

ABSTRAK

Jumlah penjualan mobil pada e-commerce saat ini mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya penggunaan Internet di Indonesia. Pembelian mobil di Indonesia saat ini sedang meningkat khususnya pada mobil bekas, yang menjadi suatu kebutuhan masyarakat yang didasari dari adanya kebijakan pengaturan lalu lintas mobil dengan sistem ganjil-genap yang saat ini diterapkan di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari karakteristik cluster yang terbentuk di situs e-commerce untuk memprediksi seberapa tepat segmentasi penjualan mobil. Data dikumpulkan dari dua situs terbesar e-commerce pada penjualan dan pembelian mobil di Indonesia. Model cluster dilakukan menggunakan metode K-Means dan Davies Bouldin index sebagai hasil dari evaluasi cluster yang terbentuk. Hasil yang terbentuk pada kedua cluster adalah, cluster pertama memiliki karakteristik dengan harga jual menengah dan tahun produksi mobil lama sampai terbaru. Dan Cluster kedua memiliki karakteristik dengan harga lebih tinggi pada produksi tahun mobil terbaru. Dari hasil penelitian ini, nilai evaluasi yang didapatkan dari Davies Bouldin Index adalah cukup baik pada kedua model.

Kata kunci: Big Data, Clustering, K-Means, E-Commerce