

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN INDUSTRI
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)
SEMARANG

Program Studi Teknik Informatika
Skripsi Sarjana Komputer

**RANCANG BANGUN SISTEM CRM MENGGUNAKAN METODE
CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK PADA ONLINESHOP
SECONDALLDAY**

KRISSTAL TIYANA
18.01.53.2034

ABSTRAK

Toko Secondallday adalah toko yang menawarkan produk berupa pakaian bekas. Pemberitahuan dari mulut ke mulut dan platform media sosial seperti Instagram dan Twitter masih menjadi saluran pemasaran utama yang dipakai Secondallday untuk menjual produknya. Hal ini mengakibatkan masalah, karena penjualan dilaksanakan secara manual, dan pembeli memerlukan banyak waktu untuk mendapat tanggapan dari penjual. Akibatnya, konsumen bisa jadi menjadi tidak tertarik untuk membeli barang sebagai imbas dari penundaan ini.. Tujuan penelitian ini yaitu membuat toko online yang mempunyai fitur customer relationship management berupa pemanfaatan kecerdasan buatan untuk memprediksi barang yang kemungkinan disukai pelanggan sangat bermanfaat sekali karena rekomendasi barang membantu pelanggan untuk memilih dan menentukan barang sesuai selera. Penulis menggunakan metode pendekatan customer relationship management untuk meningkatkan interaksi antara penjual dengan pembeli dan juga memanfaatkan algoritma Convolutional Neural Network (CNN) untuk memprediksi barang yang kemungkinan disukai pembeli berdasarkan gambar pakaian yang sedang dilihat oleh calon pembeli.

Kata Kunci: Toko Online, Kecerdasan Buatan, Convolutional Neural Network, Customer Relationship Management

*DESIGN AND BUILD CRM SYSTEM USING
CONVOLUTIONAL NEURAL NETWORK METHOD ON SECONDALLDAY
ONLINESHOP*

ABSTRACT

Secondallday store is a store that offers products in the form of used clothes. Word of mouth and social media platforms such as Instagram and Twitter are still the main marketing channels used by Secondallday to sell their products. This causes problems, because sales are executed manually, and buyers need a lot of time to get a response from the seller. As a result, consumers may become disinterested in buying goods as a result of this delay. The purpose of this study is to create an online store that has customer relationship management features in the form of using artificial intelligence to predict items that customers might like. This is very useful because product recommendations help customers to choose and determine the goods according to his taste. The author uses a customer relationship management approach to increase the interaction between sellers and buyers and also utilizes the Convolutional Neural Network (CNN) algorithm to predict items that are likely to be liked by buyers based on images of clothes that are being seen by potential buyers.

Keywords: Online Store, Artificial Intelligence, Convolutional Neural Network, Customer Relationship Management

Mengetahui:
Pembimbing



Mardi Siswo Utomo, S.Kom, M.Cs
NIDN 0626127501