KEPUTUSAN PENGGUNAAN *EXPLAINABLE MECHINE LEARNING* DALAM OPTIMILISASI *STRATEGY* PEMASARAN PREDIKTIF DI PT AXIATA DIGITAL ANALYTIC

SKRIPSI

Nama : Shanty Salman

NIM : 43122120067

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

KEPUTUSAN PENGGUNAAN *EXPLAINABLE MECHINE LEARNING* DALAM OPTIMILISASI *STRATEGY* PEMASARAN PREDIKTIF DI PT AXIATA DIGITAL ANALYTIC

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta

SKRIPSI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Shanty Salman

NIM : 43122120067

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh tulisan dan pernyataan dalam skripsi ini :

Judul	:	KEPUTUSAN PENGGUNAAN EXPLAINABLE MECHINE LEARNING DALAM OPTIMILISASI STRATEGY PEMASARAN PREDIKTIF DI PT AXIATA DIGITAL ANALYTIC
Nama	:	Shanty Salman
N I M.	:	43122120067
Program	:	S1 Manajemen
Tanggal	:	7 Maret 2026

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian terhadap data perusahaan yang menjadi sampel penelitian, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Maret 2026



Shanty Salman

MERCU BUANA	**BIRO PERPUSTAKAAN** **UNIVERSITAS MERCU BUANA**	Q

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: SHANTY SALMAN
NIM	: 43122120067
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: KEPUTUSAN PENGGUNAAN EXPLAINABLE MECHINE LEARNING DALAM OPTIMILISASI STRATEGY PEMASARAN PREDIKTIF DI PT AXIATA DIGITAL ANALYTIC
Hasil Pengecekan Turnitin	: 26%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **26%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 24 February 2026
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Februari/24/0000000836/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Shanty Salman
NIM	:	43122120067
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	KEPUTUSAN PENGGUNAAN EXPLAINABLE MECHINE LEARNING DALAM OPTIMILISASI STRATEGYPEMASARAN PREDIKTIF DI PT AXIATA DIGITAL ANALYTIC

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0318037704

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi S1 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266166

Scan QR or click here to Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Keputusan penggunanan *explainable mechine learning* dalam optimilisasi *startegy* pemasaran prediktif di PT Axiata Digital Analytic" Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih khususnya kepada Bapak Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M selaku dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat dan nasehat yang bermanfaat sebagai salah satu faktor terselesaikannya skripsiskripsi ini.

Dalam kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moral serta material dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Para Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang penuh kesabaran bersedia membantu segala urusan

administrasi selama penulis kuliah.

6. Seluruh karyawan PT. Axiata Digital Analytic yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Untuk Ibu Khairani, Adinda Muhammad Ihsan, Serta Suami tercinta Syachrul Sani terimakasih telah mempercayakan semua keputusan yang telah penulis ambil untuk melanjutkan mimpi-mimpinya. Serta doa support dan motivasi yang selalu membuat penulis percaya bahwa mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
8. Kepada kedua Ananda penulis Syafina Alesha & Syahanna Arsyila yang senantiasa memberikan dukungan untuk penulis dalam penyelesaian skripsi ini hingga selesai.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendoakan dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis terbuka bagi pihak yang ingin memberikan kritik dan saran. Dengan demikian, penulis akan menjadikannya sebagai referensi persepsi, perspektif dan pembelajaran atas respon dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dikemudian hari.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Maret 2026



Shanty Salman

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Shanty Salman
NIM	:	43122120067
Program Studi	:	S1 Manajemen
Judul Skripsi	:	KEPUTUSAN PENGGUNAAN EXPLAINABLE MECHINE LEARNING DALAM OPTIMILISASI STRATEGY PEMASARAN PREDIKTIF DI PT AXIATA DIGITAL ANALYTIC

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (***Non-exclusive Royalty-Free Right***) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Maret 2026



Shanty Salman

UNIVERSITAS MERCU BUANA

ABSTRAK

Perkembangan Big Data Analytics dan Explainable Artificial Intelligence (XAI) telah mendorong transformasi strategi pemasaran berbasis data, khususnya dalam meningkatkan efektivitas segmentasi dan penargetan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Big Data Analytics, kemudahan penggunaan Explainable AI, dan kepercayaan pada XAI terhadap efektivitas strategi penargetan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Sampel penelitian diperoleh menggunakan teknik convenience sampling dari klien atau pengguna layanan analitik pemasaran berbasis Big Data Analytics dan Explainable AI dengan jumlah sampel 168 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Big Data Analytics dan kemudahan penggunaan Explainable AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas strategi penargetan pelanggan. Namun, kepercayaan pada XAI tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas strategi penargetan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek teknologi dan kemudahan penggunaan lebih dominan dibandingkan faktor psikologis kepercayaan dalam konteks implementasi analitik pemasaran berbasis XAI. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur pemasaran berbasis teknologi serta kontribusi praktis bagi perusahaan dalam mengoptimalkan pemanfaatan Big Data Analytics dan Explainable AI untuk meningkatkan akurasi segmentasi pelanggan.

Kata kunci: Big Data Analytics, Explainable AI, Kepercayaan Teknologi, Segmentasi Pelanggan, SEM-PLS.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The development of Big Data Analytics and Explainable Artificial Intelligence (XAI) has driven the transformation of data-driven marketing strategies, particularly in improving the effectiveness of customer segmentation and targeting. This study aims to analyze the influence of Big Data Analytics, the ease of use of Explainable AI, and trust in XAI on the effectiveness of customer targeting strategies. The research method employed is a quantitative approach using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS). The research sample was obtained through a convenience sampling technique from clients or users of marketing analytics services based on Big Data Analytics and Explainable AI, with a total sample of 168 respondents. The results indicate that Big Data Analytics and the ease of use of Explainable AI have a positive and significant effect on the effectiveness of customer targeting strategies. However, trust in XAI does not have a significant effect on the effectiveness of customer targeting strategies. These findings suggest that technological aspects and ease of use are more dominant than psychological trust factors in the context of implementing XAI-based marketing analytics. This study is expected to provide theoretical contributions to the development of technology-based marketing literature as well as practical contributions for companies in optimizing the utilization of Big Data Analytics and Explainable AI to improve the accuracy of customer segmentation.

Keywords: *Big Data Analytics, Explainable AI, Technology Trust, Customer Segmentation, SEM-PLS.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiiii**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah 18
C. Tujuan Penelitian 18
D. Kontribusi Penelitian 19
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS **21**
A. Kajian Pustaka 21
B. Kerangka Pemikiran 41
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN **48**
A. Objek Penelitian 48
B. Desain Penelitian 49
C. Operasionalisasi Variabel 49
D. Sumber Data 52
E. Populasi dan Sampel 53

UNIVERSITAS MERCU BUANA

F. Metode Analisis Data.....54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 58
A. Hasil 58
B. Pembahasan.....77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 83
A. Kesimpulan 83
B. Saran 84
DAFTAR PUSTAKA.....86
LAMPIRAN.....91

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Survey Negara yang Excited Tentang AI.....2
Gambar 1.2 Contoh Big Data 3
Gambar 1.3 Contoh Bentuk Dashboard.....4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 47

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurvey 10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 33
Table 3.1 Operasionalisasi Variabel 50
Table 4.1 Karakteristik Responden 58
Table 4.2 Karakteristik Variabel Efektivitas Segmentasi Pelanggan 61
Table 4.3 Karakteristik Variabel Big Data Analytics 63
Table 4.4 Karakteristik Variabel Kemudahan Penggunaan dan Kemudahan Explainable AI 64
Table 4.5 Karakteristik Variabel Kepercayaan Pada XAI 66
Table 4.6 Hasil Outer Loading 68
Table 4.7 Hasil Construct Reliability and Validity 70
Table 4.8 Hasil Cross Loading 72
Table 4.9 Hasil R-Square 74
Table 4.10 Hasil F-Square 75
Table 4.11 Hasil Path Coefficient 76

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Olah Data 91

Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel Big Data Analytics 93

Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Kemudahan Pengguna dan Kegunaan Explainable AI.....98

Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Kepercayaan Pada AI 102

Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Efektivitas Strategi Penargetan Pelanggan 107

UNIVERSITAS
MERCU BUANA