

SEGMENTASI PELANGGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS UNTUK CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA HIJAB MIULAN

GITA FEBRINA WULANDARI

Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 112201004099@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

HIJAB MIULAN merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang bisnis penjualan hijab dan busana muslim di Semarang. Persaingan yang ketat di bidang sejenis mendorong HIJAB MIULAN untuk mengelola pelanggannya secara maksimal. Upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan mengelompokkan pelanggan dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai untuk setiap kelompok. Untuk melakukan pengembangan perusahaan, maka dibutuhkan strategi pengembangan pelanggan, adapun untuk melakukan strategi pengembangan pelanggan dapat dilakukan dengan pendekatan data mining meliputi pengelompokan pelanggan dengan metode clustering. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan segmentasi pelanggan pada HIJAB MIULAN. Metode yang digunakan adalah CRISP-DM dengan melalui tahapan business understanding, data understanding, data preparation, modeling, evaluasi dan development. Algoritma yang digunakan untuk pembentukan kluster adalah algoritma K-Means, dengan tools Rapidminer 5.3 yang merepresentasikan jumlah pelanggan di setiap kluster dengan menggunakan atribut RFM (Recency, Frequency dan Monetary). Kelompok pelanggan yang terbentuk adalah empat kelas dengan kluster pertama 4 pelanggan, kluster kedua 190 pelanggan, kluster ketiga 23 pelanggan dan kluster keempat dengan jumlah pelanggan 115.

Kata Kunci : segmentasi pelanggan, K-Means, RFM, CRISP-DM, Data mining, Clustering

SEGMENTATION OF CUSTOMERS USING K-MEANS ALGORITHM FOR CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) AT HIJAB MIULAN

GITA FEBRINA WULANDARI

Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 112201004099@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

HIJAB MIULAN is a company engaged in the business of selling hijab and Muslim fashion in the city of Semarang . Intense competition in similar fields HIJAB MIULAN encourage customers to manage the fullest . One of methods to manage customers is to classify customers and implement marketing strategies that are appropriate for each group . This study aims to segment customers at HIJAB MIULAN by utilizing the process of clustering data mining techniques . The method used is the CRISP - DM with a through understanding of business processes , understanding the data , data preparation , modeling , evaluation and development. The algorithm used for formation of clusters is K - Means algorithm . K - Means cluster generates visual models with RapidMiner 5.3 tools that represent number of customers in each cluster by using the attribute RFM (Recency , Frequency and Monetary) . Customer group is formed by four clusters. first class 4 customers , second cluster 190 customers , third cluster 23 customers and fourth cluster with 115 subscribers .

Keyword : customer segmentation , K - Means , RFM , CRISP - DM , Data mining , Clustering