

ABSTRACT

**TITLE : DETERMINATION OF MARKETING
STRATEGY AS A SUPPORT FOR
CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT AT KAKAK ADEK'S SPICY
NOODLE SHOP USING THE APRIORI
ALGORITHM**

NAME : FARID MUHAMMAD YUNUS

NOBP : 20101152610145

STUDY PROGRAM : INFORMATION SYSTEM

DEGREE GRANTED : STARTA 1(S1)

**MENTOR : 1. Dr. FIRNA YENILA, S.Kom, M.Kom
2. SEPSA NUR RAHMAN, S.Kom, M.Kom**

Business competition has forced companies to be more selective in implementing their marketing strategies. The rapid development of technology is an aspect that can be utilized in achieving the ease of doing everything. This technological development can have a good impact on business actors, Marketing is the activity of a series of institutions, and the process of creating, communicating, and exchanging valuable offers for customers, clients, partners, and the general public. Customer Relationship Management (CRM) is one of the business strategies to meet the objectives of the store. To meet these objectives, the author conducted an analysis of sales transaction data using assistive devices such as data mining. Data mining is part of analytical Customer Relationship Management (CRM) which is used to find patterns from data. With that, the author applies the Apriori Algorithm to achieve this business strategy. By using sales transaction data at the Brother Kakak Adek's Spicy Noodle Shop, we can find out which products are in high demand by customers every time they shop at Kakak Adek's Spicy Noodle Shop. The results of the application using the Apriori Algorithm method are that consumers can find out what products are in high demand and purchased simultaneously or not. Meanwhile, in making this system, it is web-based with PHP programming language and MySQL as the database.

Keywords0020: Customer Relationship Management (CRM), Marketing, Apriori Algorithm, Adek's Spicy Noodle Shop, Php, MySQL

ABSTRAK

**JUDUL SKRIPSI : PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN
SEBAGAI PENUNJANG CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA
KEDAI MIE PEDAS KAKAK ADEK DENGAN
ALGORITMA APRIORI**

NAMA : FARID MUHAMMAD YUNUS

NOBP : 20101152610145

PROGRAM STUDI : SISTEM INFORMASI

JENJANG PENDIDIKAN : STARTA I (S1)

PEMBIMBING : 1. Dr. FIRNA YENILA, S.Kom., M.Kom

2. SEPSA NUR RAHMAN, S.Kom., M.Kom

Persaingan usaha telah memaksa perusahaan untuk lebih selektif dalam menerapkan strategi pemasarannya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini merupakan aspek yang dapat dimanfaatkan dalam mencapai kemudahan melakukan segala hal. Perkembangan teknologi ini bisa berdampak baik bagi pelaku bisnis, Pemasaran adalah aktivitas serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan mempertukarkan tawaran (*offering*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah salah satu strategi bisnis untuk memenuhi tujuan dari toko tersebut. Untuk memenuhi tujuan tersebut, penulis melakukan analisis terhadap data transaksi penjualan menggunakan perangkat bantuan seperti data mining. Data mining adalah bagian dari analytical *Customer Relationship Management* (CRM) yang digunakan untuk menemukan pola dari suatu data. Dengan itu penulis menerapkan Algoritma Apriori untuk mencapai strategi bisnis tersebut. Dengan menggunakan data transaksi penjualan pada Kedai Mie Pedas Kakak Adek, maka dapat mengetahui produk yang banyak diminati oleh *customer* setiap berbelanja di Kedai Mie Pedas Kakak Adek tersebut. Hasil dari penerapan yang menggunakan metode Algoritma Apriori yaitu konsumen dapat mengetahui produk apa saja yang banyak diminati dan dibeli secara bersamaan maupun tidak. Sedangkan dalam pembuatan sistem ini berbasis *web* dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai *Database*.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management (CRM), Pemasaran, Algoritma Apriori, Kedai Mie Pedas Kakak Adek, Php, MySQL*