

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI TUGAS AKHIR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3
1.6. Tahapan Penelitian.....	4
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	7
2.1. <i>Achieve Art Space</i>	7
2.2. Segmentasi Pelanggan.....	7
2.3. <i>Data Mining</i>	8
2.4. <i>Clustering</i>	9
2.5. Analisis <i>Recency, Frequency, Monetary</i> (RFM).....	9
2.6. Normalisasi <i>Min-Max</i>	9
2.7. Algoritma <i>K-Means</i>	10
2.8. Metode <i>Elbow</i>	10

2.9. <i>Silhouette Index</i>	11
2.10. <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	12
2.11. <i>Customer Lifetime Value (CLV)</i>	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	14
3.1. Alur Penelitian.....	14
3.2. Identifikasi Masalah.....	14
3.3. Persiapan.....	15
3.3.1. Studi Literatur.....	15
3.3.2. Pengumpulan Data.....	15
3.4. Pemrosesan.....	17
3.4.1. Pra-proses Data.....	17
3.4.2. Transformasi Data.....	18
3.4.3. Normalisasi Data.....	19
3.5. Analisis.....	21
3.5.1. Menentukan Jumlah Cluster Optimal.....	21
3.5.2. <i>Clustering</i> dengan <i>K-Means</i>	22
3.5.3. Perhitungan CLV Menggunakan AHP.....	24
3.6. Pembahasan.....	25
3.6.1. Analisis Hasil Segmentasi.....	25
3.6.2. Penyusunan Strategi Pemasaran.....	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Implementasi.....	27
4.1.1. Jumlah <i>Cluster</i> Optimal.....	27
4.1.2. Hasil <i>Clustering</i>	28
4.1.3. Perhitungan CLV Menggunakan AHP.....	30
4.2. Hasil.....	31
4.2.1. Analisis Hasil Segmentasi.....	31
4.2.2. Strategi Pemasaran.....	33
BAB V PENUTUP.....	35
5.1. Kesimpulan.....	35
5.2. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN.....	39