

## ABSTRAK

### **FAUZIAH HANNUM, OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA KONTER RIFF CELL DENGAN MENENTUKAN KLASIFIKASI PENJUALAN PRODUK MENGGUNAKAN ALGORITMA NAIVE BAYES BERBASIS WEB**

*Customer Relationship Management* merupakan strategi bisnis yang dirancang untuk mengoptimalkan keuntungan, pendapatan dan kepuasan konsumen untuk mencapai kemudahan dalam melakukan segala hal agar mudah mengakses informasi mengenai produk yang ada. Perkembangan ini bisa berdampak baik bagi pelaku bisnis, *Customer Relationship Management* (CRM) adalah salah satu strategi bisnis untuk memenuhi tujuan tersebut dengan cara mengkombinasikan CRM dan Algoritma Naïve Bayes. Untuk itu, penulis memakai *Algoritma Naïve Bayes* untuk mencapai strategi bisnis tersebut. Dengan mengambil data di Konter Riff Cell sehingga penulis akhirnya mendapatkan data yang bisa diterapkan pada metode *Algoritma Naïve Bayes* untuk mengklasifikasi produk tingkat kelarisan penjualan Handphone pada Konter Riff Cell yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol, Panti, Kabupaten Pasaman Timur, West Sumatra 26352.

**Kata Kunci :** *Customer Relationship Management, Algoritma Naïve Bayes, Web*