

Prediksi preferensi pelanggan waralaba makanan cepat saji dengan menggunakan pendekatan data mining

Vinny, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20288920&lokasi=lokal>

Abstrak

Masuknya waralaba makanan cepat saji asing, khususnya pizza, yang menawarkan kualitas yang baik dengan harga yang lebih murah, membuat waralaba domestik kalah bersaing. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen dan atribut yang paling mempengaruhi, akan kualitas salah satu waralaba domestik di Indonesia dengan pendekatan data mining. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis cluster dan neural network backpropagation.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa neural network lebih cepat menghafalkan karakter-karakter responden yang dibagi dalam 3 kelas, dimana kelas 1 lebih memperhatikan makanan sehat, kenyamanan, dan pelayanan restoran, serta memiliki anggota yang paling banyak. Selain itu, ditemukan 15 atribut utama yang mendapatkan nilai preferensi yang baik dari responden di kelas 1 ini. Dengan demikian, perusahaan bisa menyusun strategi pemasaran baru dalam rangka merebut pangsa pasar yang lebih besar.

.....The entry of multinational fast food franchise, especially pizza franchise, which offers great quality with better price, made our domestic franchise lost the competition. Thus, this research was conducted to find out consumer preference and the most influential attribute of a domestic fast food franchise by using data mining. The methods used in the research were cluster analysis and neural network backpropagation.

The result showed that neural network could be tested faster if the respondents were divided into 3 classes whose first class was filled with the people cared about healthy food, comfort, service, and had the most members. Besides, 15 main attributes gained better preference value from this class. With the last result, the company can build a new marketing strategy in order to grab a better market share.