

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Hasil Penelitian	11
F. Kajian Pustaka	13
G. Definisi Operasional	14
H. Metode Penelitian	15
I. Sistematika Pembahasan	19
BAB II PERANAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN	22

A. Peranan	21
B. Sistem Informasi Pemasaran	24
C. Pengambilan Keputusan	33
BAB III SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN BAGI MANAJER PADA PT BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG SURABAYA	44
A. Gambaran Umum PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya	44
B. Struktur Organisasi dan Diskripsi Tugas PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya	48
C. Peranan Sistem Informasi Pemasaran di BNI Syariah	51
D. Sistem Informasi Pemasaran di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya	53
1. Subsystem Input Sistem Informasi Pemasaran	54
2. Subsystem Database Sistem Informasi Pemasaran	64
3. Subsystem Output Sistem Informasi Pemasaran	66
E. Proses Pengambilan Keputusan di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya	73
BAB IV ANALISIS	75
A. Analisis Implementasi Sistem Informasi Pemasaran	75
B. Analisis Peranan Sistem Informasi Pemasaran Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan	83
BAB V PENUTUP	85
A. KESIMPULAN	85
B. SARAN	87
DAFTAR PUSTAKA	89

LAMPIRAN	91
----------------	----