

**PENERAPAN KLASIFIKASI NAIVE BAYES PADA PENJUALAN
PRODUK YAMAHA UNTUK MEMPREDIKSI PERILAKU KONSUMEN
(Studi Kasus : PT ARISTA MITRA LESTARI CABANG PAMANUKAN)**

BANIDYA WIDI SULISTYANI

(Pembimbing : Indra Gamayanto, ST, MITM)
Sistem Informasi - S1, FIK, Universitas Dian Nuswantoro
www.dinus.ac.id
Email : 112201405244@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

PT Arista Mitra Lestari Cabang Pamanukan, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan kendaraan yang bermerk Yamaha dan menjual komponen kendaraan merk Yamaha. Pengolahan yang dilakukan oleh perusahaan sudah menggunakan system komputerisasi terutama dalam kegiatan penjualan unit Yamaha. Dalam kegiatan transaksi pembelian kendaraan yang dilakukan oleh konsumen tiap bulan produk terjual bisa mencapai puluhan bahkan ratusan unit. Perusahaan mengalami kendala terutama pada bagian pemasaran kendaraan yang dimana konsumen datang dari berbagai wilayah untuk membeli produk dengan berbagai macam warna pilihan yang tersedia, akan tetapi bagian pemasaran belum mengetahui produk dan warna yang paling banyak diminati tiap wilayah konsumen. Berdasarkan permasalahan yang terjadi, penulis menerapkan metode naïve bayes untuk melakukan prediksi perilaku konsumen yang terjadi tiap pembelian produk tersebut. Penerapan metode naïve bayes dibuat dengan bantuan data penjualan dari perusahaan.

Kata Kunci : PT Arista Mitra Lestari Cabang Pamanukan, data penjualana, perilaku konsumen, produk Yamaha, Naive Bayes

NAIVE BAYES CLASSIFICATION IMPLEMENTATION OF PRODUCT SALES YAMAHA FOR PREDICTING CUSTOMER

BANIDYA WIDI SULISTYANI

(Lecturer : Indra Gamayanto, ST, MITM)

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

www.dinus.ac.id

Email : 112201405244@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Company Arista Mitra Lestari Branch Pamanukan, a company engaged in the sale of vehicles branded Yamaha and Yamaha brand sells vehicle components. Processing is done by the company is already using a computerized system, especially in unit sales activities of Yamaha. In the vehicle purchase transactions made by consumers every month sold the product can reach tens or even hundreds of units. Companies experiencing problems, especially in the marketing of vehicles where consumers come from different regions to buy products with a wide range of color options available, but the marketing department do not know the products and colors of the most demanding consumers of each region. Based on the problems that occur, the authors apply naïve Bayes methods to predict consumer behavior that occurs every purchase of the product. Application of Naïve Bayes methods created with the assistance of the company's sales data.

Keyword : Company Arista Mitra Lestari Branch Pamanukan, sales data, customer behavior, product Yamaha, Naive Bayes