

## Analisa big data untuk meningkatkan efektifitas promosi kartu kredit Bank XYZ = Big data analysis to enhance the effectiveness of Bank XYZ credit card promotion / Teguh Winarto

Teguh Winarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20495371&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Kartu kredit sebagai kartu pembayaran adalah produk yang dikeluarkan oleh bank dan menjadi pilihan favorit nasabah bank dalam melakukan transaksi secara offline dan online. Berbagai program promosi yang dilakukan oleh bank untuk meningkatkan penerbitan kartu untuk nasabah baru dan untuk menarik penggunaan kartu bagi para pemegang kartu kredit saat ini. Bank XYZ, sebagai salah satu penerbit kartu kredit, secara intensif menawarkan promosi kepada pelanggannya untuk bertransaksi menggunakan kartu kredit melalui berbagai media seperti SMS Blast maupun email notifikasi. Konten promosi yang dikirimkan ke pelanggan dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk melakukan transaksi di <em>merchant</em> manapun menggunakan kartu kredit Bank XYZ. Dengan memanfaatkan analisa Big Data dengan <em>Recency, Frequency dan Monetary </em>(RFM) dan <em>Association Rules,</em> Bank XYZ dapat mengirimkan konten promosi kartu kredit yang sesuai dengan profile pelanggan. Mengirimkan konten promosi yang sesuai dengan profil pelanggan akan meningkatkan transaksi pelanggan menggunakan kartu kredit mereka. Peningkatan transaksi ini akan berkontribusi terhadap pendapatan Bank XYZ.

<hr />

#### <b>ABSTRACT</b><br>

Credit cards as a payment card are products issued by banks and become favorite customer`s choice to pay multiple transactions offline and online. Many promotion programs are done by banks to raise card issuances for new customer and to attract card usage for current credit card holders. Bank XYZ, as one of credit card issuer in Indonesia, is intensively offering promotions to its customer to use their credit cards through communication media such as SMS blast and email notifications. Media content may affect customer decision to purchase in any <em>merchant</em> using Bank XYZ credit card. By utilizing Big Data analysis with Recency, Frequency and Monetary(RFM), and Association Rules, Bank XYZ may send credit card promotional content fit with a customer profile. Sending proper promotional content fit with a customer profile will raise customer spending using their credit cards. Transactions rising contribute to Bank XYZ revenue.</p>