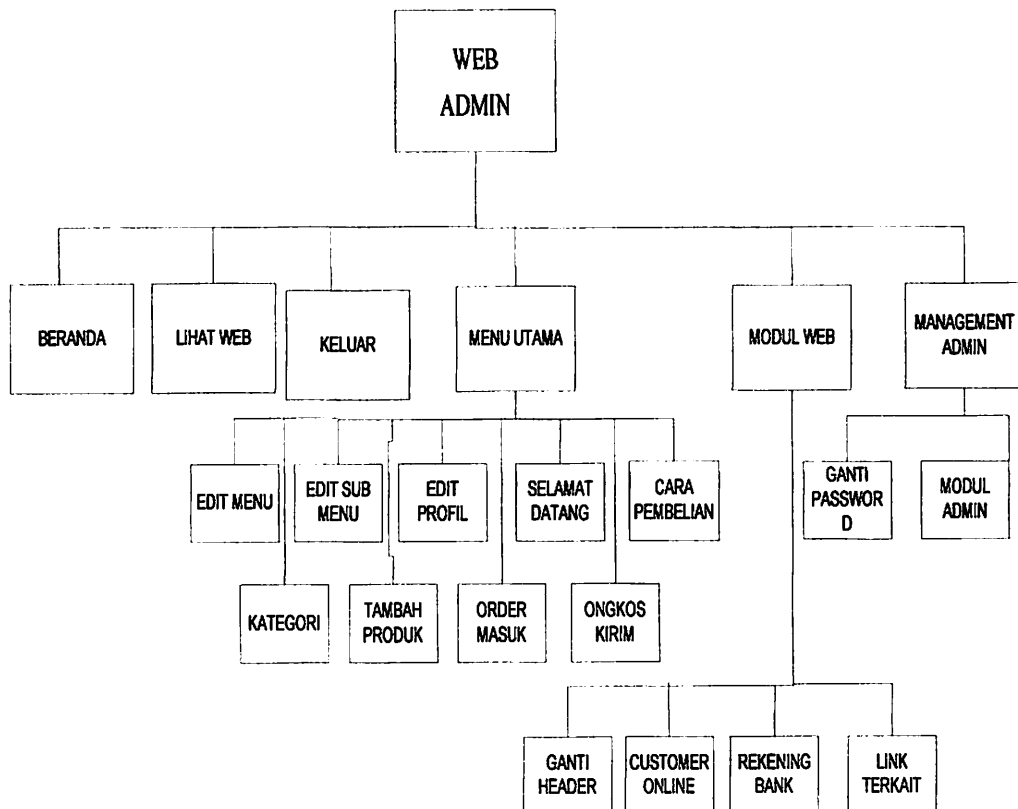
Adapun software yang digunakan untuk membangun website CRM ini adalah :

1. Macromedia Dreamweaver 8 sebagai editor.
2. phpMyAdmin
3. MySQL 5.5.27 sebagai database server.
4. Apache/2.4.3 sebagai web server.

3.2 Perancangan

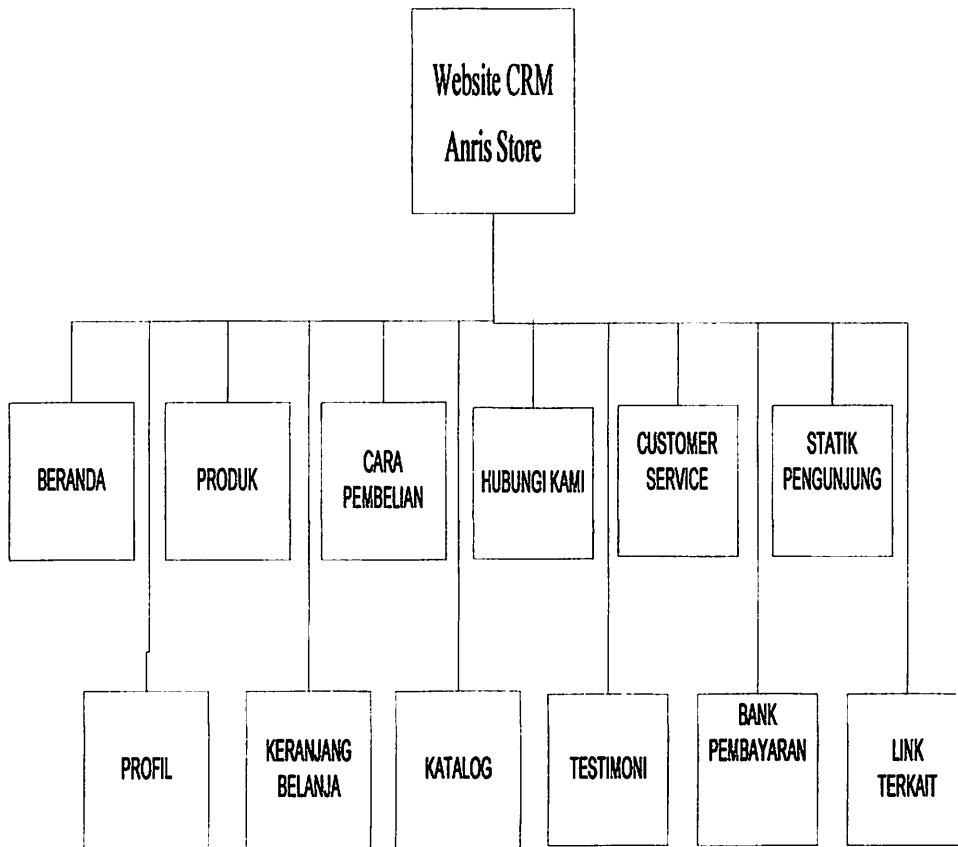
A. Struktur Menu

Adapun struktur menu yang akan dibangun untuk website pada sisi admin memiliki 6 menu utama yaitu Beranda, Lihat Website, Keluar, Menu Utama, Modul Web, dan Manajemen Admin, seperti ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Struktur Menu admin

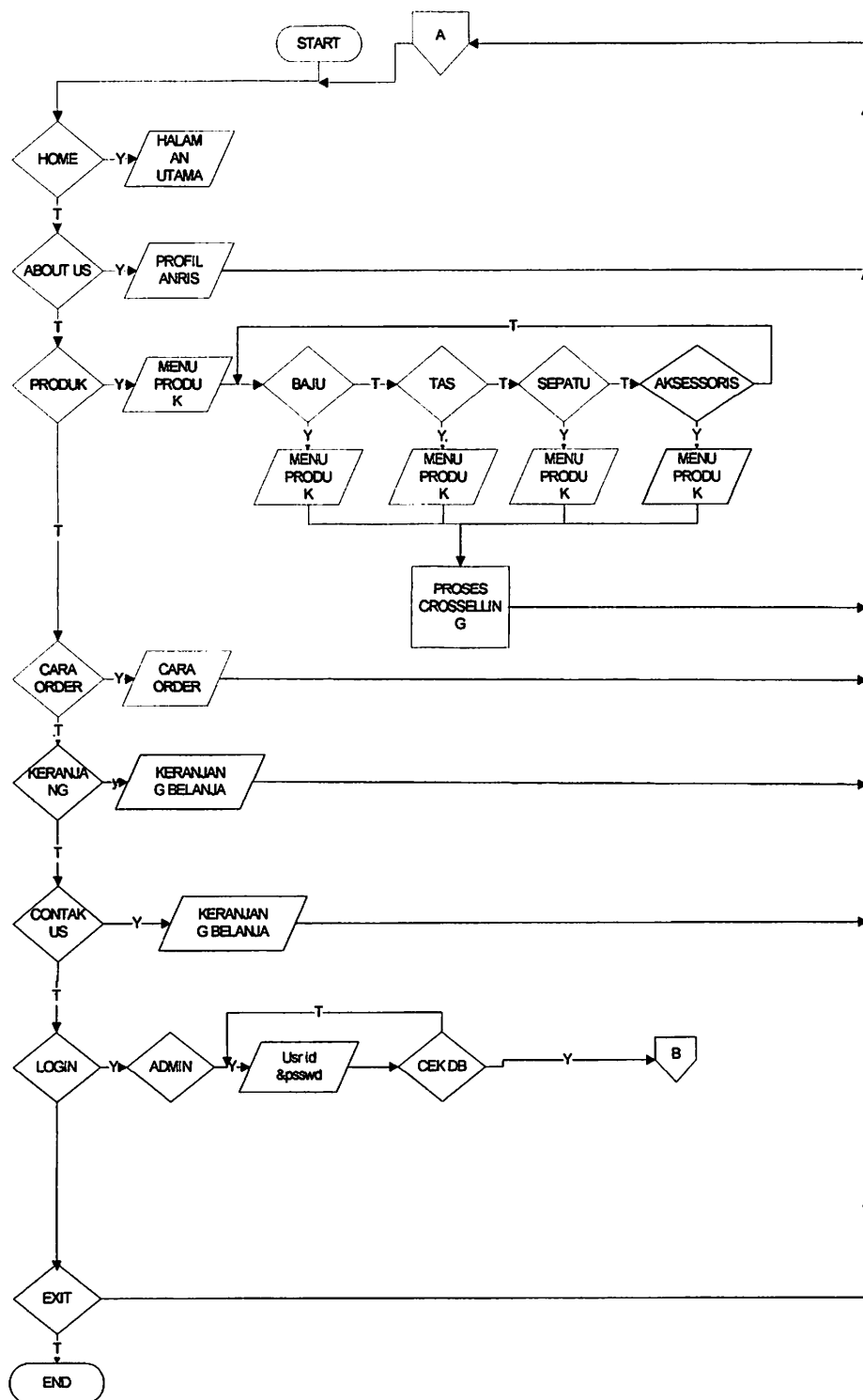
Adapun struktur menu website CRM pada sisi customer terdiri dari Beranda, Profil, Produk, Keranjang Belanja, Cara Pembelian, Katalog, Hubungi Kami, Testimoni, Customer Service, Bank Pembayaran, Statistik Pengunjung, Link Terkait, seperti ditunjukkan Gambar 3.2.



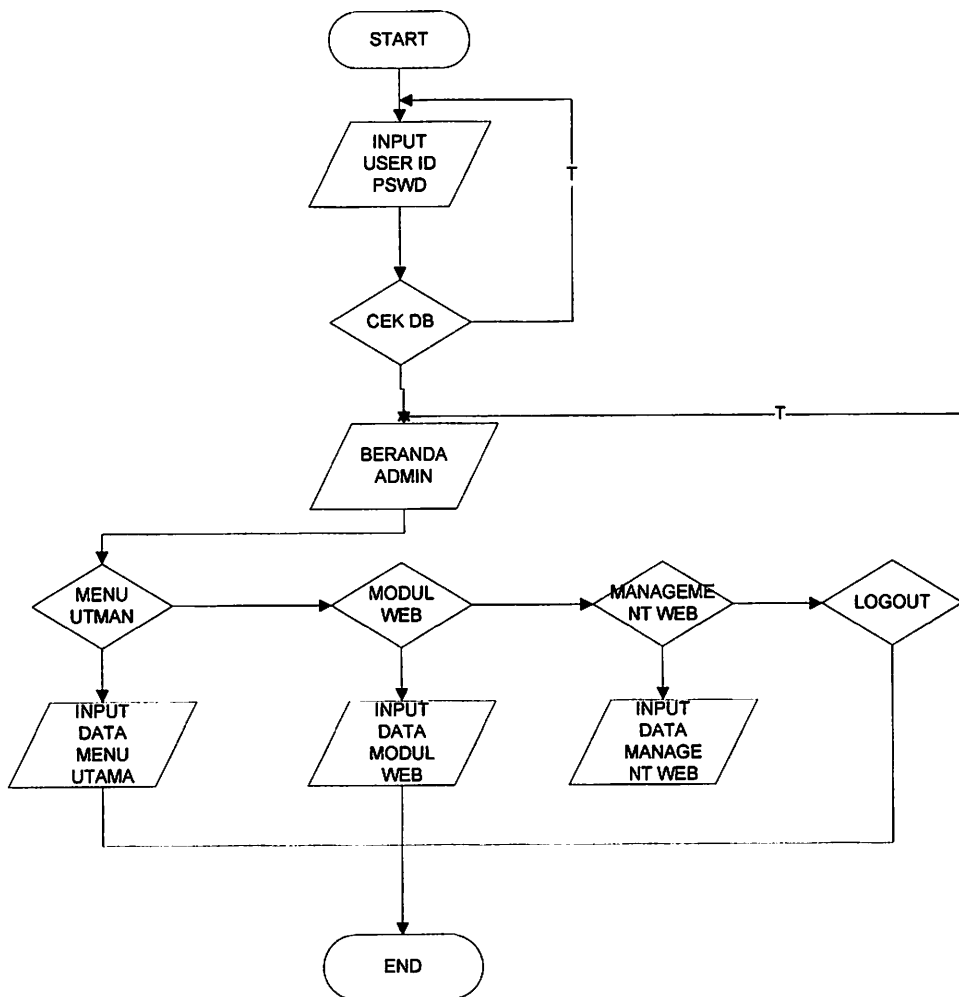
Gambar 3.2 Stuktur Menu Utama

B. Flowchart

Flowchart system menggambarkan bagaimana alur kerja system baik website pada sisi admin maupun customer. Adapun jalannya program website pada sisi customer ditunjukkan Gambar 3.3. Sedangkan jalannya program pada sisi admin, ditunjukkan Gambar 3.4.



Gambar 3.3 Flowchart Website CRM Pada Sisi Customer



Gambar 3.4 Flowchart Website CRM Pada Sisi Admin

C. Perancangan Database

Website CRM yang akan bangun memiliki satu buah database yaitu database “anris”. Database tersebut memiliki 22 tabel pendukung system, yaitu :

1. Tabel admin

Berisi informasi data admin, yaitu data username sebagai primary key, password, nama_lengkap, email, no_telp, level, blokir. Struktur tabel admins ditunjukkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tabel Admin

Field	Type	Values	Attribute
Username	Varchar	50	primary key
Password	Varchar	50	
nama_lengkap	Varchar	100	
Email	Varchar	100	
no_telp	Varchar	20	
Level	Varchar	20	
Blokir	Enum	'Y','N'	

2. Tabel banner

Berfungsi untuk menyimpan banner, yang terdiri dari id_banner sebagai primary key, judul, url, gambar, tgl_posting, seperti ditunjukkan Gambar 3.2. File gambar akan disimpan dalam folder foto_banner.

Tabel 3.2 Tabel Banner

Field	Type	Values	Attribute
id_banner	Int	5	primary key
Judul	Varchar	50	
url	Varchar	100	
Gambar	Varchar	100	
tgl_posting	Date		

3. Tabel download

Berfungsi untuk menyimpan file katalog. Tabel ini berisi data id_download, judul, nama_file, tgl_posting, hits. File katalog disimpan pada folder files. Struktur tabel download ditunjukkan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Tabel Download

Field	Type	Values	Attribute
id_banner	Int	5	primary key
Judul	Varchar	50	
url	Varchar	100	

Gambar	Varchar	100	
tgl_posting	Date		

4. Tabel header

Berfungsi untuk menyimpan data header. File data header disimpan pada folder header. Data yang disimpan dalam database adalah id_header, judul, url, gambar, tgl_posting. Struktur tabel header ditunjukkan pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Tabel Header

Field	Type	Values	Attribute
id_header	Int	5	primary key
Judul	Varchar	50	
url	Varchar	100	
Gambar	Varchar	100	
tgl_posting	Date		

5. Tabel hubungi

Berfungsi untuk menyimpan data kontak dari customer yang masuk ke system melalui website CRM. Data yang disimpan berupa id_hubungi, nama, email, subjek, pesan, tanggal. Struktur tabel hubungi ditunjukkan pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Tabel Hubungi

Field	Type	Values	Attribute
id_hubungi	Int	5	primary key
Nama	Varchar	50	
Email	Varchar	100	
Subjek	Varchar	100	
Pesan	Text		
Tanggal	Date		

6. Tabel kategori

Berfungsi untuk menyimpan data kategori produk yang akan dijual. Data yang disimpan adalah `id_kategori`, `nama_kategori`, `kategori_seo`. Struktur tabel kategori ditunjukkan pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Tabel Kategori

Field	Type	Values	Attribute
<code>id_kategori</code>	Int	5	primary key
<code>nama_kategori</code>	Varchar	50	
<code>kategori_seo</code>	Varchar	100	

7. Tabel komentar

Berfungsi untuk menyimpan komentar dari customer terhadap pelayanan perusahaan. Data yang disimpan adalah `id_komentar`, `id_berita`, `nama_komentar`, `url`, `isi_komentar`, `tgl`, `jam_komentar`, `aktif`. Struktur tabel komentar ditunjukkan pada Tabel 3.7.

Tabel 3.7 Tabel Komentar

Field	Type	Values	Attribute
<code>id_komentar</code>	Int	5	primary key
<code>id_berita</code>	Int	5	
<code>nama_komentar</code>	Varchar	100	
<code>url</code>	Varchar	100	
<code>isi_komentar</code>	Text		
<code>Tgl</code>	Date		
<code>jam_komentar</code>	Time		
<code>Aktif</code>	Enum	'Y','T'	

8. Tabel kota

Berfungsi untuk menyimpan data kota dan menentukan ongkos kirim. Data yang disimpan adalah `id_kota`, `id_perusahaan`, `nama_kota`, `ongkos_kirim`. Struktur tabel kotamentar ditunjukkan pada Tabel 3.8.

Tabel 3.8 Tabel Kota

Field	Type	Values	Attribute
id_kota	int	3	primary key
id_perusahaan	int	10	
nama_kota	varchar	100	
ongkos_kirim	int	10	

9. Tabel Main Menu

Data yang disimpan adalah id_main, nama_menu, link. Struktur tabel mainmenu ditunjukkan pada Tabel 3.9.

Tabel 3.9 Tabel Main Menu

Field	Type	Values	Attribute
id_main	Int	3	primary key
nama_menu	varchar	50	
Link	varchar	100	
Aktif	enum	'Y','N'	

10. Tabel modul

Data yang disimpan adalah id_modul, nama_modul, link, static_conect,gambar,status, aktif, urutan. Struktur tabel kotamentar ditunjukkan pada Tabel 3.10.

Tabel 3.10 Tabel Modul

Field	Type	Values	Attribute
id_modul	int	3	primary key
nama_modul	varchar	50	
Link	varchar	100	
static_content	text		
gambar	vachar	100	
status	emun	'user','admin'	
Aktif	enum	'Y','N'	
urutan	int	5	

11. Tabel mod_bank

Data yang di simpan adalah data id_bank, nama_bank, no_rekening, pemilik, gambar. Struktur tabel bank ditunjukkan pada Tabel 3.11.

Tabel 3.11 Tabel Bank

Field	Type	Values	Attribute
id_bank	int	5	primary key
nama_bank	vchar	100	
no_rekening	vchar	100	
pemilik	vchar	100	
gambar	vchar	100	

12. Tabel mod_ym

Data yang di simpan adalah data id, nama, user_name, Struktur tabel mod_ym ditunjukkan pada Tabel 3.12.

Tabel 3.12 Tabel mod_ym

Field	Type	Values	Attribute
Id	int	11	primary key
Nama	vchar	225	
user_name	vchar	50	

13. Tabel orders

Data yang di simpan adalah data id_order, nama_customer, alamat, telepon, email, status_order, tanggal_order, jam_order, id_kota, Struktur tabel order ditunjukkan pada Tabel 3.13.

Tabel 3.13 Tabel Order

Field	Type	Values	Attribute
id_order	int	5	primary key
nama_customer	vchar	100	
alamat	text		
telepon	vchar	20	
Email	vchar	50	

status_order	vachar	50	
tanggal_oder	date		
jam_order	time		
id_kota	int	3	

14. Tabel orders_detail

Data yang di simpan adalah data id_order, id_produk, alamat, jumlah,
Struktur tabel order_detail ditunjukkan pada Tabel 3.14.

Tabel 3.14 Tabel order_details

Field	Type	Values	Attribute
id_order	int	5	primary key
id_produk	int	5	
jumlah	int	5	

15. Tabel orders_temp

Data yang di simpan adalah data id_order_temp, id_produk, id_session,
jumlah, tgl_order_temp, jam_order_temp, stock-temp. Struktur tabel
order_temp ditunjukkan pada Tabel 3.15.

Tabel 3.15 Tabel order_temp

Field	Type	Values	Attribute
id_order_temp	int	5	primary key
id_produk	int	5	
id_session	vachar	100	
jumlah	int	5	
tgl_order_temp	date		
jam_order_temp	time		
Stock_temp	int	5	

16. Tabel poling

Data yang di simpan adalah data id_poling, pilihan, status, rating, aktif.
Struktur tabel poling ditunjukkan pada Tabel 3.16.

Tabel 3.16 Tabel Poling

Field	Type	Values	Attribute
id_poling	int	5	primary key
pilihan	vachar	100	
status	vachar	20	
Rating	int	5	
Aktif	enum	'Y','N'	

17. Tabel produk

Data yang di simpan adalah data id_produk, katagori, nama_produk, produk_seo, deskripsi, harga, stock, berat, tgl_masuk, beli, diskon.

Struktur table prduk ditunjukkan pada Tabel 3.17.

Tabel 3.17 Tabel Produk

Field	Type	Values	Attribute
id_produk	int	5	primary key
id_katagiri	int	5	
nama_produk	vachar	100	
produk_seo	vachar	100	
deskripsi	text		
Harga	int	20	
Stok	int	5	
Berat	decimal	(5,2)	
tgl_masuk	date		
Beli	int	5	
diskon	int	5	
Brand	vachar	100	

18. Tabel Sekilas Info

Data yang di simpan adalah id_sekilas, info, tgl_posting, gambar. Struktur table sekilas_info ditunjukkan pada Tabel 3.18.

Tabel 3.18 Tabel Sekilas_Info

Field	Type	Values	Attribute
id_sekilas	int	5	primary key
Info	vachar	100	
Tgl_posting	date		
gambar	vachar	100	

19. Tabel shop_pengiriman

Data yang di simpan adalah id_perusahaan, nama_perusahaan, gambar.

Struktur tabale shop_pengiriman ditunjukkan pada Tabel 3.19.

Tabel 3.19 Tabel Shop_Pengiriman

Field	Type	Values	Attribute
id_perusahaan	int	5	primary key
nama_perusahaan	vachar	100	
gambar	vachar	100	

20. Tabel statistic

Data yang di simpan adalah ip, tanggal, hits, online. Struktur table statistic ditunjukkan pada Tabel 3.20.

Tabel 3.20 Tabel Statistic

Field	Type	Values	Attribute
Ip	vachar	100	primary key
tanggal	date		
Hits	int	10	
online	vachar	100	

21. Tabel submenu

Data yang di simpan adalah id_su, nama_sub, link_sub, id_main. Struktur table sub_menu ditunjukkan pada Tabel 3.21.

Tabel 3.21 Tabel sub_menu

Field	Type	Values	Attribute
id_sub	int	5	primary key
nama_sub	vachar	100	
link_sub	vachar		
id_main	int	5	

22. Tabel users

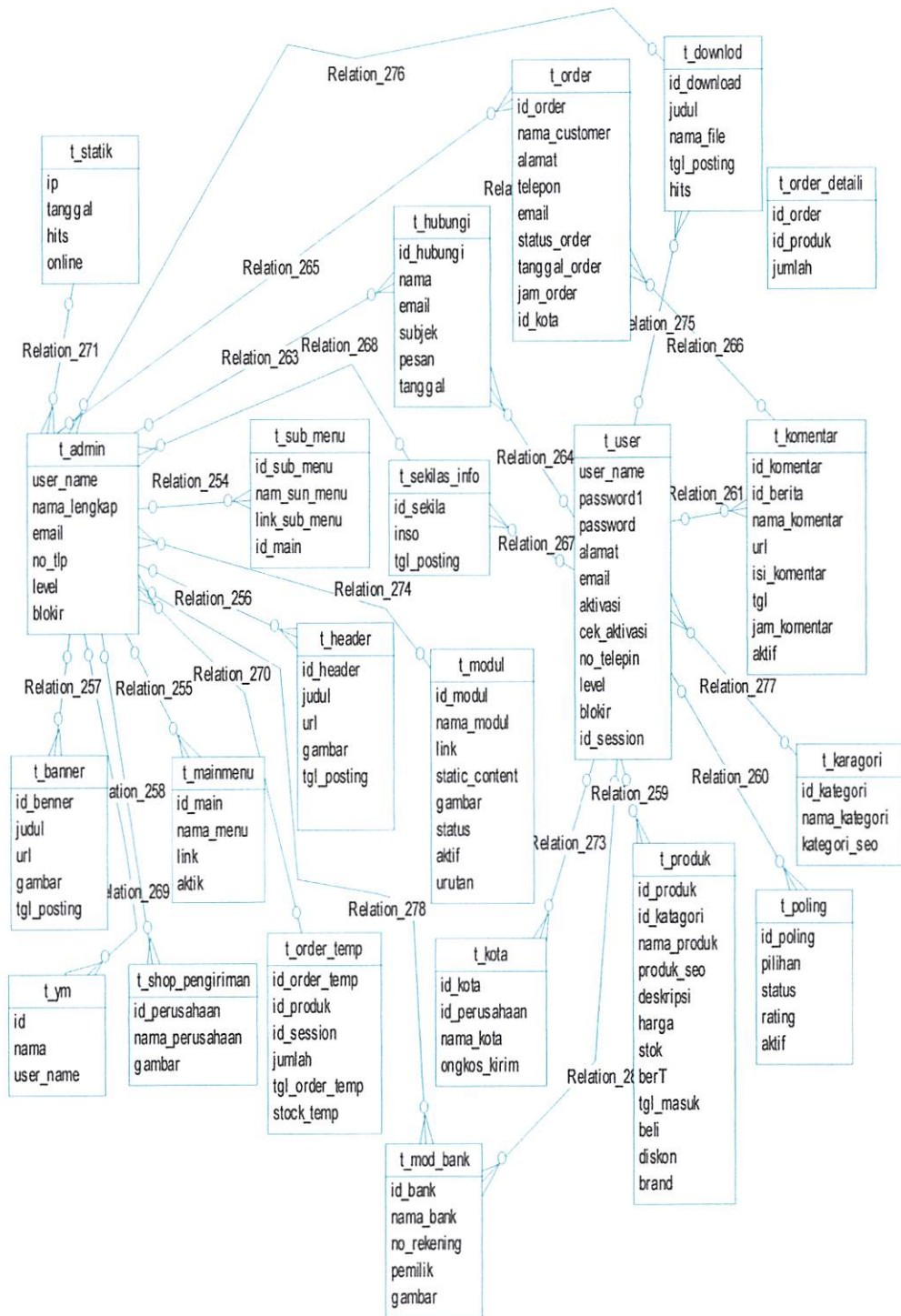
Data yang di simpan adalah user_name, password1, password, alamat, email, aktifasi, cek_aktifasi, No_telepon, level, blokir, id_session. Struktur table table user ditunjukkan pada Tabel 3.18.

Tabel 3.22 Tabel User

Field	Type	Values	Attribute
user_name	vachar	50	primary key
Password1	vachar	50	
password	vachar	50	
alamat	vachar	100	
email	vachar	100	
aktifasi	int	6	
cek_aktivasi	int	6	
No_telepon	vachar	20	
Level	vachar	20	
blokir	enum	'Y','N'	
id_session	vachar	100	

3.2.4 Entity Relationship Diagram

Entity relationship diagram menunjukkan keterkaitan data antara satu dengan lainnya. Gambar 3.5 menunjukkan ERD website CRM.

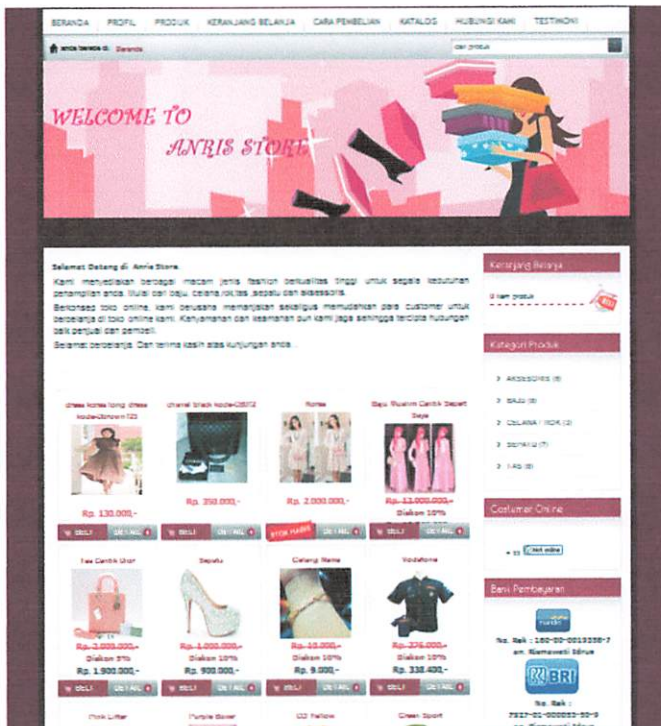


Gambar 3.5 ERD website CRM

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

4.1 Tampilan Halaman Beranda

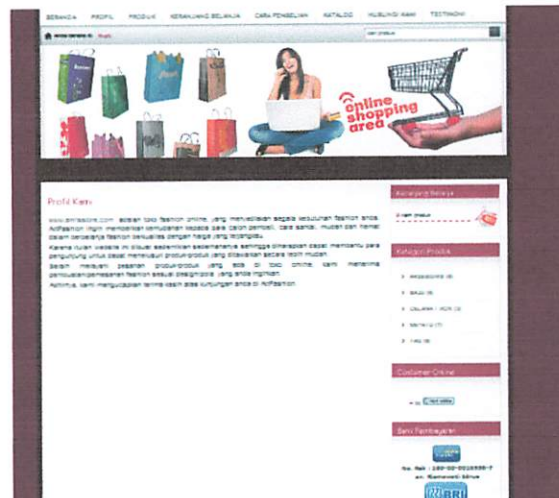
Page Beranda dibangun untuk menampilkan halaman awal dari sebuah website, pada website yang berupa *Customer Relationship Management*, biasanya halaman awal akan menampilkan beberapa produk yang dijual atau katalog dan sekilas info tentang website.



Gambar 4.1 Tampilan Menu Halaman Beranda

4.2 Tampilan Halaman Profil

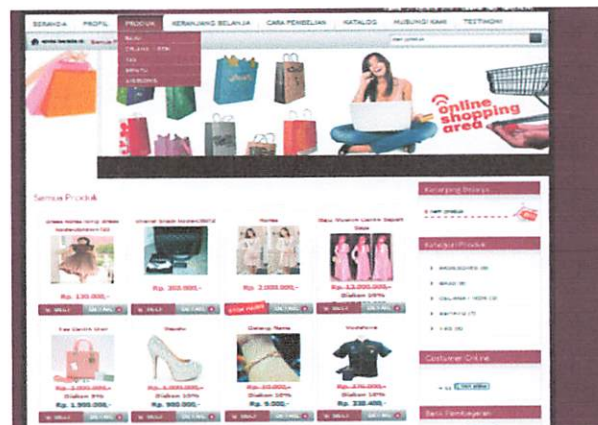
Pada halaman ini merupakan halaman yang menjelaskan tentang info profil dan sejarah Toko online Anris Store.



Gambar 4.2 Tampilan Halaman Profil

4.3 Tampilan Halaman Produk

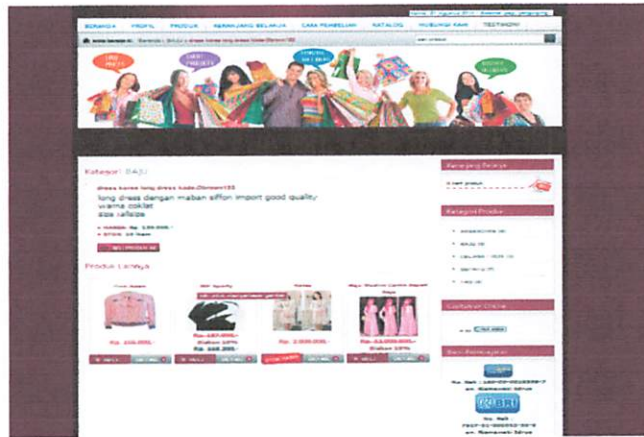
Pada halaman produk akan menampilkan semua produk, semua kategori produk yang dipromosikan dalam satu halaman. User atau pun Customer dapat melihat dengan keseluruhan produk dengan berbagai kategori produk yang dijual dalam satu halaman.



Gambar 4.3 Tampilan Halaman Produk

4.4 Tampilan Halaman Detail Produk

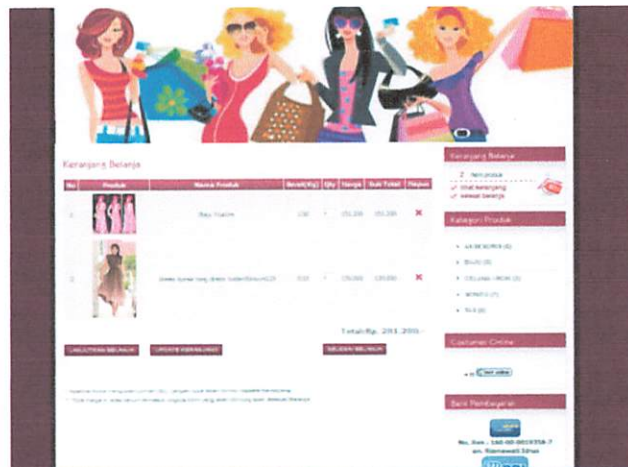
Pada halaman ini berguna menampilkan informasi keterangan detail produk yang telah di pilih dan di halaman inilah strategi *cross selling customer relationship management* di terapkan.



Gambar 4.4 Tampilan Halaman Detail Produk

4.5 Tampilan Halaman Keranjang Belanja

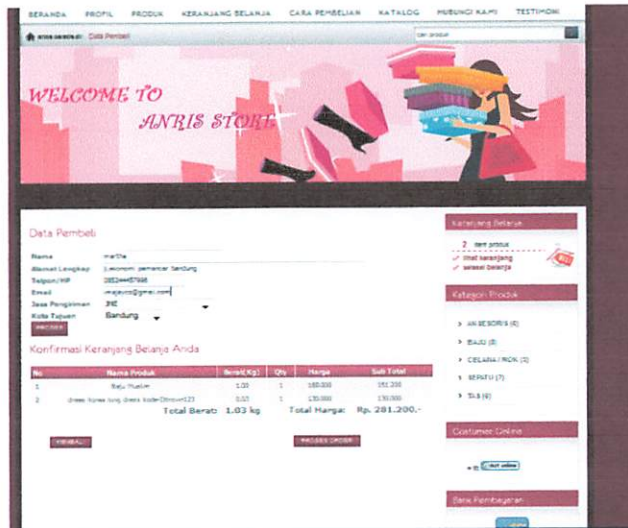
Pada halaman ini di perunrkan bagi customer yang akan berbelanja dan sedah memelih barang yang akan di beli dan tempat untuk menjumlahkan total orderan dari customer.



Gambar 4.5 Tampilan Halaman Keranjang Belanja

4.6 Tampilan Halaman Data Pembeli

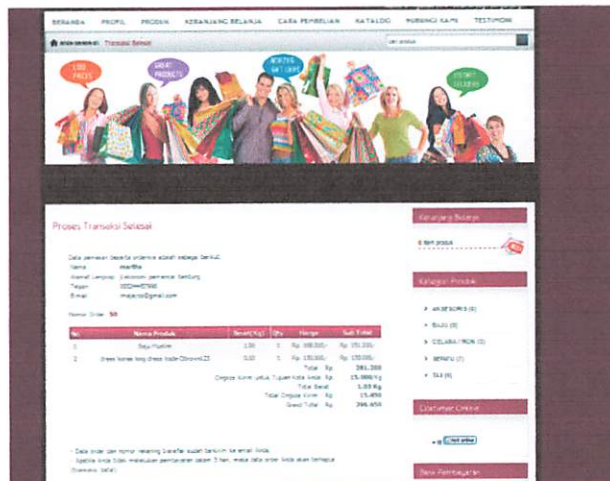
Halaman ini di peruntukan untuk customer yang telah selesai memilih produk dan telah di rekapitulasi orderan. Maka selanjutnya mengisi data diri untuk proses transaksi pembayaran dan juga pengiriman barang pesanan



Gambar 4.6 Tampilan Halaman Data Pembeli

4.7 Tampilan Halaman Proses Selesai Order

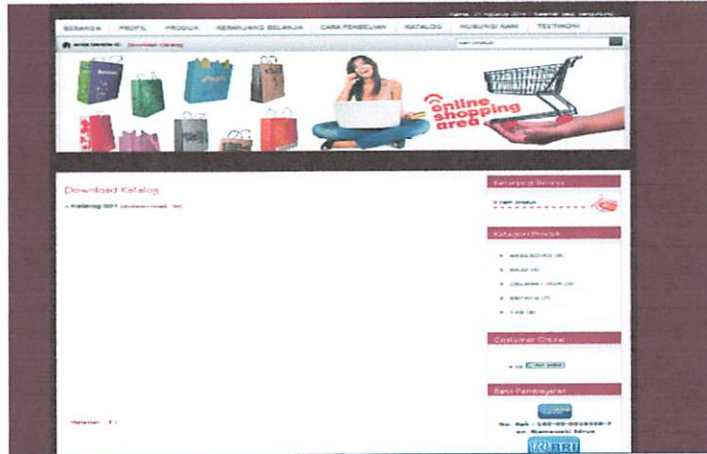
Halaman ini menampilkan keterangan selesainya pendataan orderan dan data diri dari customer yang mengorder barang.



Gambar 4.7 Tampilan Halaman Proses Order

4.8 Tampilan Halaman Katalog

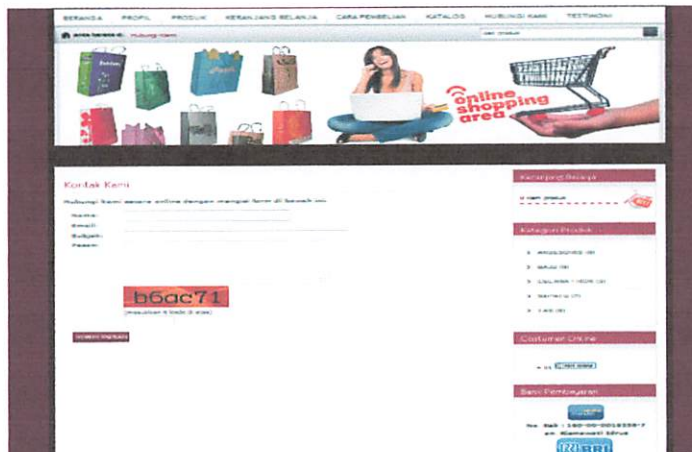
Pada halaman ini disediakan untuk customer yang ingin mendownload katalog produk yang telah di sediakan.



Gambar 4.8 Tampilan Halaman Katalog

4.9 Tampilan Halaman Hubungi Kami

Pada halaman Hubungi kami ini tersedia form pengisian pesan yang kan langsung terhubung pada email admin. Kegunaan dari halaman ini untuk customer mengirim pesan pada pihak admin untuk mengkonfirmasi pembayaran atau pun memberikan Testimoni.



Gambar 4.9 Tampilan Halaman Hubungi kami

4.10 Tampilan Halaman Login Admin

Untuk melakukan pembaharuan suatu informasi seperti pembaharuan suatu produk, berita ataupun juga menghapus beberapa berita atau produk yang mungkin masa penjualannya telah selesai. Maka seorang admin harus melakukan

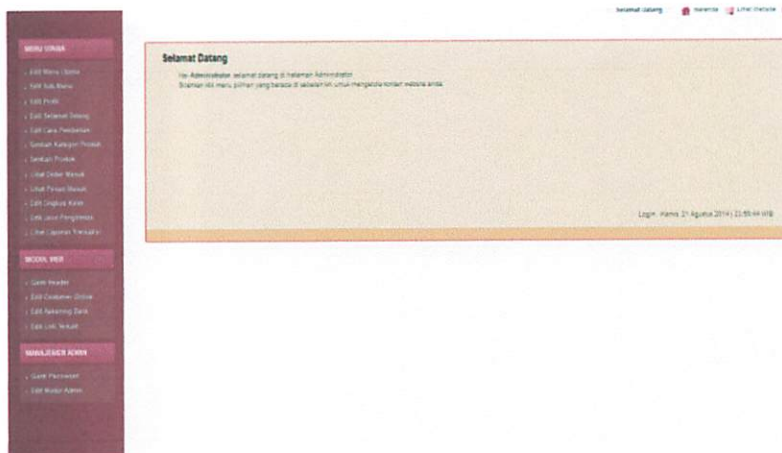
login terlebih dahulu dengan memasukkan *username* dan *password* yang telah terdaftar pada database. Setelah admin sukses melakukan proses *login*, maka secara otomatis akan halaman utama admin .



Gambar 4.10 Tampilan Login Admin

4.11 Tampilan Halaman Utama Admin

Pada halaman ini dimana tempat untuk admin mengola data yang ada baik untuk, menbahkan, memgedit,atau pun menghapus data.

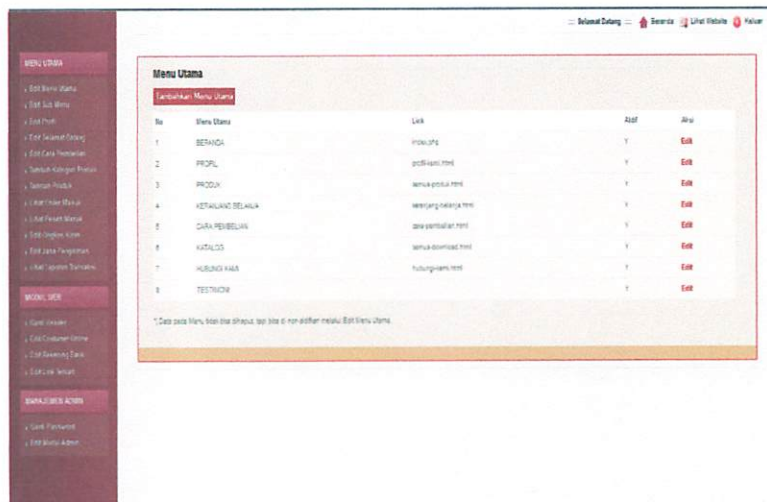


Gambar 4.11 Tampilan Utama Admin

4.12 Tampilan Halaman Edit Menu Utama Admin

Pada halaman ini untuk mengedit, menambahkan ataupun menghapuskan, data dari menu menu yang berada pada tampilan website user seperti, Beranda,

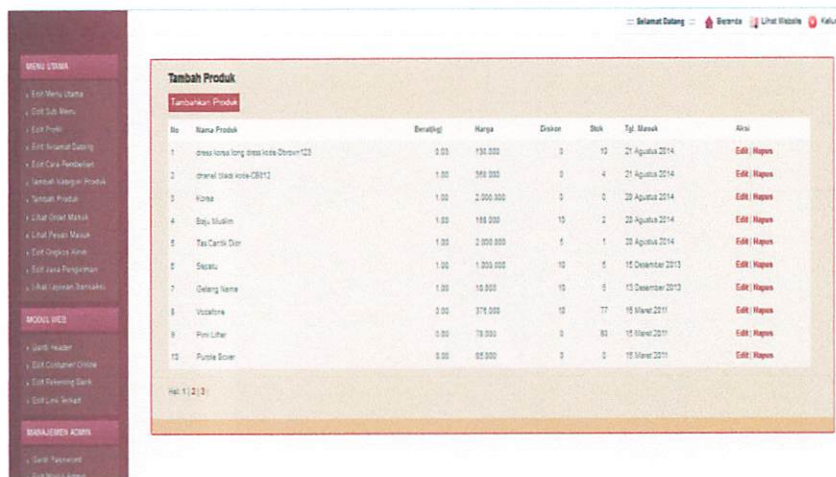
Profil, Produk, Keranjang Belanja, Cara order, Katalog, Hubungi kami, dan Testimoni.



Gambar 4.12 Tampilan Halaman Admin Edit Menu Utama

4.13 Tampilan Halaman Tambah Produk

Pada halaman produk admin ini dipergunakan untuk mengupdate beberapa produk yang baru dan mengpaus produk yang mungkin status penjualan telah habis.



Gambar 4.13 Tampilan Halaman Tambah Produk

4.14 Pengujian Sistem

A. Pengujian Fungsi Home Pada Aplikasi

Hasil dari pembuatan sistem aplikasi yang telah dibuat kemudian akan di lakukan pengujian sistem yang akan di lakukan pada beberapa browser untuk di operasikan. Pengujian pada browser akan di tujukan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Pengujian admin pada *browser* (Halaman Admin)

No.	Pengujian sistem	Pelaku Sistem	Hasil Uji pada <i>Browser</i>			
			MF	GC	O	IE
1.	Pilih menu login	Admin	√	√	√	√
2.	Pilih menu utama	Admin	√	√	√	√
3.	Pilih sub menu	Admin	√	√	√	√
4.	Pilih menu selamat datang	Admin	√	√	√	√
5.	Pilih menu Cara pembelian	Admin	√	√	√	√
6.	Pilih menu kategori	Admin	√	√	√	√
7.	Pilih menu produk	Admin	√	√	√	√
8.	Pilih menu order masuk	Admin	√	√	√	√
9.	Pilih menu ongkos kirim	Admin	√	√	√	√
10.	Pilih menu laporan transfer	Admin	√	√	√	√
11.	Pilih menu ganti header	Admin	√	√	√	√
12.	Pilih menu customer online	Admin	√	√	√	√

13.	Pilih menu link terkait	Admin	√	√	√	√
14.	Pilih menu ganti password	Admin	√	√	√	√
15.	Pilih menu modul admin	Admin	√	√	√	√

Tabel 4.2. Pengujian user pada *browser* (Halaman user)

No.	Pengujian sistem	Pelaku Sistem	Hasil Uji pada <i>Browser</i>			
			MF	GC	O	IE
1.	Menu Home	Customer	√	√	√	√
2.	Menu about	Customer	√	√	√	√
3.	Menu Produk	Customer	√	√	√	√
4.	Menu keranjang belanja	Customer	√	√	√	√
5.	Menu Cara pembelian	Customer	√	√	√	√
6.	Menu download catalog	Customer	√	√	√	√
7.	Menu Contac us	Customer	√	√	√	√
8.	Menu Lihat keranjang belanja	Customer	√	√	√	√
9.	Menu selesai belanja	Customer	√	√	√	√

10.	Menu category produk	Customer	√	√	√	√
11.	Menu customer online	Customer	√	√	√	√
12.	Menu Bank pembayaran	Customer	√	√	√	√
13.	Menu detail produk	Customer	√	√	√	√
14.	Menu Beli	Customer	√	√	√	√
15.	Menu produk lainnya	Customer	√	√	√	√

Keterangan :

√ : Berfungsi

X : Tidak Berfungsi

Web Broser yang digunakan :

MF : Mozilla Firefox

GC: Google Chrome

O: Opera

IE: Internet explorer

B. Pengujian User

Pengujian *user* dilakukan dengan mengisi kuisisioner, sebelum mengisi kuisisioner terlebih dahulu melakukan pengujian aplikasi pada setiap orang, pemilihan penguji aplikasi dipilih secara acak yang berjumlah 10 orang *customer* dan 10 bagian berperan sebagai administrator. Pengujian pada *customer* akan di tujukan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.3 Pengujian Terhadap User

	Evaluasi	1	2	3	4
A	Penrapan CRM	Sangat Setuju	setuju	Kurang setuju	Tidak setuju
1	Penerapan cross selling pada web Anris Store membuat saya selalu ingin berbelanja online di Anris Store	7	3	-	-
2	Penerapan cross selling pada web online Anris store memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lain yang sesuai	7	2	1	-
3	Produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan memiliki spesifikasi yang detail	8	2	-	-
4	Memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran	9	1	-	-
5.	Website Anris store sangat memudahkan kami dalam berbelanja dan mencari kebutuhan .	8	2	-	-
B	Kepuasan Pelanggan	Sangat Setuju	setuju	Kurang setuju	Tidak setuju
5	Saya puas berbelanja online di Anris Store	8	2	-	-

6	Anris Store tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online	8	2	-	-
7	Anris Store tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan Fashion	7	2	1	-
8	Saya puas berbelanja online di Anris Store	8	2	-	-
Hasil perhitungan					
Total		62	14	2	0
Total presentase		70,6%	26,2	1,2%	0%

Tabel 4.4 Pengujian Terhadap Responden Admin

	Evaluasi	1	2	3	4
A	Halaman User	Sangat Setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju
1	Penerapan cross sellig pada web Anris Store sangat membantu meningkatkan pemasaran produk	9	1	-	-
2	Penerapan cross selling pada web online Anris store memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan	7	3	-	-
3	Konsep dari web yang telah dibuat lebih berfokus pada pemasaran produk dan kepuasan pelanggan	8	2	-	-
4	Informasi yang di sediakan oleh web Anris Store sangat lengkap.	7	3	-	-

B	Halaman Admin	Sangat Setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju
5	Web pada halaman admin sangat lengkap yang biasa digunakan untuk mengolah data (<i>create,read,update,delete</i>)	9	1	-	-
6	Konsep dari pembuatan halaman admin ini memberikan kemudahan bagi admin dalam megolah data	8	2	-	-
Hasil perhitungan					
Total		47	14	0	0
Total presentase		70.8%	27,2%	0%	0%

Pada tabel 4.4 dapat diambil hasil bahwa dari 10 *customer* telah memberikan kuisoner terhadap aplikasi web di Anris Store dan diambil dari segi kepuasan pelanggan diperoleh presentase 70,6% menyatakan bahwa “sangat setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan, sebanyak 26,2% menyatakan bahwa “setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan, dan sebanyak 1,2% % menyatakan bahwa “kurang setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan dan juga sebanyak 0% % menyatakan bahwa “tidak setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan antara lain :

Berdasarkan pada pengujian dapat diambil hasil bahwa dari 10 *customer* telah memberikan kuisioner terhadap aplikasi web di Anris Store dan diambil dari segi kepuasan pelanggan diperoleh presentase 70,6% menyatakan bahwa “sangat setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan, sebanyak 26,2% menyatakan bahwa “setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan, dan sebanyak 1,2% % menyatakan bahwa “kurang setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan dan juga sebanyak 0% menyatakan bahwa “tidak setuju” dalam penerapan cross selling pada web toko online Anris Store serta kepuasan dalam melayani pelanggan.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran dalam proses pembuatan, perancangan sistem di dalam sebuah penelitian ada beberapa masalah yang dihadapi dan memiliki kekurangan. Berikut saran dalam penelitian ini, ditambahkan penerapan strategi Up selling customer relationship management.

Daftar Pustaka

- Al-Aziz, Miftahuddin, 2014. Makalah CRM (*Customer Relationship Management* dan ERP (*Enterprise Resource Planning*). 09 juli 2015
- Bergeron, Bryan P. 2002. *Essentials of CRM: A Guide to Customer Relationship Management*. New York: John Wiley & Sons
- IBM. (2004). *Retail Selling Optimization – Strategic Cross-selling and Upselling for Survival in The Volatile Retail Market (white paper)*. Dipetik agustus 10, 2014, [dari www-03.ibm.com/industries/retail/doc/content/bin/retail-selling-optimization.pdf](http://www-03.ibm.com/industries/retail/doc/content/bin/retail-selling-optimization.pdf)
- Kadir, Abdul. 2008. Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP. Andi. Yogyakarta
- Kamakura, W. A., Ramaswami, S. N., & Srivastava, R. K. (1991). *Applying latent trait analysis in the evaluation of prospects for cross-selling of financial services*. *International Journal of Research in Marketing*, 8(4), 329-349.
- Larry, Ullman. 2008. *PHP 6 and MySQL 5 for Dinamic Web Sites*. Peachpit Press. Berkeley
- Purwanto, yudi. 2001. Pemrograman web Dengan PHP, Elex Media Komputindo, Jakarta.

LAMPIRAN



INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA S-1

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

Nama : Rismawati Andi Idrus
NIM : 10.18.037
Program Studi : Teknik Informatika S-1
Judul : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE
ANRIS STORE

Dipertahankan dihadapan Majelis Penguji Skripsi Jenjang Strata Satu (S-1) pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 23 Agustus 2014
Nilai : (A)

**Panitia Penguji Skripsi,
Ketua Majelis Penguji**


Joseph Dedy Irawan, ST., MT.

NIP. 197404162005011002

Dosen Penguji I



Febriana Santi Wahyuni, S.Kom., M.Kom
NIP. P. 1031000425

Dosen Penguji II



Nurlaily Vendvansyah, ST

FORMULIR PERBAIKAN SKRIPSI

Dalam pelaksanaan ujian skripsi jenjang Strata Satu (S-1) Program Studi Teknik Informatika, perlu adanya perbaikan skripsi untuk mahasiswa:

Nama : Rismawati Andi Idrus
NIM : 10.18.037
Program Studi : Teknik Informatika S-1
Judul : Penerapan Cross Selling Customer Relationship Management Pada Toko Online Anris Store

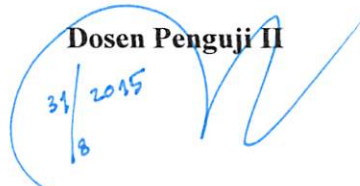
No.	Penguji	Tanggal	Uraian	Paraf
1	Penguji I	23 Agustus 2014	-	
2	Penguji II	23 Agustus 2014	<ul style="list-style-type: none">- Abstrak- Laporan menggunakan penulisan resmi- Pengujian : Lampirkan keterangan	

Dosen Penguji I



Febriana Santi Wahyuni, S.Kom., M.Kom
NIP. P. 1031000425

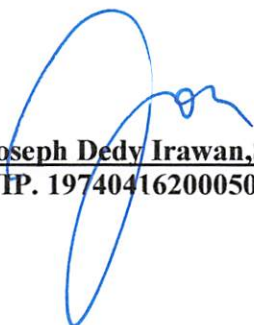
Dosen Penguji II



Nurlaily Vendyansyah, ST

Mengetahui

Dosen Pembimbing I



Joseph Dedy Irawan, ST., MT
NIP. 197404162000502102

Dosen Pembimbing II



Sandy Nataly Mantja, S.Kom
NIP.P. 1031000418

LEMBAR PEMANTAUAN SEMINAR PROGRES SKRIPSI

: Rismanawati Andri I
: 1018037
al : 10/6/2014

l Skripsi :
enerapan Cross selling CRM pada toko online
oris shop.

n / Komentar :

lengkapi design tampilan
Database segera dikerjakan. Urena menjadi
online.
Segera tentukan programing (connect aplikasi
dan data base) , cross selling

getahui,
ram Studi T.Informatika
Ketua

Pembimbing 1

Pembimbing 2

oh Dedy Irawan, ST.MT
19740416 200501 1 002

(.....)

(PANDY RIZALY)



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA S-1

No	Nama Mahasiswa : <u>PISMAWATI AMO IDRUF</u>		Nim <u>1018037</u>
1	Keterangan	Tanggal <u>7-A-14</u>	Waktu
2	Pelaksanaan		Tempat
			Ruang
	Spesifikasi Judul (berilah tanda silang)**)		
3	a. Jaringan komputer b. Multimedia c. Basis data d. Pemrograman & RPL e. <input checked="" type="checkbox"/> Lainnya <u>CRM</u>		
4	Judul proposal yang diseminarkan mahasiswa	<u>PENERAPAN CROSS SECTOR CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE INDI STORE</u>	
5	Perubahan judul yang diusulkan oleh kelompok dosen keahlian		
6	Catatan :		
	Catatan :		
	Persetujuan judul skripsi		
7	Disetujui, Dosen keahlian I <u>FEBRIANA S.W</u>	Disetujui, Dosen keahlian II <u>MURLAILY</u>	Disetujui, Dosen keahlian III
	Mengetahui, Ketua Prodi T.Informatika <u>Joseph Dedy Irawan. ST.MT</u> NIP. 19740416 200501 1 002	Moderator I <u>Dedy Ratmy</u>	Moderator II



FORMULIR PERBAIKAN SEMINAR JUDUL

Dalam pelaksanaan Seminar Judul Jenjang Strata 1 Jurusan Teknik Informatika, maka perlu adanya perbaikan untuk mahasiswa :

Nama : RISMAWATI ANDI IDRUS
NIM : 1018037
Perbaikan Meliputi : _____

⊙ Untuk kriteria cross selling gunakan berdasarkan history pembelian dr customer yg bersangkutan.

Malang, 7-4-2014

(FEBRIANA S.W)



FORMULIR PERBAIKAN SEMINAR JUDUL

Dalam pelaksanaan Seminar Judul Jenjang Strata 1 Jurusan Teknik Informatika, maka perlu adanya perbaikan untuk mahasiswa :

Nama : RISMAWATI ANDI IDRUS
NIM : 10.18.037
Perbaikan Meliputi : _____

1. Flowchart Cross Selling

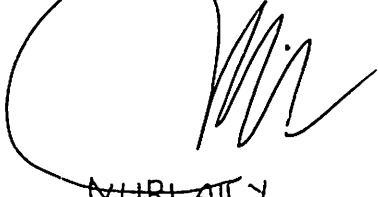
2. Perbaiki Flowchart Aplikasi

4. Pustaka dan Citasi

3. Filter dan kriteria masukan di Bab 1.

5. Profil Anvis stove







Malang, 7 APRIL 2014


(MURLATI)

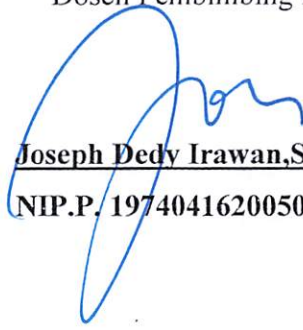


FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rismawati Andi Idrus
NIM : 10.18.037
Masa Bimbingan : 21 April 2014 s/d 21 September 2014
Judul : Penerapan Cross Selling Customer Relationship Management
Pada Toko Online ANRIS STORE

No.	TANGGAL	URAIAN	PARAF
1	21 Mei 2014	Cek Bab I, Bab II dan III	
2	22 Mei 2014	Revisi laporan Bab I, Bab II dan Bab III	
3	05 Juni 2014	Konsultasi dan demo program	
4	23 Juli 2014	Revisi laporan Bab IV dan Bab V	
5	06 Agustus 2014	Makalah seminar hasil fix	
6	19 Agustus 2014	Laporan fix	
7			
8			
9			
10			

Malang, Agustus 2014
Dosen Pembimbing I


Joseph Dedy Irawan, ST, MT
NIP.P. 197404162005031002



FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rismawati Andi Idru
NIM : 10.18.037
Masa Bimbingan : 21 Oktober 2013 s/d 21 Maret 2014
Judul : Penerapan Cross Selling Customer Relationship Management
Pada Toko Online ANRIS STORE

No.	TANGGAL	URAIAN	PARAF
1	26 Mei 2014	Cek Bab I, Bab II, Bab III	
2	28 Mei 2014	Revisi Laporan Bab I, Bab II, dan Bab III	
3	08 Juni 2014	Konsultasi dan demo Program web	
4	06 Agustus 2014	Revisi makalah seminar Hasil	
5	07 Agustus 2014	Makalah seminar Fix	
6	20 Agustus 2014	Cek Laporan Skripsi (persiapan kompre).	
7			
8			
9			
10			

Malang, Agustus 2014
Dosen Pembimbing II

Sandy Nataly Matja, S.Kom
NIP.P.1030800418

Malang, 21 April 2014

Lampiran : 1 (Satu) berkas
Perihal : Kesiadaan sebagai Pembimbing Skripsi

Kepada : Yth. Bpk/Ibu **Joseph Dedy Irawan, ST, MT**
Dosen Pembina Prodi Teknik Informatika S-1
Institut Teknologi Nasional
MALANG

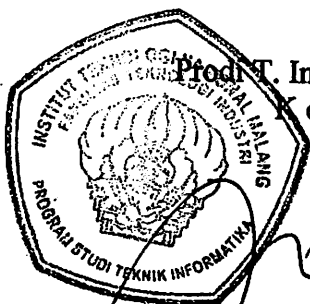
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RISMAWATI ANDI IDRUS
Nim : 1018037
Prodi : Teknik Informatika S-1

Dengan ini mengajukan permohonan, kiranya Bapak/Ibu bersedia menjadi Dosen Pembimbing Utama / ~~Pendamping *~~, untuk penyusunan Skripsi dengan judul (Proposal Terlampir) :

Penerapan Cross Selling Customer Relationship Menagemen pada Toko Online Anris Store

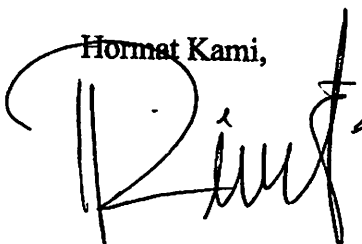
Adapun tugas tersebut sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Akhir Sarjana Teknik. Demikian permohonan kami dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.



Prodi T. Informatika S-1
Ketua,

Joseph Dedy Irawan, ST., MT.
NIP : 197404162005021002

Hormat Kami,


RISMAWATI ANDI IDRUS

Form S-3a

PERNYATAAN KESEDIAAN DALAM PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Sesuai permohonan dari mahasiswa/i :

Nama : RISMAWATI ANDI IDRUS

Nim : 1018037

Program Studi : Teknik Informatika

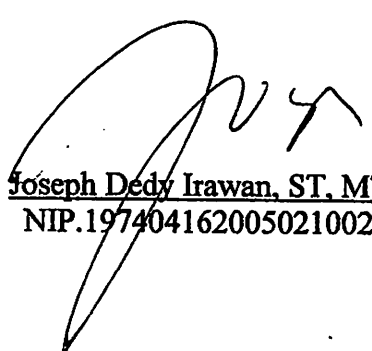
Dengan ini menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~*) membimbing skripsi dari mahasiswa tersebut dengan judul :

Penerapan Cross Selling Customer Relationship Menagemen pada Toko Online Anris Store

Demikian Surat Pernyataan ini kami buat agar dipergunakan seperlunya.

Malang, 28 April 2014

Hormat Kami,


Joseph Dedy Irawan, ST, MT
NIP.197404162005021002

Catatan :
Setelah disetujui agar formulir ini diserahkan mahasiswa/i
yg bersangkutan kepada Jurusan untuk diproses lebih lanjut
*) coret yang tidak perlu

Form S-3b

Malang, 21 April 2014

Lampiran : 1(Satu) berkas
Perihal : Kesiadaan sebagai Pembimbing Skripsi

Kepada : Yth. Bpk/Ibu Sandy Nataly Mantja, S.Kom
Dosen Pembina Prodi Teknik Informatika S-1
Institut Teknologi Nasional
MALANG

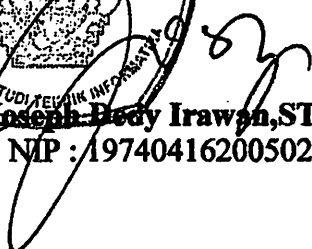
Yang bertanda tangan dibawah ini:

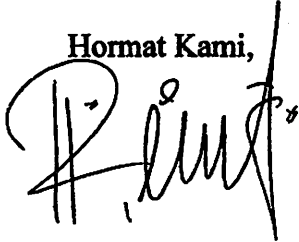
Nama : RISMAWATI ANDI IDRUS
Nim : 1018037
Prodi : Teknik Informatika S-1

Dengan ini mengajukan permohonan, kiranya Bapak/Ibu bersedia menjadi Dosen Pembimbing Utama / Pendamping *), untuk penyusunan Skripsi dengan judul (Proposal Terlampir) :

Penerapan Cross Selling Customer-Relationship Menagemen pada Toko Online Anris Store

Adapun tugas tersebut sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Akhir Sarjana Teknik. Demikian permohonan kami dan atas kesiadaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Prodi T. Informatika S-1
Ketua,

Joseph Hedy Irawan, ST., MT.
NIP : 197404162005021002

Hormat Kami,

RISMAWATI ANDI IDRUS

Form S-3a

ANGKET SKRIPSI

JUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : PUTRIYANI B.
ALAMAT : Jl. Sukarno Hatta .
PEKERJAAN : Mahasiswa

Tanda Tangan



- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju


- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

TUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : *Mikito PRADANA*
ALAMAT :
PEKERJAAN :

Tanda Tangan



- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

JUDUL :PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : Fafa setia Kusuma
ALAMAT :
PEKERJAAN :

Tanda Tangan



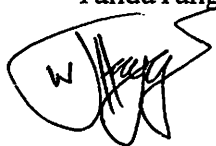
- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

TUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : Thio Wanggal. S
ALAMAT : Malang
PEKERJAAN : Mahasiswa.

Tanda Tangan


- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju

- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

JUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : BUDI WIBOWO
ALAMAT : MODJERED
PEKERJAAN : SWASTA

Tanda Tangan



- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?

- a) Sangat Setuju
- b) Setuju
- c) Kurang Setuju
- d) Tidak Setuju

7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?

- a) Sangat Setuju
- b) Setuju
- c) Kurang Setuju
- d) Tidak Setuju


8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?

- a) Sangat Setuju
- b) Setuju
- c) Kurang Setuju
- d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

TUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : Wisnu septa bambang wardana
ALAMAT : Tlogomas
PEKERJAAN : Mahasiswa

TandaTangan


- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju

- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

JUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : TRYO WAHYUDI C.K

ALAMAT : PAMEKASAN

PEKERJAAN : MAHASISWA

TandaTangan



- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

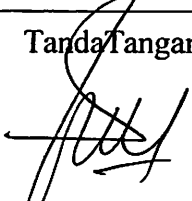
- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

JUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : Aduyata Anggrahani
ALAMAT : Jl. Batu Bara 78 B Malang.
PEKERJAAN : Mahasiswa

Tanda Tangan



- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 a) Sangat Setuju
 b) Setuju
 c) Kurang Setuju
 d) Tidak Setuju

- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

JUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : Nurhayana Oktaria
ALAMAT : Belakang Kampus 3 UMM
PEKERJAAN : Mahasiswa

Tanda Tangan



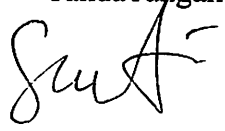
- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

ANGKET SKRIPSI

JUDUL : PENERAPAN CROSS SELLING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO ONLINE ANRIS STORE

NAMA RESPONDEN : Santhi
ALAMAT : Jl. Candi Pangsung
PEKERJAAN : Mahasiswa

Tanda Tangan


- 1) Apakah penerapan Cross Selling pada Web ANRIS STORE menarik minat pelanggan untuk selalu ingin berbelanja online di ANRIS STORE ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 2) Apakah menurut anda penerapan Cross Selling pada online shop ANRIS STORE memberikan kemudahan dan solusi untuk menemukan produk lainnya yang sesuai ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 3) Apakah menurut anda produk yang ditawarkan sangat beraneka ragam dan spesifik ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 4) Apakah menurut anda online shop ANRIS STORE memberikan keamanan dan kemudahan saat transaksi pembayaran ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 5) Apakah Website ANRIS STORE sangat memudahkan dalam berbelanja dan mencari kebutuhan ?
 - a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju

- 6) Apakah berbelanja pada online shop ANRIS STORE memberikan kepuasan terhadap pelanggan ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 7) Apakah ANRIS STORE merupakan tempat yang nyaman dan mudah untuk berbelanja online ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju
- 8) Apakah ANROS STORE merupakan tempat yang tepat untuk menemukan kebutuhan fashion ?
- a) Sangat Setuju
 - b) Setuju
 - c) Kurang Setuju
 - d) Tidak Setuju