

NURUL HIDAYAH, 22.230.0126

**KLASIFIKASI PRODUK TERLARIS BERDASARKAN RIWAYAT PENJUALAN
DI NOENAASSTORE MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES, dibawah Dr.**

Paminto Agung Christianto, M.Kom. dan Nurul Amalia, M.Kom.

54 + x halaman / 9 gambar / 5 tabel / 2 lampiran / 20 pustaka (2021-2025)

ABSTRAKSI

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah perilaku belanja masyarakat ke arah penggunaan platform *e-commerce*, dengan kategori fashion menempati peringkat teratas. Situasi ini menuntut UMKM untuk mengenali produk dengan penjualan tertinggi agar strategi pemasaran dan keputusan bisnis dapat dilakukan secara lebih tepat. Penelitian ini menerapkan algoritma Naïve Bayes pada data transaksi penjualan Noenaasstore, salah satu UMKM yang bergerak di bidang fashion wanita, untuk melakukan klasifikasi produk berdasarkan tingkat penjualannya. Evaluasi model menggunakan RapidMiner menunjukkan akurasi sebesar 92,62%, *weighted mean precision* 83,81%, serta *weighted mean recall* 95,51%. Temuan ini mengindikasikan bahwa algoritma Naïve Bayes mampu mengelompokkan produk secara efektif, sehingga dapat dimanfaatkan pemilik usaha untuk merumuskan strategi promosi serta mendukung pengambilan keputusan bisnis.

Kata kunci: UMKM, Klasifikasi, Data Mining, Naïve Bayes, Confusion Matrix.

NURUL HIDAYAH, 22.230.0126

**KLASIFIKASI PRODUK TERLARIS BERDASARKAN RIWAYAT PENJUALAN
DI NOENAASSTORE MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES, dibawah Dr.**

Paminto Agung Christianto, M.Kom. dan Nurul Amalia, M.Kom.

54 + x halaman / 9 gambar / 5 tabel / 2 lampiran / 20 pustaka (2021-2025)

ABSTRACT

The advancement of information technology has shifted consumer shopping behavior toward e-commerce platforms, with the fashion category occupying the top position. This situation requires MSMEs to identify their best-selling products in order to design more accurate marketing strategies and business decisions. This study applies the Naïve Bayes algorithm to sales transaction data from Noenaasstore, an MSME engaged in women's fashion, to classify products based on their sales levels. Model evaluation using RapidMiner achieved an accuracy of 92,62%, a weighted mean precision of 83,81%, and a weighted mean recall of 95,51%. These findings indicate that the Naïve Bayes algorithm can effectively categorize products, thereby enabling business owners to formulate promotional strategies and support data-driven decision-making.

Keywords: MSMEs, Data Mining, Clasification, Naïve Bayes, Confusion Matrix.