

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya, buku, ataupun jurnal. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan topik.

Pada penelitian yang dilakukan pada tahun 2016, dimana penelitian tersebut adalah prediksi potensi pemasaran produk baru dengan metode *naïve bayes classifier* dan regresi linear. Pada penelitian tersebut penulis melakukan penelitian untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut. *Naïve bayes classifier* dan regresi linear digunakan untuk mengetahui tingkat kedekatan terbesar dilakukannya pengambilan data penjualan produk serta daerah pemasaran yang ditampilkan sebagai prediksi bagi produk baru perusahaan tersebut. Dari hasil penelitian tersebut tercipta sebuah produk baru dari perusahaan tersebut sehingga meningkatkan penjualan alternatif bagi perusahaan tersebut[5].

Selain itu pada penelitian lainnya yang dilakukan pada tahun 2019, dimana penelitian tersebut adalah analisis prediksi masa studi mahasiswa yang menggunakan algoritma *naïve bayes*. Penulis melakukan penelitian guna untuk menganalisa dan memprediksi lama masa studi mahasiswa yang dapat dijadikan acuan dalam pengadaan sarana dan prasarana perkuliahan. Metode yang menggunakan *naïve bayes* tersebut akan diimplementasikan pada data kelulusan universitas tersebut. Hasil dari penelitian tersebut adalah nilai akurasi yang dapat dimanfaatkan sebagai strategi dalam meningkatkan kualitas pembelajaran universitas tersebut[6].

Kemudian pada penelitian lainnya yang dilakukan pada tahun 2018, terdapat penelitian yang menggunakan metode *naïve bayes*, yaitu aplikasi prediksi usia kelahiran. Dalam penelitian tersebut bertujuan membuat aplikasi prediksi yang dapat membantu pasien dalam mengetahui usia kelahirannya dan mengantisipasi hal yang tidak diinginkan kedepannya. Metode yang digunakan yaitu *naïve bayes* dengan variabel faktor yang dialami oleh ibu hamil. Hasil penelitian tersebut merupakan aplikasi yang memprediksi usia kelahiran dengan nilai prediksi yang sudah tertera[7].

Setelah itu terdapat penelitian yang dilakukan pada tahun 2016, penelitian tersebut melakukan prediksi pengguna jasa operator seluler yang berdasarkan beberapa indikator, cuaca, jarak relatif terhadap lokasi acara, serta apakah jasa tersebut merupakan termasuk pelanggan pasca bayar atau tidak. Pengujian dari penelitian ini menggunakan tiga metode klasifikasi, yakni *naïve bayes*, *decision tree*, dan *oneR*. Hasil dari penelitian ini merupakan nilai prediksi dari setiap percobaan dengan tingkat akurasi yang berbeda-beda dan dibandingkan dari tiga metode yang digunakan[8].

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa metode *naïve bayes* memiliki peran penting untuk menghitung nilai-nilai dan variabel yang ada dan menghasilkan nilai prediksi yang akurat agar dapat mengerti prediksi yang baik dan benar. Oleh karena itu penulis akan melakukan prediksi perilaku konsumen dalam melakukan “*top-up*” di dalam *game genshin impact* dengan metode *naïve bayes classifier*. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan sebelumnya terletak pada cara menghitung nilai prediksinya dan hasil nilai prediksinya.

Perbandingan prediksi dengan menggunakan metode *naïve bayes* yang pernah dilakukan sebelumnya dapat dilihat dalam tabel 2.1 sebagai berikut :

Tabel 2.1 Metode *Naïve Bayes* untuk Analisis Prediksi

Unsur Pemanding	Literasi				
	Andini, Witanti, Renaldi[5]	Prabowo, Kodar[6]	Indraswari, Kurniawan[7]	As'ad[8]	Afiq(2022)*)
Judul Penelitian	Prediksi Potensi Pemasaran Produk Baru dengan <i>Metode Naïve Bayes Classifier</i> dan Regresi Linear	Analisis Prediksi Masa Studi Mahasiswa Menggunakan Algoritma <i>Naïve Bayes</i>	Aplikasi Prediksi Usia Kelahiran Dengan Metode <i>Naïve Bayes</i>	<i>Decision Prediction Using Classification Method Naive Bayes, ONE-R, And Decision Tree</i>	Prediksi Perilaku Konsumen “ <i>Top-Up</i> ” Di Grup Facebook Pada Game <i>Genshin Impact</i> Dengan Metode <i>Naïve Bayes</i>
Tujuan	Membuat produk baru dengan mengetahui tingkat kedekatan spesifikasi antara produk dengan metode <i>Naïve Bayes classifier</i> dan Regresi Linear.	Penelitian yang dilakukan untuk menganalisa dan memprediksi lama masa studi mahasiswa sehingga dapat dijadikan acuan dalam pengadaan sarana dan prasarana perkuliahan.	Tujuan dari penelitian ini membuat aplikasi prediksi yang akan dapat membantu pasien dalam mengetahui usia kelahirannya dan mengantisipasi hal yang tidak diinginkan kedepannya.	Pengujian prediksi terhadap jasa operator seluler berdasarkan beberapa indikator, cuaca, jarak relatif terhadap lokasi acara, pengujian ini dilakukan dengan tiga metode klasifikasi	Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah konsumen melakukan <i>top up</i> untuk game dengan cara menggunakan kuesioner sebagai data utama dan mencari nilai prediksi.
Metode	<i>Naïve Bayes Classifier</i> , Regresi Linear.	<i>Naïve Bayes</i>	<i>Naïve Bayes</i>	<i>Naïve bayes, oneR, decision tree.</i>	<i>Naïve Bayes</i>
Hasil	Menentukan daerah pemasaran penjualan produk dengan dua	Hasil dari penelitian tersebut merupakan nilai prediksi akurasi yang	Hasil dari penelitian ini merupakan sebuah aplikasi yang dapat	Hasil dari penelitian ini menunjukkan prediksi dari setiap percobaan	Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan konsumen dalam

	<p>metode diatas. Menggunakan produk sebelumnya dijadikan data latih untuk melakukan prediksi penjualan bagi produk baru.</p>	<p>dimanfaatkan sebagai strategi dalam meningkatkan kualitas pembelajaran di universitas tersebut</p>	<p>memprediksi usia kelahiran dengan nilai akurasi yang tertinggi.</p>	<p>dengan tingkat akurasi prediksi berbeda-beda dan dibandingkan nilainya setiap metode yang digunakan.</p>	<p>melakukan transaksi atau <i>top up</i> pada <i>game</i> itu memuaskan atau mengecewakan. Kemudian menunjukkan nilai prediksi dari uji tunggal itu sendiri.</p>
--	---	---	--	---	---

