

## ABSTRACT

### **KUSUMA ADRYANDI, OPTIMIZATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT BY IDENTIFYING LEVELS OF CUSTOMER SATISFACTION USING K-MEANS ALGORITHM AT BANA SELF-SERVICE UJUNG GADING PASAMAN BARAT**

*Customer Relationship Management (CRM) is a strategy needed by business entities to optimize profits by increasing customer satisfaction. Customer Relationship Management (CRM) is used as a business strategy to please customers by collecting customer information so as to create loyalty and mutual benefit. One approach that can be used in customer relationship management (CRM) is the K-Means method, where this method is one of the non-hierarchical data grouping (blocks) that seek to partition data into two or more groups (clusters) with the same characteristics are included in the same group. Bana Swalayan is a place that provides various daily needs. Due to the large number of business competitors, it causes a decrease number of customers. With the existence of web-based Customer Relationship Management, it can simplify and assist in managing good marketing strategies so that they can increase sales revenue, and by providing the best service will encourage customer loyalty and make it easier to identify the level of customer satisfaction. The level of customer satisfaction is very important in the development of business strategy, customers are also a source of profit in the company. For that we need a good understanding of the customer.*

**Keywords : Customer Relationship Management(SRM), K-Means**

## ABSTRAK

### **KUSUMA ADRYANDI, OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN MENGIDENTIFIKASI TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS PADA BANA SWALAYAN UJUNG GADING PASAMAN BARAT**

*Customer Relationship Management (CRM)* merupakan strategi yang diperlukan badan usaha untuk mengoptimalkan keuntungan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. *Customer Relationship Management (CRM)* digunakan sebagai strategi bisnis untuk menyenangkan pelanggan dengan cara mengumpulkan informasi pelanggan sehingga menciptakan kesetiaan dan saling menguntungkan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan pada *customer relationship management (CRM)* yaitu metode *K-Means*, dimana metode ini merupakan salah satu metode pengelompokan data nonhierarki (sekatan) yang berusaha mempartisi data ke dalam bentuk dua atau lebih kelompok (cluster) yang berkarakteristik sama dimasukkan ke dalam satu kelompok yang sama. Bana Swalayan merupakan tempat yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari. Karena banyaknya pesaing bisnis mengakibatkan terjadinya penurunan jumlah customer. Dengan adanya *Customer Relationship Management* berbasis web maka dapat mempermudah dan membantu dalam mengatur strategi pemasaran yang baik sehingga bisa meningkatkan pendapatan penjualannya, dan dengan memberikan pelayanan yang terbaik akan mendorong loyalitas pelanggan dan mempermudah dalam mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting dalam pengembangan strategi bisnis, pelanggan juga merupakan salah satu sumber keuntungan dalam perusahaan. Untuk itu diperlukan suatu pemahaman yang baik tentang pelanggan.

**Keywords :** *Customer Relationship Management (SRM), K-Means*