

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT KETERANGAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Induktif	8
2.2 Kajian Deduktif	15
2.2.1 <i>Customer Relationship Management</i>	15
2.2.2 <i>Knowledge Management</i>	19
2.2.3 Clustering.....	22

2.2.4	Metode <i>Subtractive Clustering</i>	23
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1	Identifikasi Masalah	27
3.2	Perumusan Masalah	27
3.3	Kajian Literatur	27
3.4	Pengumpulan data	28
3.5	Pengolahan data	29
3.6	Pembahasan.....	32
3.7	Kesimpulan dan saran	32
BAB IV	33
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	33
4.1	Pengumpulan Data	33
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.2	Sejarah, Visi dan Misi Perusahaan	33
4.1.3	Struktur Organisasi	34
4.1.4	Data History Penjualan	35
4.2	Pengolahan Data.....	37
4.2.1.	Tahap <i>Knowledge Management</i>	37
4.2.2.	Tahap <i>Clustering</i> dengan menggunakan <i>Subtractive Clustering</i>	42
4.2.3.	Menentukan profil produk.....	46
BAB V. PEMBAHASAN	51
5.1	Formulasi Strategi Pemasaran Sesuai dengan Profil Produk	51
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	57
6.1	Kesimpulan	57
6.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Posisi Penelitian.....	13
Tabel 3. 1 Teknik Pengumpulan Data	27
Tabel 4. 1 Data History Penjualan	36
Tabel 4. 2 Data Transformasi History Penjualan.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tipe Program CRM.....	18
Gambar 2. 2 4 Pola Dasar Penciptaan KM	20
Gambar 3. 1 Flowchart Alur Penelitian	26