

DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.3.1 Tujuan.....	3
1.3.2 Manfaat	3
1.4 Metodologi.....	3
1.5 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan	6
1.6 Referensi	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II DASAR TEORITIK, METODOLOGI, PERANCANGAN.....	9
2.1 Teori Umum.....	9
2.1.1 Dashboard	9
2.1.2 Data mart	11
2.1.3 Customer Lifetime Value (CLV)	12
2.1.4 Customer Segmentation	12
2.1.5 RFM Model	13
2.1.6 BG/NBD Model	13
2.1.7 Gamma-gamma Model	15
2.1.8 Mean Absolute Percentage Error	16
2.1.9 Symmetric Mean Absolute Percentage Error	17
2.1.10 Mean Absolute Error	17
2.1.11 Root Mean Squared Error.....	17
2.1.12 K-Means <i>Clustering</i>	18
2.1.13 Standard Scaler	19
2.1.14 Elbow Method	19
2.1.15 Silhouette Score	20

2.2	Perancangan Proses	21
2.2.1	Use Case Diagram	21
2.2.2	Activity Diagram.....	21
2.2.3	Sequence Diagram	22
2.2.4	Class Diagram	22
2.3	Rancangan Basis Data	22
2.3.1	Star Schema	23
2.3.2	Metadata	23
2.4	Perancangan Antar Muka	23
BAB III RENCANA PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI		24
3.1	Tata Laksana Program yang Dibuat.....	24
3.1.1	Identifikasi Kebutuhan Analisis.....	24
3.1.2	Pengumpulan Data	26
3.1.3	Proses Analitik Data	32
3.1.4	Perancangan Dashboard	47
3.2	Kebutuhan Perancangan Dashboard	53
3.2.1	Perangkat Keras	53
3.2.2	Perangkat Lunak.....	54
3.2.3	Personil.....	54
3.3	Rencana Implementasi Sistem dan Jadwal	54
3.4	Perawatan Sistem dan Jadwal	55
BAB IV HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Pengujian.....	57
4.1.1	Pengujian oleh Pengembang Dashboard	58
4.1.2	Pengujian oleh User	62
4.2	Evaluasi dan Analisis Hasil Pengujian.....	63
4.2.1	Hasil Pengujian BG/NBD Model dan Gamma-gamma Model	63
4.2.2	Hasil Pengujian K-Means Clustering	67
4.2.3	Hasil Pengujian Dashboard.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		73