

ABSTRAK

Analisis Perubahan Permintaan dan Efektivitas Konversi Transaksi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Studi Kasus *Shopee* dengan Algoritma *Fuzzy C-Means* adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami pola permintaan dan konversi transaksi di platform *e-commerce*. Dengan perkembangan pesat penggunaan internet dan *e-commerce*, analisis perilaku konsumen menjadi sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan algoritma *Fuzzy C-Means* untuk mengelompokkan data berdasarkan atribut seperti lokasi, harga produk, jumlah penjualan, dan rating pelanggan. Algoritma *Fuzzy C-Means* memungkinkan untuk menangani data yang ambigu dan mengidentifikasi pola yang signifikan dalam transaksi dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma ini berhasil mengelompokkan data ke dalam tiga *cluster* utama: *cluster* pertama memiliki harga rata-rata Rp 120.000, jumlah terjual rata-rata 5.000 unit, dan rating rata-rata 4.8; *cluster* kedua memiliki harga rata-rata Rp 140.000, jumlah terjual rata-rata 3.000 unit, dan rating rata-rata 4.7; *cluster* ketiga memiliki harga rata-rata Rp 130.000, jumlah terjual rata-rata 4.000 unit, dan rating rata-rata 4.9. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan *e-commerce* untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kualitas layanan berdasarkan analisis perubahan permintaan dan efektivitas konversi transaksi.

Kata Kunci : Fuzzy C-Means, konversi transaksi, kepuasan pelanggan, *e-commerce*, analisis permintaan..