

RICKY ACHMAD HIDAYAT, 20.240.0135

**ANALISIS SEGMENTASI PELANGGAN MENGGUNAKAN KOMBINASI
K-MEANS CLUSTERING DAN MODEL RFM PADA BENGKEL MULTI**

WAHANA MANUNGGAL, dibawah bimbingan Arief Soma D., S.T., M.Kom.
dan Amanah, M.Kom.

115 + xii halaman / 45 gambar / 39 tabel / 3 lampiran / 37 pustaka

ABSTRAK

Bengkel Multi Wahana Manunggal mengalami persaingan bisnis yang cukup ketat, namun perusahaan belum memiliki strategi bisnis yang terstruktur dengan baik. Perusahaan memiliki data rekap transaksi yang dapat dilakukan analisis *data mining* dan hasilnya bisa dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai acuan dalam mengambil peyusunan strategi bisnis. Dikembangkan sebuah sistem segmentasi pelanggan menggunakan kombinasi *K-Means Clustering* dan model RFM guna membantu perusahaan dalam menghadapi masalah yang ada. Pengembangan sistem menggunakan metode CRISP-DM yang terdiri dari 6 tahap, yaitu *Business Understanding, Data Understanding, Data Preparation, Modelling, Evaluation, dan Deployment*. Sistem mampu menghasilkan informasi yang dapat membantu perusahaan dalam memahami karakteristik tiap pelanggan. Dengan strategi bisnis yang efektif serta tepat sasaran, perusahaan berpotensi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, mengoptimalkan sumber daya, dan tetap kompetitif di pasar yang semakin ketat.

Kata kunci: Strategi Bisnis, *Data Mining*, Segmentasi Pelanggan, *K-Means Clustering*, Model RFM.