

## **COSTUMER PROFILING DARI PRODUK ASURANSI DENGAN MENGUNAKAN METODE K-MEANS MANHATTAN DISTANCE**

**NOVY AMALIA**

(Pembimbing : Fajrian Nur Adnan, M.CS)

*Sistem Informasi - S1, FIK, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 112201204599@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Pada dasarnya manusia tidak hanya membutuhkan kebutuhan primer yang harus mereka penuhi untuk keberlangsungan hidupnya. Akan tetapi manusia juga perlu untuk menjamin keamanan hidup mereka, kesehatan maupun permasalahan financial. Untuk mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Karena itu manusia membutuhkan asuransi, oleh karena itu perusahaan perlu sebuah cara untuk mengelompokkan pelanggan yang dikenal juga dengan istilah customer segmentation atau customer profiling. Pada penelitian ini digunakan metode klustering (Clustering) dengan algoritma K-Means Manhattan. Sebelum dilakukan pengolahan data, dilakukan proses normalisasi data, kemudian data diolah menjadi beberapa kluster. Data yang telah diklusterisasi tersebut menghasilkan kategori prediksi yang nantinya digunakan untuk acuan dalam proses customer profiling. Dari laporan tugas akhir ini dihasilkan sebuah pengklusteran customer profiling terhadap produk asuransi. Dengan adanya penelitian tersebut, perusahaan asuransi dapat mengetahui hasil customer profiling dan dapat memberikan tindakan preventif.

Kata Kunci : Data Mining, Clustering, k-Means, Manhattan Distance, Asuransi, Customer Profiling, BPJS.

## **COSTUMER PROFILING OF INSURANCE PRODUCT USING K-MEANS MANHATTAN DISTANCE**

**NOVY AMALIA**

(Lecturer : Fajrian Nur Adnan, M.CS)

*Bachelor of Information System - S1, Faculty of Computer  
Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 112201204599@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Basically, human beings not only need a primary requirement but their also need sekunder requirment to survival their life and need to secure their life, like to secure their health and financial problems. To fully and solve their problem about life secure, therefore need insurance. Therefore, companies need a way to categorize customer also known as customer segmentation or customer profiling. In this resorce used a method clustering (Clustering) with K-Means algorithm Manhattan distance. The clustered data generates predictions categories that will be use to process costumer profiling. Before processing the data, carried out the process of normalization of data, then the data is processed into several clusters. This essay has result many clustering which one can use for costumer profiling of insurance products and with this research also an insurance company can find out the results of customer profiling and can provide preventive measures.

Keyword : 145 Words, Data Mining, Clustering, k-Means, Manhattan Distance, Insurance, Costumer Profiling, BPJS.