

ABSTRAK

ADDINA YOSIFA, SEGMENTASI PELANGGAN DALAM PENINGKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA TOKO SEPATU KUMIS STORE DENGAN ALGORITMA K-MEANS

Toko Pria Kumis Store merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang penjualan sepatu, persaingan yang ketat di bidang bisnis ini membuat toko Pria Kumis Store harus mampu mempertahankan eksistensinya. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah salah satu strategi bisnis yang dapat memenuhi tujuan tersebut dengan cara mengkombinasikan CRM dengan segmentasi pelanggan menggunakan algoritma *K-Means*. *Customer Relationship Management* berbasis web dapat di gunakan untuk media promosi produk pada toko Pria Kumis Store sedangkan segmentasi pelanggan berfungsi untuk mengelompokkan pelanggan ke dalam beberapa kelompok guna mengetahui karakteristik dan tingkat loyalitas pelanggan. Dengan mengetahui karakteristik dari tiap pelanggan, akan membantu dalam mempertahankan pelanggan serta menentukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Pemanfaatan Algoritma *K-Means* dapat membantu dalam melakukan segmentasi pelanggan dengan menggunakan data transaksi.

***Kata Kunci : Customer Relationship Management, Segmentasi Pelanggan,
Algoritma K-Means***