

## **Analisis *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM) Pada Website [www.gigibandofficial.com](http://www.gigibandofficial.com)**

*Fajar Ramadhan<sup>a</sup>, Ratih Hurriyati<sup>b</sup>, Puspo Dewi Dirgantari<sup>c</sup>.*

<sup>a</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, Sekolah Pasca Sarjana, Jurusan Manajemen. Indonesia. Email: [fajar.ramadhan@upi.edu](mailto:fajar.ramadhan@upi.edu)

<sup>b</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, Sekolah Pasca Sarjana, Jurusan Manajemen. Indonesia. Email: [rhurriyati@upi.edu](mailto:rhurriyati@upi.edu)

<sup>c</sup> Universitas Pendidikan Indonesia, Sekolah Pasca Sarjana, Jurusan Manajemen. Indonesia. Email: [puspodewi@upi.edu](mailto:puspodewi@upi.edu)

---

### **ABSTRAK**

**Tujuan penelitian** – Menganalisa sistem pelayanan penggemar pada grup band GIGI melalui *website* mereka seperti data service, data produk, dan data pelanggan dan Mengembangkan aplikasi *E-CRM* pada grup band GIGI.

**Desain/Methodologi/Pendekatan** – Metode penelitian ini dilakukan dengan dua acara, yaitu Pengamatan Langsung (*Observation*) dan Analisis Dokumen (*Document Analysis*).

**Temuan** – Penelitian ini menghasilkan sebuah aplikasi sistem *E-CRM* yang bisa mempermudah grup band GIGI dalam melakukan pelayanan terhadap peenggemarnya secara maksimal.

**Keterbatasan penelitian** – Keterbatasan dari penelitian ini dalam hal focus pembahasan adalah terpaku hanya pada satu website dengan tidak menbandingkan dengan website sejenis,

**Originality/value** – *Website* grup band GIGI menggunakan tiga tahap yang bertujuan untuk mendapatkan penggemar baru, meningkatkan hubungan dengan penggemar yang sudah ada, dan mempertahankan peenggemar.

**Keywords:** E-CRM, Pengembangan E-CRM, Website, GIGI Band.

---

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan e-commerce di Indonesia sedang berada di titik kreatifitas yang tinggi. Pengembangan e-commerce industri, tidak akan terlepas dari perkembangan internet. Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di Jakarta 2018 melaporkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta orang dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta orang ([www.APJII.or.id](http://www.APJII.or.id)).

Digitalisasi dunia musik dewasa ini semakin pesat. Industri 4.0 telah merubah paradigma orang untuk menikmati karya music. Digital Platform menjadi tren yang digunakan oleh orang-orang untuk menikmati berbagai karya music. Hal itulah yang akhirnya juga merubah pola hubungan antara pemusik dan penikmat music. *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM), termasuk pendekatan yang berorientasi pelanggan dan dapat digunakan sebagai sebuah strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif di industri musik. Komunikasi dengan pelanggan sangat penting untuk industri musik dan dengan aplikasi yang disediakan oleh pihak ketiga yang memberikan peluang mengadopsi konsep ini untuk mengubah ekonomi industri musik dan kebutuhan pelanggan baru. Di industri musik, terutama label rekaman besar dan manajer musik yang bekerja dengan artis musik, sudah harus menggunakan *Electronic Customer Relationship Management*. Berbagi musik *online* adalah subjek dari banyak publikasi karya musik, tetapi kebanyakan dari mereka berfokus pada aktivitas hukum dan persepsi konsumen tersebut, dan bukan sebagai alat *E-CRM*.

Grup Band GIGI sebagai grup band yang telah berdiri sejak 22 Maret 1994, telah malang melintang di dunia music Indonesia. Berbagai perubahan dalam industry music telah dilalui dengan sangat baik hingga bisa berdiri selama 25 Tahun. Penggemar grup band ini tentunya banyak sekali

Grup band yang telah menelurkan kurang lebih 24 album ini tentunya harus mempunyai pola pengelolaan penggemar yang baik. Karena apabila tidak dikelola dengan baik, maka karya mereka tidak akan laku dipasaran dan menurunkan kepuasan serta loyalitas penggemar. *Website* yang tersedia sekarang sudah bagus, namun perlu ada perbaikan yang mengikuti trend dan kebutuhan saat ini. Dengan menganalisis sistem *E-CRM* yang sudah ada di *website* grup band GIGI, peneliti berharap dapat menjadi solusi yang tepat bagi grup band GIGI untuk menciptakan keunggulan pelayanan dibandingkan dengan para pesaingnya melalui *website* yang bagus.

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana *website* yang sedang berjalan pada grup band GIGI?
2. Bagaimana mengembangkan aplikasi *E-CRM* pada grup band GIGI?

### **Tujuan**

Adapun yang menjadi tujuan penulis dalam melakukan penelitian adalah:

1. Menganalisa sistem pelayanan penggemar pada grup band GIGI melalui *website* mereka seperti data service, data produk, dan data pelanggan.
2. Mengembangkan aplikasi *E-CRM* pada grup band GIGI.

### **Manfaat**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah:

1. Bagi Penggemar
  - a. Memberikan perhatian lebih kepada penggemar seperti ucapan selamat bergabung melalui *registrasi* dan verifikasi setiap fitur melalui *email* sehingga penggemar merasa diperhatikan dan tetap menjadi pelanggan setia.
  - b. Meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang disediakan oleh *website* grup band GIGI.
  - c. Penggemar dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan ataupun yang diinginkan dari mana saja.
2. Bagi grup band GIGI
  - a. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan masalah yang sering di hadapi oleh penggemar
  - b. Menjaga penggemar yang sudah ada agar merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan grup band GIGI sehingga mereka tetap kembali untuk mendapatkan produk atau jasa dari grup band GIGI.
  - c. Agar penggemar yang merasa puas tersebut dapat merekomendasi grup band GIGI kepada penikmat music lainnya.
3. Bagi Penulis.

Dapat mengetahui permasalahan pelayanan pelanggan yang sedang berjalan di grup band GIGI.

## **KAJIAN PUSTAKA/LITERATURE REVIEW**

### **Teori pertama**

Menurut Francis Buttle (2007:55), CRM adalah suatu strategi bisnis inti yang memadukan proses dan fungsi internal, jaringan eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Turban, Leidner, McLean, dan Wetherbe (2008:330), *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan usaha perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan yang berharga.

## **Teori kedua**

Menurut Turban, efrain, Dorothy Leidner, Ephraim Mclean, James Wetherbe (2008: 331) *e-CRM* merupakan penggunaan dari Web browsers, internet, dan berbagai titik temu elektronik (*electronic touchpoint*) untuk mengatur hubungan dengan pelanggan. Dengan kata lain, *e-CRM* merupakan pengaturan hubungan dengan pelanggan yang dilakukan secara elektronik. Menurut Chaffey (2009:486) *e-CRM* memiliki definisi penggunaan teknologi komunikasi digital untuk memaksimalkan bisnis perusahaan pada pelanggan dan mendorong penggunaan *online service*. Masih menurut Chaffey (2009: 486) yang dikutip dari Chaffer dan Smith (2008) mendefinisikan tentang *e-CRM*, *e-CRM* tidak dapat dipisahkan dari *CRM*, ini mengharuskan untuk selalu terintegrasi dan selalu tersambung. Bagaimanapun, banyak organisasi yang memiliki spesifikasi baik tentang *e-CRM* atau karyawan yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap *e-CRM*. Baik *CRM* atau *e-CRM*, keduanya bukan hanya tentang teknologi dan database, bukan hanya tentang proses atau hanya tentang melakukan sesuatu, tapi tentang bagaimana memenuhi tuntutan, kebutuhan, dan keinginan dari pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Pengumpulan Data**

Berdasarkan pembahasan diatas, maka tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut :

a. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian landasan-landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku dan *E-CRM*, *Use Case*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, PHP, MySQL, dan *Dreamweaver CS5* untuk melengkapi pembendaharaan konsep dan teori, sehingga memiliki landasan dan keilmuan yang baik dan sesuai.

b. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode analisis website yang sudah tersedia. Menganalisa kelebihan dan kekurangan dalam website

c. Pengembangan Sistem

Pada tahap ini dilakukan pengembangan sistem dengan menggunakan model air terjun (*waterfall*). Data-data dan informasi mengenai fitur-fitur pada sistem yang telah dibangun, dimasukkan ke dalam *database* melalui *form* input dan proses pemesanan karya music ataupun booking untuk konser berbasis *Website*.

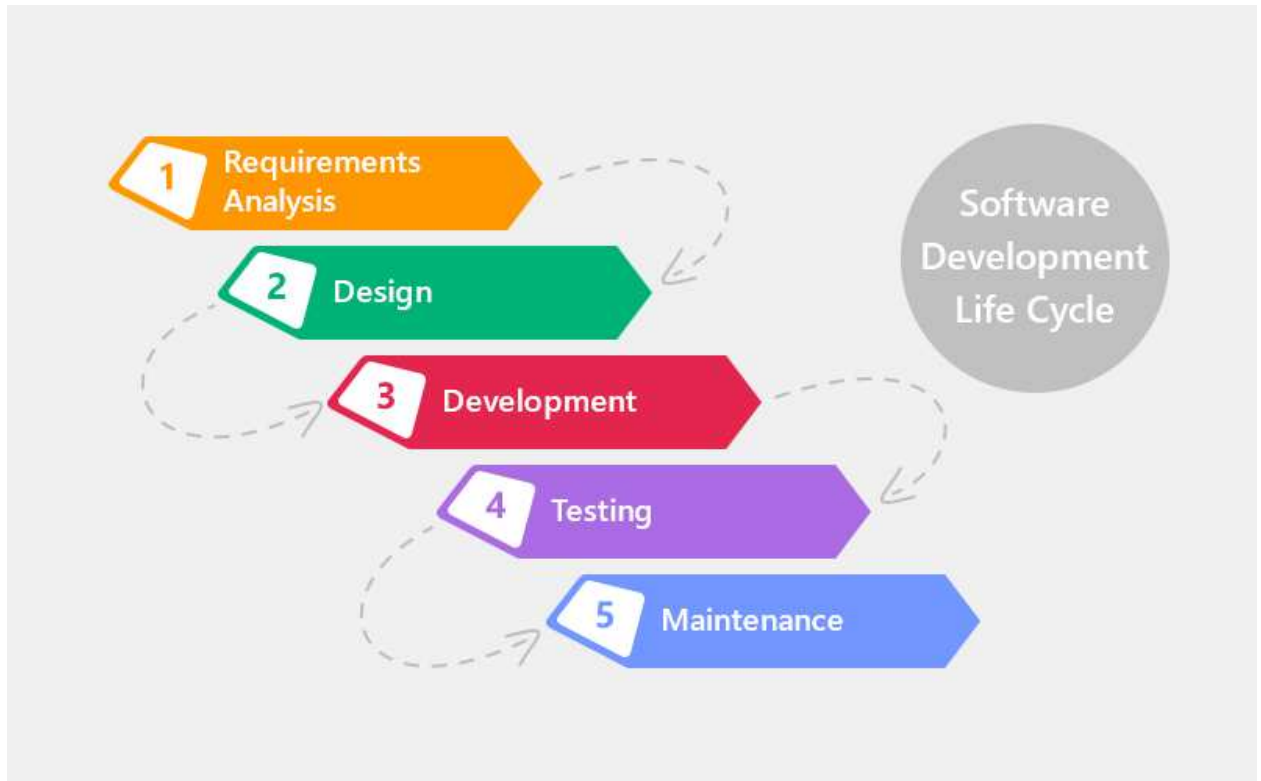
### **Metode Pengumpulan Data**

a. Pengamatan Langsung (*Observation*), yaitu mengadakan pengamatan langsung di manajemen Grup Band GIGI, dengan cara ini penulis dapat melihat cara kerja sistem pelayanan penggemar yang sedang berjalan.

b. Analisis Dokumen (*Document Analysis*), pada tahap ini dokumen-dokumen yang ada dipelajari untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dokumen tersebut meliputi laporan tentang pelayanan penggemar, pemesanan karya musik, schedule manggung tiap bulan, artikel yang didapat melalui internet serta dokumen-dokumen yang didapat dari tempat penulis melakukan penelitian.

### **Metode Pengembangan Sistem**

Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem ini adalah model *waterfall* (air terjun). Penulis menggunakan model *waterfall* dikarenakan pengaplikasiannya mudah dan sistematis. Adapun model *waterfall* yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Waterfall

Adapun penjelasan dari metode pengembangan sistem dengan model *waterfall* ini adalah sebagai berikut:

1. Analisa Kebutuhan  
Pada tahap ini dilakukan identifikasi kebutuhan dari sistem yang akan dibuat/dikembangkan seperti sifat dari sistem yang dibangun, tingkah laku sistem terhadap suatu input tertentu.
2. Desain Sistem  
Pada tahap ini dilakukan perancangan data, antar muka (*interface*) dan model sistem dengan menggunakan *Use Case Diagram*. Untuk memodelkan proses secara keseluruhan dengan menggunakan *Activity diagram*, sedangkan untuk merancang prosedur dari sistem menggunakan *flowchart*.
3. Implementasi dan Pengujian Unit  
Pada tahap ini sistem yang telah dirancang, diimplementasikan dengan menggunakan program bantu yaitu PHP dan MySQL, kemudian dilakukan pengujian terhadap tiap-tiap unit atau modul yang telah dibuat.
4. Pengujian Sistem  
Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap sistem yang telah dibuat, untuk mengetahui apakah sistem yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan.
5. *Maintenance*  
Pada tahap ini dilakukan pemeliharaan *software* seperti melakukan perbaikan-perbaikan terhadap sistem yang berjalan atau menambahkan fungsi tambahan sesuai dengan keinginan *user*.

Pada penelitian ini, peneliti hanya melakukan proses pengembangan sistem sampai pada tahap keempat yaitu tahap pengujian sistem.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis Sistem Yang Berjalan

Proses analisis sistem dalam pengembangan sistem informasi merupakan suatu tahap penting, karena pada tahap ini akan dilakukan pendefinisian masalah dan penyusunan alternatif pemecahan masalah serta memuat spesifikasi dari sistem yang akan dikembangkan. Langkah ini diperlukan guna mengetahui kelemahan sistem yang sedang berjalan. Sistem yang sedang berjalan pada *website* Grup Band GIGI antara lain:

1. Mendapatkan Penggemar  
Grup Band GIGI melakukan registrasi penggemar melalui fitur “GIGIKITA” di *website* sempat terjadi perubahan manajemen di grup band GIGI, sehingga jumlah penggemar harus di data ulang.
2. Meningkatkan hubungan dengan penggemar  
Grup Band GIGI memberikan layanan meet & great bagi penggemar yang melakukan *pre-order* album terbaru dan juga discount ticket pertunjukan bagi member gigikita serta akses khusus ke beberapa acara pertunjukkan GIGI, baik *on air* maupun *off air*.
3. Mempertahankan pelanggan  
Grup Band GIGI memberikan layanan *booking online* bagi penggemar ataupun *Event Organizer* yang ingin mengundang GIGI melalui fitur *booking* dan juga mengecek jadwal yang sudah terisi serta jadwal yang masih *available*.

Sehingga ditemukan beberapa kekurangan atau kelemahan dalam sistem yang sedang berjalan pada *website* grup band GIGI diantaranya yaitu :

1. Adanya perubahan dalam manajemen GIGI berimbas pula dalam pengelolaan penggemar GIGI. Koordinator GIGIKITA yang tadinya berasal dari fans diganti dengan orang dalam manajemen dan ada instruksi untuk registrasi ulang karena perubahan tersebut.
2. Di dalam *website* tidak adanya *link* untuk mengunduh karya GIGI yang legal, sehingga penggemar harus menggunakan situs *platform digital music* yang tersedia di internet.
3. Tidak adanya fitur *live chat* dengan manajemen atau personil GIGI di *website* sehingga penggemar tidak disediakan ruang untuk berinteraksi, baik dengan manajemen dan personil GIGI maupun dengan sesama penggemar.

Berdasarkan analisis permasalahan yang terjadi, peneliti ingin mengembangkan sistem E-CRM di *website* GIGI, dimana sistem ini memberikan solusi kepada grup band GIGI, yaitu:

1. Penunjukkan kembali Koordinator GIGIkita dari lingkungan internal fans bukan internal manajemen agar terjalin hubungan emosional yang lebih era tantara fans dan idola. Memunculkan data fans (nama, jumlah, gender, asal daerah dll) di *website* agar memudahkan fans untuk saling mengenal dan berinteraksi langsung.
2. Tampilkan fitur *link download* legal untuk karya-karya GIGI agar memudahkan penggemar untuk menikmati hasil karya GIGI.
3. Sediakan fitur *live chat* agar penggemar bisa berinteraksi, baik dengan manajemen dan personil GIGI maupun dengan sesama penggemar. *Live chat* juga bisa menjadi wahana diskusi tentang karya-karya GIGI maupun aksi panggung, sehingga bisa menjadi masukan untuk manajemen dan GIGI.

#### Analisis Kebutuhan Perangkat Lunak

Setelah melakukan analisis terhadap sistem yang sedang berjalan, maka ditemukan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan dapat terpenuhi oleh sistem yang baru. Kebutuhan-kebutuhan ini disesuaikan dengan tahapan *E-CRM*, antara lain:

1. Tahap 1, mendapatkan penggemar baru (*acquire*)  
Untuk mendapatkan penggemar yang baru grup band GIGI dengan menggunakan sistem *E-CRM* yaitu dengan memberikan informasi karya-karya GIGI secara detail kepada

penggemar di *website*, menanyakan pertanyaan atau memberikan saran/kritik sehingga grup band GIGI mendapatkan tambahan penggemar baru.

2. Tahap 2, meningkatkan hubungan dengan penggemar yang telah ada (*enhance*)  
Untuk meningkatkan hubungan dengan penggemar yang telah ada, grup band GIGI harus memberikan pelayanan yang maksimal, seperti memberikan kuis-kuis berhadiah *merchandise original*, *backstage tour*, lomba cover lagu, menanggapi saran dan kritik dari pelanggan serta menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan.
3. Tahap 3, mempertahankan penggemar (*retain*)  
Dalam mempertahankan penggemar, grup band GIGI harus lebih sering melakukan *meet & greet* bagi penggemar yang melakukan *pre-order* album terbaru dan juga *discount ticket* pertunjukan bagi member *gigikita* serta akses khusus ke beberapa acara pertunjukan GIGI, baik *on air* maupun *off air*.

Dengan adanya sistem yang telah dibangun dapat digunakan penggemar yang disesuaikan dengan tahapan *E-CRM*, antara lain:

1. Tahap 1, mendapatkan pelanggan baru (*acquire*)
  - a. Sistem dapat melakukan registrasi penggemar baru
  - b. Sistem mampu memberikan informasi karya-karya GIGI secara detail dan menarik
  - c. Sistem menyediakan profil dari penggemar (nama, asal daerah, gender dll)
2. Tahap 2, meningkatkan hubungan dengan penggemar yang telah ada (*enhance*)
  - a. Sistem dapat memberikan kuis-kuis berhadiah *merchandise original*, *backstage tour*, lomba cover lagu dll.
  - b. Sistem dapat digunakan untuk membalas dan membalas forum untuk interaksi antara penggemar dan personil atau antar sesama penggemar.
3. Tahap 3, mempertahankan penggemar (*retain*)
  - a. Sistem dapat memberikan layanan *booking online* bagi penggemar ataupun *Event Organizer* yang ingin mengundang GIGI melalui fitur *booking* dan juga mengecek jadwal yang sudah terisi serta jadwal yang masih *available*.

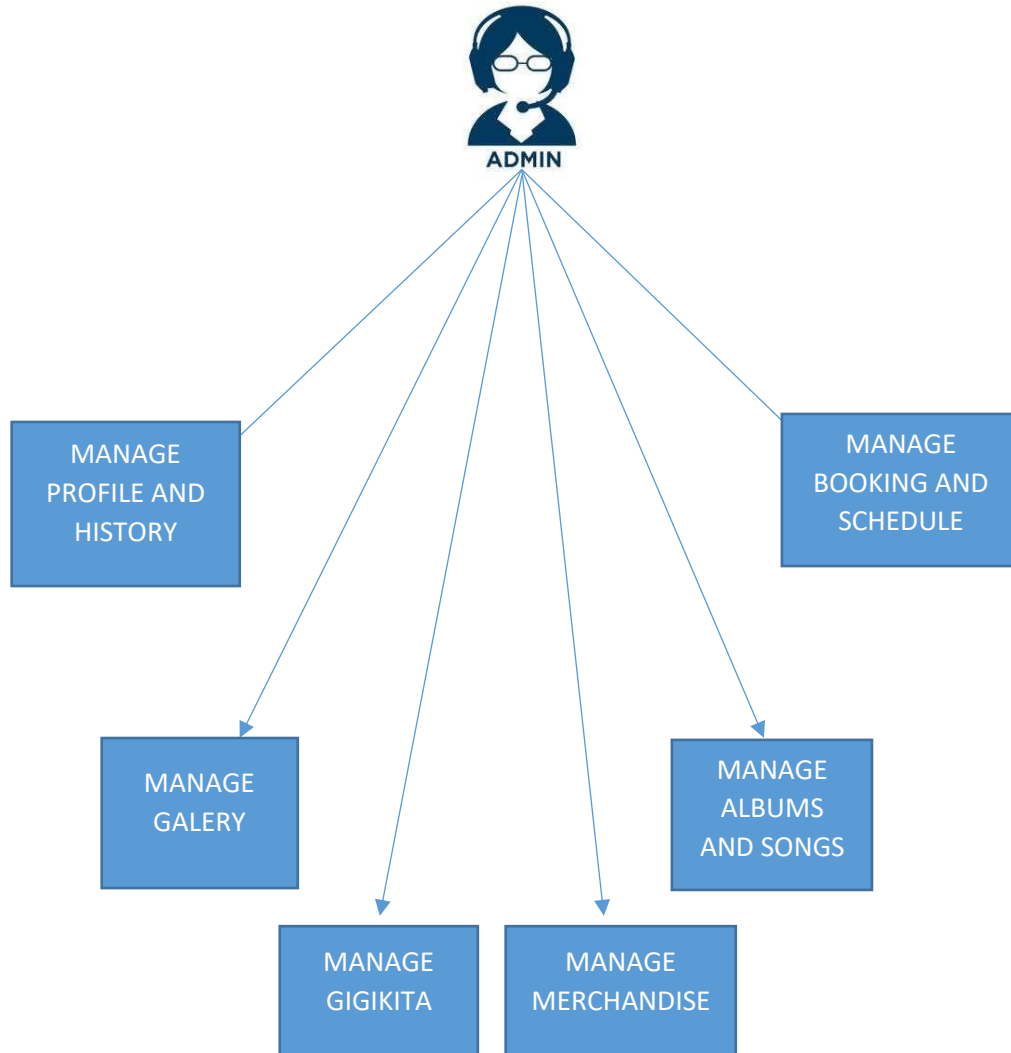
## Pembahasan

### Analisis Proses Sistem

#### 1. Use Case Diagram Admin

Berikut ini adalah Use Case Diagram yang dibuat untuk menggambarkan sistem baru:

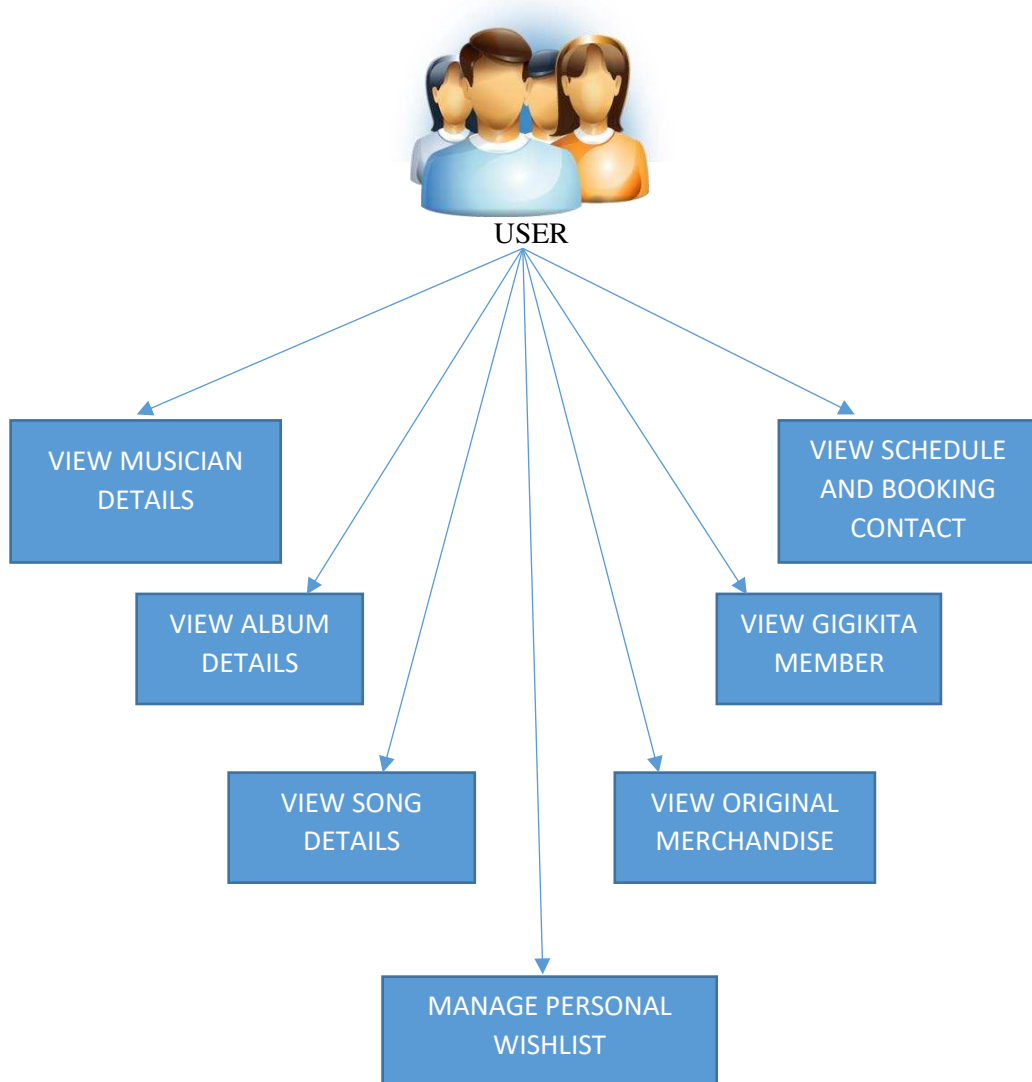
Sistem E-CRM pada website [www.gigibandofficial.com](http://www.gigibandofficial.com)



# GIGI

Gambar 2. Use Case Diagram Admin

2. *Use Case Diagram Guest dan Penggemar.*  
Sistem E-CRM pada website [www.gigibandofficial.com](http://www.gigibandofficial.com)



Gambar 3. *Use Case Diagram Guest dan Penggemar*



### Analisis Output

Analisis *output* menjelaskan *output* yang akan dihasilkan oleh perangkat lunak terhadap sistem. Dimana *output* yang dihasilkan oleh *website* grup band GIGI pada saat ini yang dapat dilihat di bawah ini :

1. **Profil Grup Band GIGI**

Pada sistem yang dibuat akan menampilkan profil dari grup band GIGI. Menginformasikan bagaimana cara menghubungi manajemen, sejarah dari GIGI, dan karya-karya dari grup band GIGI

2. **Jenis karya GIGI**

Pada sistem yang dibuat akan menginformasikan karya-karya GIGI dan harga jualnya.

3. **Berita / News**

Berita / *News* pada sistem akan menampilkan isi event-event apa saja yang akan diikuti grup band GIGI, produk terbaru, promosi-promosi.

4. **Forum Komunikasi**

Sistem juga akan menampilkan komunikasi antara admin dengan penggemar atau penggemar dengan penggemar melalui forum. Sehingga informasi mudah diperoleh lewat forum komunikasi ini.

### Analisis Input

Analisis input menjelaskan input yang akan dihasilkan oleh perangkat lunak terhadap sistem. Dimana input yang dihasilkan oleh *website* grup band GIGI pada saat ini yang dapat dilihat di bawah ini:

1. **Berita / News**

Berita / *News* pada sistem akan diinputkan oleh seorang admin. Dengan mengisikan event-event apa saja yang akan diikuti oleh grup band GIGI, promosi-promosi, dan berita seputar grup band GIGI.

2. **Data Pelanggan**

Data pelanggan yang diinputkan ke dalam sistem berupa data-data dari pada pelanggan.

3. **Data Kategori karya GIGI**

Disini data akan diinputkan ke dalam sistem oleh seorang admin yang akan menampilkan kategori karya GIGI.

4. **Login dan Register**

Login akan diinputkan oleh penggemar dan seorang admin untuk masuk pada halaman selanjutnya. Dengan berdasarkan *username dan password*. Register akan diinputkan oleh penggemar dengan berdasarkan data diri dari penggemar tersebut.

### Analisis Hasil yang dicapai oleh Sistem

Adapun analisis hasil yang dicapai oleh sistem yang telah dibangun untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada *website* grup band GIGI adalah sebagai berikut :

1. Sistem *E-CRM* yang dirancang dapat memudahkan penggemar untuk melihat informasi karya-karya GIGI yang ditawarkan, registrasi menjadi penggemar, dan dapat melihat diskografi, *event-event*, aksi panggung dll.
2. Sistem yang dirancang juga memudahkan penggemar atau event organizer untuk membooking GIGI agar tampil dipertunjukkan mereka serta dapat melihat ketersediaan tanggal yang masih kosong atau *available*.
3. Sistem yang dirancang juga memberikan kemudahan kepada penggemar dan admin untuk dapat berinteraksi melalui internet dengan menggunakan fitur forum.

Adapun kelebihan dari sistem baru ini adalah sebagai berikut :

1. Sistem *E-CRM* ini mempermudah penggemar untuk melihat informasi mengenai karya-karya GIGI yang ditawarkan dan dapat mengisi kritik & saran yang digunakan untuk membangun grup band GIGI ini

2. Sistem ini juga mempermudah penggemar dan event organizer untuk booking GIGI agar tampil di acara mereka, disesuaikan dengan ketersediaan jadwal yang masih kosong.
3. Sistem ini dirancang untuk memudahkan penggemar grup band GIGI untuk dapat saling berinteraksi dengan baik melalui forum yang disediakan sehingga grup band GIGI menjaga hubungan dengan baik dengan penggemarnya.

## **KESIMPULAN**

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menghasilkan sebuah aplikasi sistem *E-CRM* yang bisa mempermudah grup band GIGI dalam melakukan pelayanan terhadap peenggemarnya secara maksimal.
2. *Website* grup band GIGI menggunakan tiga tahap yang bertujuan untuk mendapatkan penggemar baru, meningkatkan hubungan dengan penggemar yang sudah ada, dan mempertahankan peenggemar.
3. *Website* ini nantinya akan digunakan penggemar seperti mencari informasi Karya-karya GIGI secara detail, menanyakan pertanyaan memberikan kritik/saran, diskusi melalui forum, dan melakukan *booking* untuk tampil di acara mereka.

## **KETERBATASAN DAN FUTURE RESEARCH**

Keterbatasan dari penelitian ini dalam hal fokus pembahasan adalah terpaku hanya pada satu website dengan tidak membandingkan dengan website sejenis. Untuk hal kuantitas data, perlu adanya pendalaman secara menyeluruh tentang website melalui wawancara terstruktur dengan pengelola website. Sedangkan untuk periode penelitian perlu adanya waktu yang lebih untuk menganalisis system yang sudah ada. Adapun saran-saran yang berguna yang penulis harapkan dari sistem yang dihasilkan adalah:

1. Untuk pengembangan lebih lanjut, diharapkan *website E-CRM* ini dapat menampilkan website dengan tampilan yang lebih menarik.
2. Untuk pengembangan lebih lanjut diharapkan *E-CRM* pada *website* grup band GIGI menyediakan fitur-fitur untuk mendownload karya-karya GIGI yang belum terpublish dengan baik.

## **REFERENSI**

- Anastasia Diana & Fandy Tijiptono. 2007, *E-Business*. Yogyakarta : Andi
- Bhattacharjee, S & Gopal, R.D. & Sanders, G. L. (2003), *Digital Music and Online Sharing: Software Piracy 2.0?*, *Communications of the ACM*, 46(7), 107-111.
- Burkart, P. & McCourt, T. (2006), *Digital Music Wars: Ownership and Control of the Celestial Jukebox*. USA: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Buttle, F. 2012. *Customer Relationship Management Concept and Technologies (Second)*. 2012
- Febrian, Jack. 2004, *Kamus Komputer & Teknologi Informasi*. Bandung : Informatika
- Fox, M. (2004), *E-commerce Business Models for the Music Industry*, *Popular Music and Society*, 27(2), 201-220
- Hariyanto, Bambang. 2004, *Rekayasa Sistem Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- Hughes, J. & Lang, K. R. (2003), *If I Had a Song: The Culture of Digital Community Networks and Its Impac on the Music Industry*, *JMM – The International Journal on Media Management*, 5(3), 180 – 189.
- Kristanto, Hariyanto. 2004, *Konsep Perancangan DATABASE*. Yogyakarta : Adi Offset.
- McCourt, T. (2015), *Recorded music*. In L. Cantoni & J. A. Danowski (Eds.), *Communication and Technology* (pp. 79-103). Berlin, Germany: Walter de Gruyter GmbH.
- Mulyanto, Agus. 2009, *Sistem Informasi Konsep & Aplikasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- MySQL Tingkat Lanjut. Yogyakarta : Skripta Media Creative.
- Peranginangin, Kasiman. 2006, *Aplikasi WEB dengan PHP dan MySQL* : Andi Offset.

- Puspitosari, Heni A. 2011, Pemrograman Web Database dengan PHP dan  
Raharjo, Budi. 2011, Belajar Otodidak Membuat Database menggunakan MySQL. Bandung :  
Informatika
- Raharjo, Budi. 2011, Belajar Otodidak Pemrograman Web dengan PHP + Orecel. Bandung :  
Informatika
- Sholih. 2010, Analisis Dan Perancangan Berorientasi Obyek. Bandung : Muara Indah.
- Simarmata, Janner, dkk. 2006, Basis Data. Yogyakarta : Andi Offset
- Stafford, S. A. (2010), The Music in the Digital Age: The Emergence of Digital Music and Its  
Repercussions on the Music Industry, *The Elon Journal of Undergraduate Research in  
Communications*, 1 (2), 112-120.
- Vaccaro, V. L. & Cohn, D.Y. (2004), The Evolution of Business Models and Marketing Strategies  
in the Music Industry, *The International Journal on Media Management*, 6(1&2), 46-58.
- Zinczuk, B. (2011), CRM jako źródło zmiany w sposobie funkcjonowania przedsiębiorstwa,  
*Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego*, 25, 687-697.

