

ABSTRAK

Pemilihan produk skincare dan kosmetik yang sesuai dengan jenis kulit wajah merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga kesehatan dan kecantikan kulit. Masih banyak ditemukan konsumen yang mengalami kesulitan dalam menentukan produk yang tepat sehingga menyebabkan beberapa permasalahan terhadap kulit wajah. Kesalahan dalam memilih produk dapat menyebabkan masalah kulit yang lebih serius. Sistem rekomendasi diperlukan untuk dapat membantu konsumen dalam memilih produk yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan persentase ketepatan dan kecocokan pemilihan produk skincare dan kosmetik dengan menggunakan metode Naïve Bayes, yang dapat membantu konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan jenis kulit wajah mereka. Studi kasus dilakukan di Inti Makeup Store Padang, di mana data dikumpulkan dari riwayat pembelian dan survei langsung kepada pelanggan. Metode Naïve Bayes dipilih karena kemampuannya dalam mengklasifikasikan data berdasarkan probabilitas, sehingga memungkinkan sistem untuk memberikan rekomendasi yang akurat berdasarkan jenis kulit wajah konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 1074 *records* dari 87 koresponden pelanggan Inti Makeup Store yang mencakup informasi tentang kecocokan pemakaian produk yang pernah mereka gunakan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem rekomendasi yang dikembangkan mampu memberikan rekomendasi produk skincare dan kosmetik dengan tingkat akurasi kecocokan sebesar 93.18%, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam memilih produk yang tepat. Penerapan metode Naïve Bayes dalam pemilihan produk skincare dan kosmetik tidak hanya bermanfaat bagi konsumen, tetapi juga dapat memberikan nilai tambah bagi toko dalam memahami kebutuhan pelanggan, mengoptimalkan stok dan meningkatkan penjualan produk. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan lebih lanjut dalam bidang sistem rekomendasi produk kecantikan.

Kata kunci: Teknologi Informasi, Pemilihan Produk, Naive Bayes, Jenis Kulit Wajah, Inti Makeup Store

ABSTRACT

Selecting skincare and cosmetic products that are suitable for one's skin type is a crucial factor in maintaining skin health and beauty. Many consumers still face difficulties in choosing the right products, which can lead to various skin issues. Errors in product selection can result in more serious skin problems. Therefore, a recommendation system is needed to assist consumers in selecting the appropriate products. This study aims to provide accuracy and suitability percentages in choosing skincare and cosmetic products using the Naïve Bayes method, which can help consumers find products that match their skin type. A case study was conducted at Inti Makeup Store in Padang, where data was collected from purchase histories and direct surveys with customers. The Naïve Bayes method was chosen for its ability to classify data based on probability, allowing the system to provide accurate recommendations based on consumers' skin types. The study used 1,074 records from 87 Inti Makeup Store customers, including information about the suitability of products they had used previously. The results indicate that the developed recommendation system can provide skincare and cosmetic product recommendations with a suitability accuracy rate of 93.18%, thereby enhancing customer satisfaction in selecting the right products. The application of the Naïve Bayes method in selecting skincare and cosmetic products not only benefits consumers but also adds value for the store by understanding customer needs, optimizing stock, and increasing product sales. This research is expected to serve as a foundation for further development in the field of beauty product recommendation systems.

Keywords: Information Technology, Product Selection, Naïve Bayes, Skin Type, Inti Makeup Store.