

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan kampanye yang dilakukan oleh sebuah bank. Dengan menganalisis data kegiatan kampanye tersebut, diperoleh beberapa fitur-fitur penting yang harus diperhatikan oleh bank untuk meningkatkan kualitas kampanye berikutnya. Fitur-fitur tersebut digunakan untuk membantu bank melihat segmen apa saja yang penting dari klien/nasabah bank tersebut yang perlu diperhatikan sehingga menjadi fokus/target bank kepada klien untuk ditawarkan membuka akun bank deposito berjangka. Adapun metode yang digunakan adalah *Machine Learning* dengan model *Gradient Boost Classifier*, dimana metode ini bekerja untuk mengklasifikasikan sehingga mampu memperoleh sebuah klasifikasi. Hasil yang diperoleh dari analisis ini bahwa *Gradient Boost Classifier* adalah model dengan nilai *accuracy* 90.33% dengan hasil untuk mengklasifikasikan data. Fitur penting perolehannya adalah: *duration*, *pdays*, *contact*, *month*, *poutcome* dan *housing* secara berurutan. Segmen klien yang diperoleh untuk menjadi fokus/target membuka akun rekening deposito berjangka adalah klien dengan kategori umur 20an atau lebih mudan dan 60 an atau lebih tua, dengan status pekerjaan pelajar dan pensiunan, dan tidak memiliki pinjaman pribadi.

Kata Kunci : Kampanye *marketing*, perbankan, deposito berjangka, *gradient boost classifier*, perekonomian, *machine learning*