

ABSTRAK

Peningkatan usaha jual beli mobil saat ini yang sangat pesat menjadikan persaingan bisnis jual beli mobil yang semakin kompetitif. Hal ini menyebabkan pengelola bisnis mobil berupaya keras dalam memilih strategis yang tepat untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Terkait dengan hal tersebut maka perencanaan komunikasi pemasaran agar bisa sukses harus didasarkan pada suatu konsep komunikasi yang baik untuk bisa memenangkan hari konsumen tidak hanya mengandalkan mutu atau kualitas produk yang bagus saja tetapi juga harus mengkomunikasikan produk-produknya hal ini dikarenakan konsumen yang cerdas dalam menentukan pilihannya. Mobil pada saat ini memiliki banyaknya tipe dari setiap mobil contoh nya ada LCGC, Sedan, CityCar, MPV, dan masih banyak lagi. Dengan adanya berbagai jenis tipe ini sehingga membingungkan ketika memilih mobil yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing

Sistem rekomendasi merupakan sebuah sistem yang bertujuan untuk membantu dalam memberikan rekomendasi terbaik bagi pengguna. Salah satu metode yang dipakai dalam mengukur rating dalam penelitian ini adalah Item-Based Filtering dan Content-Based Filtering yang digunakan untuk membuat rekomendasi mobil. Data yang digunakan diambil dari kegiatan wawancara secara langsung kepada konsumen yang sedang kesusahan dalam mencari mobil yang sesuai dengan kebutuhannya. Hasil dari penelitian ini berupa sistem rekomendasi mobil yang sudah bisa memberikan rekomendasi berdasarkan hitungan Cosine Similarity dan untuk nilai Mean Absolute Error sebesar 0,6 yang cukup baik untuk nilai error dari sistem

Kata kunci :Mobil, sistem rekomendasi, Item-Based Filtering, Content-Based Filtering, Adjusted Cosine Similarity, Mean Absolute Error.

ABSTRACT

The current very rapid increase in the car buying and selling business has made the car buying and selling business increasingly competitive. This causes car business managers to try hard to choose the right strategy to attract as many consumers as possible. Related to this, marketing communications planning in order to be successful must be based on a good communication concept to be able to win the consumer's day, not only relying on good product quality but also having to communicate about the products. This is because consumers are smart in making their choices. . Currently, there are many types of cars, for example LCGC, Sedan, CityCar, MPV, and many more. With the existence of various types, it can be confusing when choosing the car you want according to your individual needs

A recommendation system is a system that aims to help provide the best recommendations for users. One of the methods used to measure ratings in this research is Item-Based Filtering and Content-Based Filtering which are used to make car recommendations. The data used was taken from direct interviews with consumers who were having difficulty finding a car that suited their needs. The results of this research are a car recommendation system that can provide recommendations based on Cosine Similarity calculations and a Mean Absolute Error value of 0.6 which is quite good for the error value of the system.

Keywords: Cars, recommendation systems, Item-Based Filtering, Content-Based Filtering, Adjusted Cosine Similarity, Mean Absolute Error.