

## ABSTRAK

**Nesa Qolini, PENERAPAN COSTUMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) MENENTUKAN REKOMENDASI PRODUK  
MENGUNAKAN ALGORITMA APRIORI PADA VIVI FURNITURE  
MEBEL JATI JEPARA**

Semakin ketatnya persaingan dan tingginya tuntutan pelanggan terhadap tingkat layanan perusahaan maka perusahaan berlomba-lomba menyediakan koleksi, penawaran dan pelayanan terbaiknya bagi pelanggan dengan memberikan rekomendasi produk yang dijual, agar tidak terjadinya tingkat penurunan pada perusahaan tersebut maka perusahaan harus mempunyai strategi agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi yang tepat yaitu membuat sistem *customer relationship management* untuk perusahaan tersebut. *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan proses atau strategi yang diterapkan perusahaan menjadi satu kesatuan yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. Terdapat metode asosiasi menggunakan algoritma apriori untuk menentukan rekomendasi produk melalui sistem berdasarkan hasil transaksi yang dilakukan oleh pelanggan. Metode algoritma apriori merupakan metode yang menemukan suatu kombinasi item yang muncul secara bersamaan. Metode asosiasi dapat digunakan untuk memberikan rekomendasi produk secara otomatis berdasarkan histori transaksi pembeli yang sudah tersimpan di dalam *database*. Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat menghasilkan permodelan yang sesuai dan tepat guna dalam memberikan rekomendasi produk untuk meningkatkan meningkatkan keuntungan penjualan dan memperluas peluang pembelian item lebih dari satu pada menggunakan algoritma apriori.

**Kata kunci :** *Costumer Relationship Management, Algoritma Apriori, Rekomendasi Produk*