

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN	vii
ABSTRACT	ix
INTISARI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah	3
1.3 Keaslian penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
2.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	9
2.2 Pengertian <i>Data Mining</i>	13
2.3 Pertanyaan Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Alat dan Bahan	34
3.1.1 Alat	34
3.1.2 Bahan	34
3.2 Jalannya Penelitian	39
3.2.1 <i>Pre-Processing</i>	41
3.2.2 Klasifikasi	45
3.3 Cara Pengujian	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 <i>Pre-Processing</i>	60
4.3 Klasifikasi	63
4.4 Pengujian	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85