

Pengelompokkan pengguna mesin kasir modern berdasarkan perilaku pelanggan dengan pendekatan data mining = Data mining approach for clustering modern cash register machine's customers based on customer behavior

Nadhira Riska Maulina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20489683&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan adanya teknologi, pelaku usaha dapat memanfaatkannya sebagai salah satu faktor pendorong peningkatan operasional bisnis menjadi lebih efisien. Peningkatan jumlah pengguna yang beralih ke mesin kasir modern mengakibatkan kemunculan perusahaan penyedia dengan layanan dan harga yang tidak jauh berbeda. Di Indonesia perusahaan penyedia mesin kasir modern bersaing untuk dapat mempertahankan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai karakteristik pelanggan dengan membuat segmentasi pelanggan berdasarkan perilaku penggunaan mesin kasir pada usaha yang dikelolanya. Setelah diketahui kelompok pelanggan dengan karakteristiknya, setiap kelompok akan diklasifikasikan berdasarkan status pelanggan (Aktif dan Tidak Aktif). Data untuk penelitian ini didapatkan dari salah satu perusahaan penyedia yang menjadi pelopor mesin kasir modern di Indonesia. Atribut yang dipilih yaitu Length, Recency, Frequency, dan Monetary (LRFM). Data Mining merupakan metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi informasi yang berada pada set data untuk Customer Relationship Management. Metode yang digunakan untuk segmentasi pelanggan adalah metode K-Means Clustering sedangkan untuk klasifikasi status pelanggan adalah metode Decision Tree C4.5. Hasil dari penelitian ini berupa karakteristik setiap kelompok pelanggan dan model prediksi status pelanggan yang dapat digunakan sebagai dasar pembuatan usulan strategi untuk membantu perusahaan dalam penyusunan strategi retensi pelanggan.

.....As the development of technology becomes advanced, businessmen can utilize it as one of the factors to drive the improvement or growth of their business operations to be more efficient. The increasing number of users who switch to use the modern cash register machines has resulted in the emergence of company with services and price that are not much different. In Indonesia, modern cash register companies compete to be able to retain their customers. This study aims to get information about the characteristics of customers through customer segmentation based on the behavior. After knowing the customer segments with their characteristics, each segment will be classified based on customer status (Active and Inactive). The data for this study was obtained from one of the provider companies that became the pioneer of the modern cash register in Indonesia. The selected attributes are Length, Recency, Frequency, and Monetary (LRFM). Data Mining is a method that can be used to identify information that is in a data set for Customer Relationship Management. The method used for customer segmentation is the K-Means Clustering while the classification of customer status is the Decision Tree C4.5. The results of this study are in the form of characteristics of each customer group and customer status prediction models that can be used as the basis for making strategies to assist companies in preparing customer retention strategies.