

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI	ix
DAFTAR TABEL	x
Bab I Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	3
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	4
I.5 Batasan Masalah	4
I.6 Sistematika Penelitian	5
Bab II LANDASAN TEORI	6
II.1 Customer Churn	6
II.2 Data Mining	7
II.3 Algoritma Naive Bayes	10
II.4 RFM Analisis	11
II.5 Confusion Matrix	12
II.6 F1-Measure	13
II.7 <i>K-Fold Cross Validation</i>	14
II.8 Penelitian Terkait	15
Bab III SISTEMATIKA PENELITIAN	18
III.1 Konseptual Model	18
III.2 Sistematika Penelitian	18
III.2.1 Identifikasi Masalah	20
III.2.2 Analisa Kebutuhan Dan Perancangan	20

III.2.3	Implementasi Dan Hasil.....	20
Bab IV	ANALISA KEBUTUHAN DAN PERANCANGAN.....	22
IV.1	Pengumpulan Data.....	24
IV.1.1	Ekstraksi <i>Dataset</i>	25
IV.1.2	Seleksi Atribut.....	25
IV.1.3	Penggabungan <i>Dataset</i>	26
IV.2	Data <i>Pre-processing</i>	27
IV.2.1	RFM Analisis.....	28
IV.2.2	Labeling.....	32
IV.2.3	Data Cleansing.....	33
IV.2.4	Tranformasi Data.....	38
IV.3	Pembagian <i>Dataset</i>	40
Bab V	IMPLEMENTASI DAN HASIL.....	42
V.1	Implementasi <i>Naive Bayes</i>	42
V.2	Hasil Akurasi.....	42
V.3	Evaluasi Model.....	43
V.3.1	Confusion Matrix.....	43
V.3.2	<i>F1-measure</i>	45
V.3.3	<i>K-fold Cross Validation</i>	46
Bab VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
VI.1	Kesimpulan.....	48
VI.2	Saran.....	49
	DAFTAR PUSTAKA.....	50