DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR SIMBOL xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB 1 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 3

1.3 Maksud dan Tujuan 3

1.4 Batasan Masalah 3

1.5 Metodologi Penelitian 4

1.6 Sistematika Penulisan 7

BAB 2 8

TINJAUAN PUSTAKA 8

2.1 Tinjauan Tempat Penelitian 8

2.2 Landasan Teori 8

2.2.1 CRISP-DM 8

2.2.2 Data Mining 12

2.2.3 Clustering 13
2.2.4 K-Means 14
2.2.5 Davies Bouldin Index 15
2.2.6 Segmentasi Pasar 17
2.2.7 Kriteria Segmentasi Pasar 17
2.2.8 Segmentasi Konsumen 19
2.2.9 Membership 19
2.2.10 Metode RFM 20
2.2.11 Profiling 22
2.2.12 Metode Transformasi Data 22
BAB 3 24
ANALISIS DAN PERANCANGAN 24
3.1 Analisis Sistem 24
3.1.1 Analisis Domain Kasus 24
3.1.2 Business Understanding 25
3.1.3 Data Understanding 28
3.1.4 Data Preparation 56
3.1.5 Modeling 70
3.1.6 Evaluation 89
3.1.7 Analisis Spesifikasi Kebutuhan Perangkat Lunak 92
3.2 Perancangan Sistem 101
3.2.1 Perancangan Struktur Menu 101
3.2.2 Perancangan Antarmuka 103
3.2.3 Perancangan Pesan 107
BAB 4 110

IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 110
4.1 Implementasi Sistem 110
4.1.1 Lingkungan Implementasi 110
4.1.2 Implementasi Fungsional 111
4.1.3 Implementasi Data 112
4.1.4 Implementasi Antarmuka 113
4.2 Pengujian Sistem 115
4.2.1 Rencana Pengujian 115
4.2.2 Skenario Pengujian 116
4.2.3 Hasil Pengujian 117
4.2.4 Evaluasi Hasil Pengujian 126
BAB 5 127
KESIMPULAN DAN SARAN 127
5.1 KESIMPULAN 127
5.2 SARAN 127
Daftar Pustaka 128