

ABSTRAK

BIMA LATIFFAKHRI, OPTIMALISASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DALAM MEMBERIKAN REKOMENDASI PEMBELIAN PRODUK PADA KERIPIK BALADO SALSABILA PADANG MENGGUNAKAN ALGORITMA K-MEANS CLUSTERING

Mudahnya untuk mengakses internet dan murahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi pengusaha untuk memilih media *online* untuk memperluas bisnisnya. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu strategi bisnis adalah dengan memanfaatkan *Customer Relationship Management*. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah salah satu strategi bisnis untuk memenuhi tujuan tersebut dengan cara mengkombinasikan CRM dan Algoritma K-Means Clustering. Untuk itu, penulis menerapkan Algoritma K-Means Clustering untuk mencapai strategi bisnis tersebut. Dengan mengambil data transaksi penjualan di Keripik Balado Salsabila Padang, penulis akhirnya mendapatkan data yang bisa diterapkan pada strategi bisnis. Hasil dari penerapan *K-Means* tersebut mendapatkan 14 produk untuk di rekomendasikan kepada konsumen.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Rekomendasi Produk, Algoritma K-Means Clustering, Keripik Balado Salsabila