

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Segmentasi Pelanggan	11
2.1.2 Preprocessing Data	15
2.1.3 Pemilihan Fitur	16
2.1.4 Normalisasi Data	17
2.1.5 Metode Clustering	18
2.2 Kajian Empiris	22
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	28
3.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data	30

3.3.2 Jenis Data.....	31
3.3.3 Instrumen Pengumpulan Data	33
3.4 Tahap-Tahap Penelitian	36
3.4.1 Tahap Perencanaan	37
3.4.2 Tahap Pengumpulan Data.....	39
3.4.3 Tahap Pengolahan Data	40
3.4.4 Tahap Analisis Data	42
3.4.5 Tahap Penyimpulan dan Penyusunan Laporan.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Analisis Clustering Pelanggan.....	64
4.1.1.1 Visualisasi Dendogram dan Identifikasi Jumlah Kluster	64
4.1.1.2 Evaluasi Silhouette Score.....	66
4.1.1.3 Alur Analisis Kluster dan Tahapan Perhitungan Manual.....	67
4.1.1.4 Hasil Segmentasi Pelanggan	70
4.2 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses <i>Hierarchical Clustering</i>	19
Gambar 2.2 Hasil Dendrogram Algoritma Divisive Hierarchical	21
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Tahapan Penelitian	37
Gambar 3.2 Tampilan Simulasi Clustering	46
Gambar 4.1 Data Hasil Segmentasi dengan Google Collabs	64
Gambar 4.2 Hasil Dendogram Pelanggan Indihome	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Empiris	22
Tabel 3.1 Pedoman Wawancara	35