

Segmentasi RFM Menggunakan Big Data Analytics pada Toko Kosmetik Online = RFM Segmentation Using Big Data Analytics on Digital Store

Meita Pusparini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534736&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmentasi RFM pada toko kosmetik online di Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis RFM (Recency, Frequency, dan Monetary) yang dilanjutkan dengan K-Means Clustering dengan menggunakan Hierarchical Clustering untuk mencari nilai k. Penelitian ini menggunakan data transaksi penjualan Makeupuccino sepanjang tahun 2017 untuk segmentasi RFM. Hasilnya menunjukkan bahwa jumlah segmentasi yang paling tepat untuk toko kosmetik online adalah 4, yang dibagi menjadi Platinum, Gold, Iron, dan Lead. Keempat segmentasi tersebut memiliki marketing objective dan program marketing yang berbeda.

.....

This research aims to identify RFM segmentation on makeup online store in Indonesia. This research uses RFM (Recency, Frequency, and Monetary) analysis and then uses K-Means Clustering with Hierarchical Clustering as the way to find *k* values. This study uses transaction on Makeupuccino (one of makeup online store in Indonesia) during 2017 to get RFM segmentation. The result shows that the best RFM segmentation for makeup online store in Indonesia is 4, that divided into Platinum, Gold, Iron, and Lead. Each of segmentation has different marketing objective and marketing program.