ABSTRAK

Perkembangan situs *e-commerce* semakin besar seiring dengan semakin canggih dan nyamannya dalam penggunaan teknologi yang diberikan. Tidak terpungkiri data web di internet sangat besar. Namun, semua data ini hanya akan berharga apabila dapat menemukan informasi menarik yang terkandung di dalamnya. Dari sisi *online retailer* tentu saja ini menjadi sebuah potensi yang besar untuk dapat memahami keinginan dan permintaan *e-customer* yang semakin beragam. *Session prediction* menjadi sebuah isu yang saat ini menjadi area riset yang aktif. Dengan mengetahui apakah *e-customer* hanya akan melihat-lihat saja atau hingga membeli, sebuah situs *e-commerce* dapat memberikan sistem yang lebih baik.

Support Vector Machine telah diteliti sebagai metode yang paling cocok untuk klasifikasi *user* dalam sebuah web. *Support Vector Machine* dikenal dengan tekniknya dalam menangani permasalahan dimensi data yang tinggi, hal ini dikarenakan fungsi *hyperplane* yang mampu mengubah *input space* ke dalam *feature space* dengan dimensi yang lebih tinggi lagi. Kemudian, dilakukannya pengelompokan pola navigasi *user* dengan menggunakan teknik *Fuzzy Clustering* yang telah dibuktikan efektif dalam menangani ambiguitas dalam data. *Fuzzy C-Means Clustering* menjadi pilihan sebagai metode yang akan diimplementasikan dalam pengerjaan tugas akhir ini untuk mencari informasi dan menganalisis dari pola navigasi *user*.

Kata Kunci: *Session Prediction, E-Commerce, Support Vector Machine, Fuzzy Clustering, Fuzzy C-Means*