

SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN UNTUK MENENTUKAN PELANGGAN YANG BERPOTENSI MENDAPATKAN PROMOSI MENGGUNAKAN *FUZZY CLUSTERING MEANS* DAN *FUZZY DATABASE MODEL TAHANI*

Oleh

NOVI ARDIANSYAH
13 621 012

Diajukan kepada Program Studi Informatika Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Gresik pada tanggal *14 April 2018*
untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh derajat
sarjana S-1 Program Studi Informatika

INTISARI

Biro jasa perjalanan Kawan Wisata adalah suatu biro jasa yang menawarkan paket perjalanan wisata, namun juga dapat mengatur perjalanan sesuai dengan permintaan pelanggan travel. Pelanggan merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan. Pemberian promosi menjadi salah satu usaha dalam menarik minat pelanggan. Permasalahan yang ada di biro jasa perjalanan Kawan Wisata adalah petugas travel kesulitan dalam menentukan pelanggan yang akan diberi promosi. Penentuan target promosi perlu dilakukan secara strategis sehingga biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran lebih murah dibandingkan dengan strategi pemasaran yang menyeluruh dan kurang tepat. Penentuan target promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan algoritma *Fuzzy C-Means* untuk mengelompokkan data pelanggan dan algoritma *Fuzzy Database Model Tahani* untuk menentukan pelanggan yang berpotensi mendapatkan promosi berdasarkan jumlah transaksi, jumlah bus besar yang disewa, jumlah bus kecil yang disewa, jumlah *tour leader* yang disewa, status pelanggan dan *recency*. *Output* yang dihasilkan adalah informasi pelanggan mana saja yang akan dijadikan target promosi. Hasil pengelompokan 50 data transaksi pelanggan menunjukkan bahwa pengelompokan menggunakan jumlah *cluster* 3 memiliki nilai validitas *index XB* terendah yaitu 0,4318.

Kata Kunci : Travel, *Fuzzy C-Means*, *Fuzzy Database Model Tahani*

Pembimbing : Harunur Rosyid, ST.,M.Kom.