

ABSTRAKSI

Sistem informasi pemasaran merupakan sebuah sistem informasi yang memegang peran yang sangat penting. Karena sistem informasi pemasaran merupakan sistem yang menghubungkan antara intern perusahaan dengan lingkungan eksternal perusahaan. Dengan peran penting sistem informasi pemasaran, efektivitas sistem informasi pemasaran sangat mutlak diperlukan untuk membantu operasi perusahaan.

Untuk menjaga kinerja sistem informasi pemasaran agar tetap bekerja secara efektif diperlukan suatu evaluasi yang harus dilaksanakan secara berkala yang sering disebut dengan *post implementation review*. Dalam melakukan evaluasi sistem informasi dapat digunakan pengukuran sesuai dikemukakan oleh Ron Weber. Adapun ukuran-ukuran yang digunakan yaitu *system quality*, *information quality*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *computer self efficacy*, *information system satisfaction*, *individual impact*, *organizational impact*.

PT Kertas Leces merupakan salah satu perusahaan yang telah menerapkan sistem informasi pemasaran pada divisi pemasarannya. Pada saat ini PT Kertas Leces sedang mengalami beberapa kendala dalam pemasaran produknya. Oleh karena itu penulis bermaksud untuk melaksanakan suatu evaluasi efektivitas sistem informasi yang diterapkan perusahaan. Karena efektivitas sistem informasi pemasaran merupakan salah satu faktor dari dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi pemasaran produk perusahaan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa efektivitas sistem informasi pemasaran yang diterapkan cukup memadai, sehingga dapat dikatakan sistem informasi pemasaran yang dilaksanakan perusahaan efektif.