

Customer Churn Rate Analysis in Fashion E-Commerce Using Logistic Regression and Random Forest = Analisis Churn Rate Pelanggan di Fashion E-Commerce Menggunakan Logistic Regression Dan Random Forest

Muhammad Hadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920555694&lokasi=lokal>

Abstrak

Perusahaan e-commerce memikirkan hubungan pelanggan jangka panjang dalam hal tingkat konversi dan tingkat pembelian berulang. Pada dasarnya, lebih hemat biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada mendapatkan yang baru, itulah sebabnya sangat penting untuk melacak pelanggan yang berisiko tinggi untuk berpindah dan menargetkan mereka dengan strategi retensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang berperan signifikan pada e-commerce terhadap tingkat churn pelanggan di bulan berikutnya. Studi ini didasarkan pada 77.841 data transaksi yang dikumpulkan dari perusahaan fashion Indonesia melalui saluran penjualan e-commerce mereka. Dalam mengolah data, digunakan statistik deskriptif dan analitik prediktif dengan regresi logistik dan model hutan acak untuk mencapai tujuan penelitian, karena kedua model memiliki tingkat akurasi yang baik dalam membuat prediksi dan klasifikasi. Studi ini menunjukkan beberapa faktor seperti jenis kelamin, lama tinggal pelanggan, jumlah pesanan, dan biaya pengiriman secara signifikan mempengaruhi tingkat churn. Penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan dan industri fashion e-commerce mengelola churn pelanggan dengan membuat langkah-langkah strategis dan bisnis yang tepat setelah mengetahui faktor-faktor penyebabnya.

.....E-commerce companies think about long-term customer relationships in terms of conversion rates and repeat purchase rates. It is more cost-effective to retain existing customers than to acquire new ones, which is why it is crucial to track customers at high risk of turnover and target them with retention strategies. This research aims to identify what factors play a significant role in e-commerce to the customer churn rate in the next month. This study is based on 77,841 transactions data collected from Indonesia's fashion company through their e-commerce sales channel. In processing the data, descriptive statistics and predictive analytics with logistic regression and random forest models are used to achieve the research's objective, as both models have a good level of accuracy in making predictions and classifications. This study shows several factors such as gender, customer length of stay, order amount, and shipping cost significantly influencing the churn rate. This study recommends that the company and the fashion e-commerce industry manage customer churn by made appropriate strategic and business steps after knew the factors that cause it.