

## ABSTRAK

Seiring dengan tingginya tingkat kompetisi bisnis saat ini, perusahaan surat kabar pun menghadapi banyak pesaing yang memiliki daya tariknya masing-masing untuk merebut para pelanggan. Pada tahun 2011, jumlah pembaca surat kabar XYZ lebih rendah dibandingkan dengan surat kabar pesaing. Selain itu, apabila dilihat dari cara memperoleh surat kabar XYZ pada tahun 2010, jumlah pembaca yang memperoleh surat kabar secara eceran (49,4%) lebih besar dari pada jumlah pembaca yang memperoleh surat kabar secara berlangganan (24,1%). Maka dari itu, surat kabar XYZ membutuhkan program yang tepat untuk mempertahankan jumlah pembaca yang sudah berlangganan dan menarik pembaca eceran menjadi berlangganan, sehingga dalam penelitian ini akan dilakukan segmentasi pelanggan dengan menggunakan metode *K-means Algorithm* pada teknik *data mining*. Segmentasi pelanggan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Modeler 14.2*. Dalam metode *K-means Algorithm*, jumlah *cluster* harus ditentukan sendiri, sehingga untuk mendapatkan jumlah *cluster* yang optimal akan dilakukan dengan menggunakan metode *trial and error*.

Atribut yang menjadi *data input* dalam pemodelan segmentasi pelanggan adalah jenis kelamin, z-usia (atribut usia yang telah dinormalisasi), pendidikan, pekerjaan, rata-rata pengeluaran, hobi, pola baca, dan jenis pembaca (langganan atau eceran). Atribut yang berpengaruh dalam segmentasi akan dilihat berdasarkan *predictor importance* yang memiliki nilai sebesar 1. Hasil *predictor importance* menunjukkan bahwa atribut yang paling berpengaruh adalah hobi, jenis kelamin, jenis pembaca (langganan atau eceran), dan pekerjaan. Program yang akan diberikan kepada pembaca surat kabar XYZ adalah program loyalitas untuk mempertahankan pembaca yang berlangganan dan program loyalitas untuk menarik pembaca eceran yang memiliki potensi untuk menjadi pembaca berlangganan.

Kata Kunci : *Data mining, K-means Algorithm, Segmentasi pelanggan*