

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	15
1.4 Batasan Masalah	16
1.5 Metodologi Penelitian	16
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Dasar Teori	17
2.2.1 Parfum Sepatu	17
2.2.2 <i>Data Mining</i>	18
2.2.3 <i>Fuzzy C-Means Clustering</i>	18
2.2.4 <i>Metrik Clustering (Evaluasi Hasil Clustering)</i>	22
BAB 3 METODOLOGI	23
3.1 Metode yang Digunakan.....	23
3.1.1 Data	23
3.1.2 Konversi Data dari Kategorik ke Numerik	24
3.1.3 Proses Klasterisasi FCM	24
3.1.4 Analisis dan visualisasi data.....	24
3.2 Alat dan Bahan Penelitian	24
3.3 Prosedur Penelitian	25
3.3.1 Studi Literatur	26
3.3.2 Pengumpulan Data	26
3.3.3 Pra Proses Data.....	27
3.3.4 Klastering Data.....	27

3.3.5	Pengujian Kualitas Klaster	28
3.3.6	Visualisasi Klaster.....	28
3.3.7	Analisis Segmentasi	28
3.3.8	Tampilan Dashboard	29
3.4	Jadwal Penelitian	29
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1	Hasil Pengumpulan Data	31
4.1.1	Hasil Pengolahan Data	31
4.1.2	Pre-Processing.....	32
4.1.3	Analisis Hasil	39
4.2	Implementasi Website	40
4.2.1	Dashboard Website	40
4.2.2	Halaman About us.....	40
4.2.3	Halaman Product.....	41
4.2.4	Halaman Clustering Question	41
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran	42
	DAFTAR PUSTAKA.....	44
	LAMPIRAN.....	46
	BIODATA PENULIS.....	47