

## ABSTRAK

### MUHAMMAD WEDITYO SUWANDI, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* UNTUK KLASTERISASI PELANGGAN GAJAH MOTOR DENGAN ALGORITMA *K-MEANS*

*Customer Relationship Management* merupakan suatu 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 k-means* (CRM). Untuk itu, penulis memakai CRM untuk mencapai strategi bisnis tersebut. Dengan mengambil data di dealer gajah motor, sehingga penulis akhirnya mendapatkan data yang bisa diterapkan pada metode CRM untuk 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 menentukan pelanggan potensial dengan *algoritma K-means* agar dapat terus memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

**Kata Kunci :** *Customer Relationship Management, Algoritma K-MEANS*