

## INTISARI

Penelitian ini membahas tentang penggunaan algoritma data mining Naïve Bayes pada data penjualan produk cat tembok di Toko Cat Laman Jaya dengan tujuan untuk membantu pemilik bisnis dalam memprediksi minat beli konsumen. Dalam pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa aspek atribut dari produk. Berdasarkan sistem yang berjalan saat ini permasalahan utama yang dihadapi oleh Toko Cat Laman Jaya adalah bagaimana memprediksi atau mengetahui minat beli konsumen atas penjualan barang milik mereka di masa mendatang berdasarkan data yang telah direkam sebelumnya. Oleh karena itu, penting membangun sebuah model yang dapat digunakan untuk memprediksi minat konsumen terhadap cat tembok. Algoritma klasifikasi Naïve Bayes dipilih sebagai metode untuk memproses informasi dan menghasilkan prediksi minat beli konsumen yang lebih akurat. Penelitian menggunakan 360 dataset, dengan split data terbagi menjadi 70%, 80% dan 90% data training dan 30%, 20%, 10% data testing. Proses perhitungan dilakukan secara manual dan dibantu dengan Google Colabs. Hasil perhitungan dari split data menghasilkan split data 70% yang memiliki nilai paling baik dengan nilai akurasi 85,2% presisi 89,3% dan recall 94,7%. Temuan ini memiliki implikasi positif untuk Toko Cat Laman Jaya, karena dapat membantu dalam mengetahui minat beli konsumen. Dengan adanya hasil tersebut, pemilik bisnis dapat memperoleh wawasan yang lebih baik dalam mengelola produk dan memperbaiki strategi penjualan mereka. Informasi hasil penelitian dapat disampaikan kepada pihak Toko Cat Laman Jaya, memberikan dasar yang solid untuk pengambilan keputusan yang lebih baik di masa depan. Dengan demikian, penerapan algoritma data mining, khususnya Naïve Bayes, diharapkan dapat mengetahui minat beli konsumen.

Kata kunci: Naïve bayes, data mining, minat beli, konsumen.

## **ABSTRACT**

*This research discusses the use of the Naïve Bayes data mining algorithm on wall paint product sales data at the Laman Jaya Paint Shop with the aim of helping business owners predict consumer buying interest. Consumer purchases are influenced by several aspects of product attributes. Based on the current system, the main problem faced by the Laman Jaya Paint Shop is how to predict or find out consumer buying interest in future sales of their goods based on previously recorded data. Therefore, it is important to build a model that can be used to predict consumer interest in wall paint. The Naïve Bayes classification algorithm was chosen as a method to process information and produce more accurate predictions of consumer purchasing interest. The research used 360 datasets, with data split into 70%, 80% and 90% training data and 30%, 20%, 10% testing data. The calculation process is carried out manually and assisted with Google Colabs. The calculation results from split data produce split data of 70% which has the best value with an accuracy value of 85.2%, precision of 89.3% and recall of 94.8%. This finding has positive implications for the Laman Jaya Paint Shop, because it can help determine consumer buying interest. With these results, business owners can gain better insight into managing products and improve their sales strategies. Information from the research results can be conveyed to the Laman Jaya Paint Shop, providing a solid basis for making better decisions in the future. Thus, the application of data mining algorithms, especially Naïve Bayes, is expected to be able to determine consumer buying interests.*

*Keywords: Naïve bayes, data mining, purchase interest, consumers.*