

zenius

Kampus  
Merdeka  
INDONESIA JAYA

# Final Project Presentation

Nomor Kelompok: 7

Nama Mentor: Aditya Bariq

Nama:

- Mhd. Arsyia Fikri
- Rhisa Adika Putri

Machine Learning Class

Program Studi Independen Bersertifikat  
Zenius Bersama Kampus Merdeka



- 1. Latar Belakang**
- 2. Explorasi Data dan Visualisasi**
- 3. Modelling**
- 4. Kesimpulan**

# Latar Belakang

# Latar Belakang Project

Sumber Data: <https://www.kaggle.com/datasets/hellbuoy/car-price-prediction>

Problem: **Regression**

Tujuan:

- Memprediksi “Harga Mobil” berdasarkan spesifikasi dan *brand* mobil.

# Explorasi Data dan Visualisasi

# Business Understanding

- Harga mobil sangat bervariasi dari yang murah hingga mahal.
- Harga mobil dipengaruhi oleh banyak hal, seperti spesifikasi dan keadaan mobil.
- Calon pelanggan tertarik dengan mobil yang memiliki harga sebanding dengan spesifikasinya.
- Semakin bersaing harga, maka semakin menarik minat calon pelanggan untuk memilih mobil.
- Sehingga, perusahaan mobil perlu melakukan penyesuaian harga jual dan kualitas produksi mobil.

# Data Cleansing

- Dataset terdiri dari: 26 kolom (10 kategorikal, 16 numerikal) dan 205 baris, serta tidak ada *missing data*. Dataset perlu dibersihkan karena terdapat beberapa kesalahan data.

# Data Cleansing

Kesalahan pada dataset:

- Kolom *symboling* bertipe numerik. Solusinya adalah mengganti tipe data kolom *symboling*.
- Kolom *CarName* memiliki banyak *brand* dan model mobil yang berbeda-beda. Solusinya adalah hanya menggunakan nama *brand* mobil.

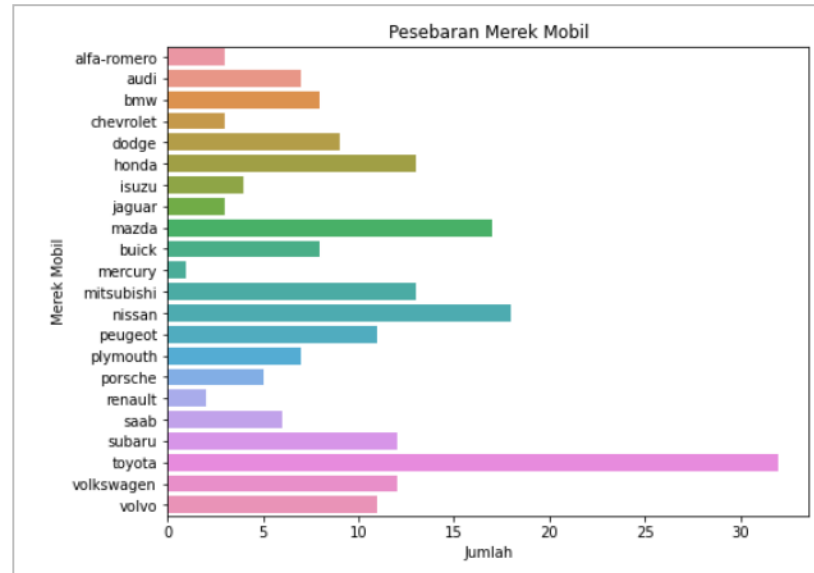


# Data Cleansing

- Pada data *brand* mobil, terdapat kesalahan penulisan. Sehingga perlu untuk memperbaiki kesalahan penulisan data tersebut.
- Kolom *car\_ID* tidak digunakan sebagai features karena tidak memiliki pengaruh, sehingga kolom tersebut dihapus.

# Exploratory Data Analysis

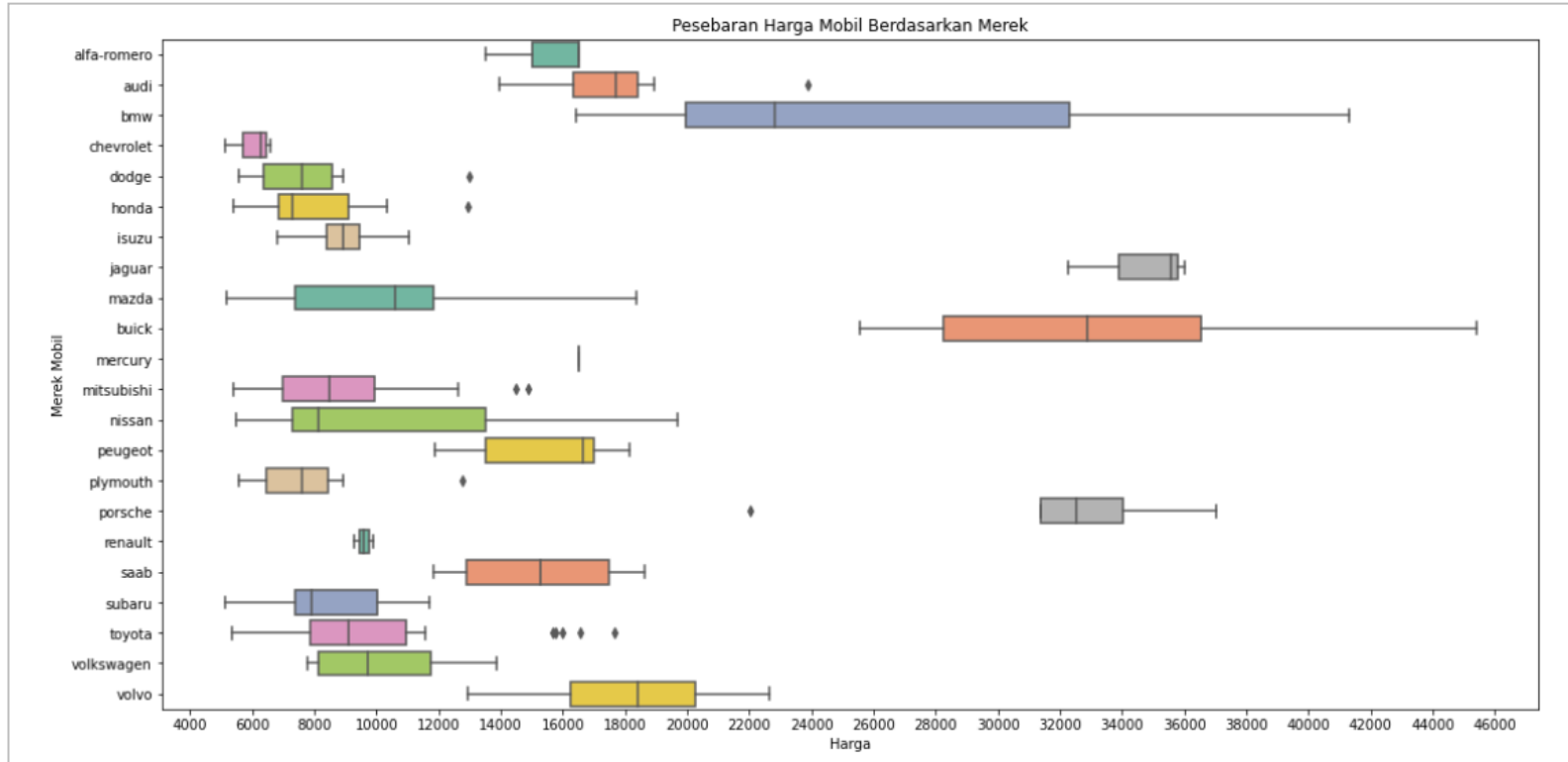
- Data mobil yang paling banyak adalah *brand* Toyota dan yang paling sedikit adalah *brand* Mercury.



# Exploratory Data Analysis

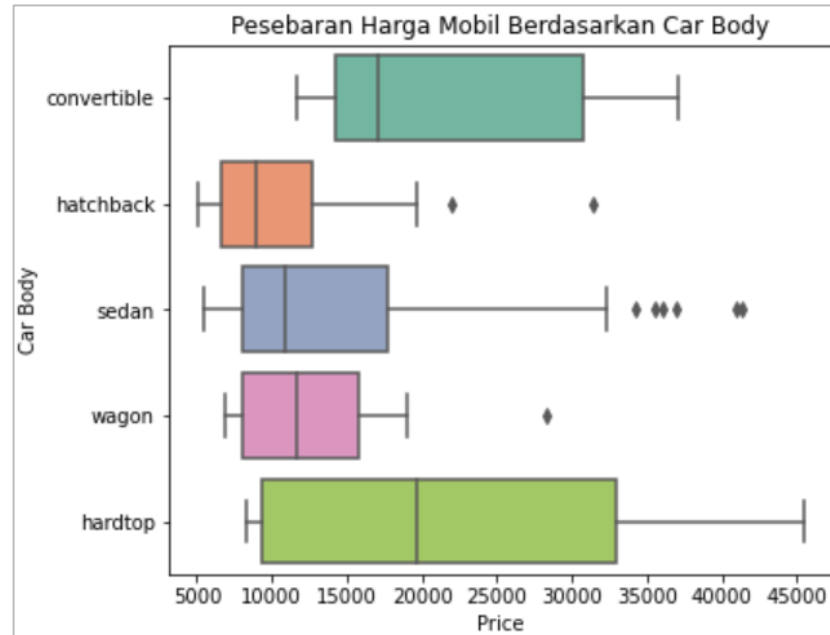
- Setiap *brand* mobil memiliki rentang harga yang bervariasi.
- *Brand* mobil yang memiliki rentang harga paling besar adalah BMW dengan harga terkecil ~16000 dan harga tertinggi ~41000.
- Mobil dengan harga terendah adalah *brand* Subaru dan harga tertinggi adalah *brand* Buick.

# Exploratory Data Analysis



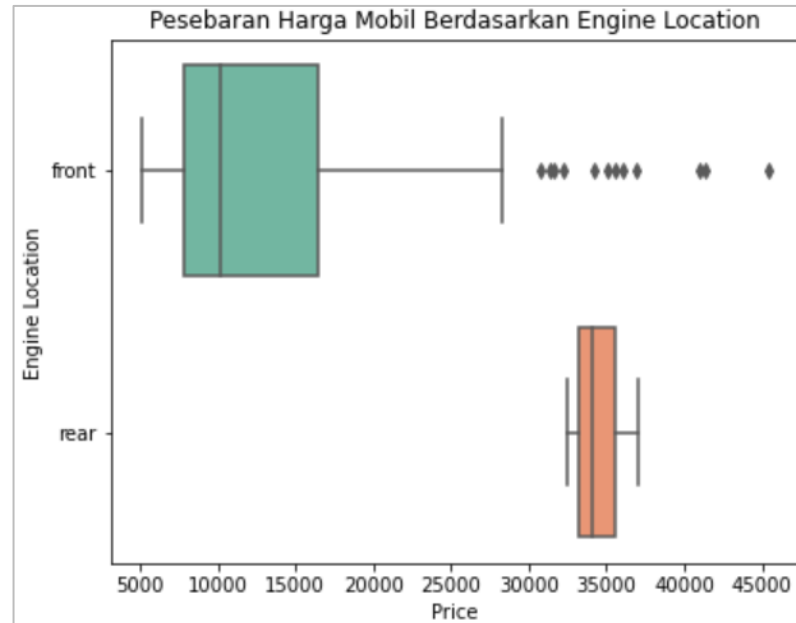
# Exploratory Data Analysis

- Harga mobil dengan bodi hardtop lebih mahal dari jenis bodi lain.



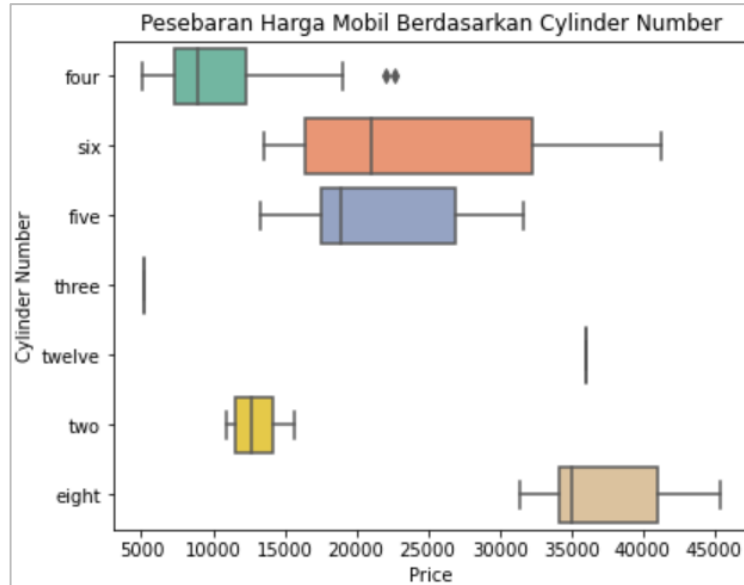
# Exploratory Data Analysis

- Mobil dengan lokasi mesin di belakang punya harga yang jauh lebih tinggi.



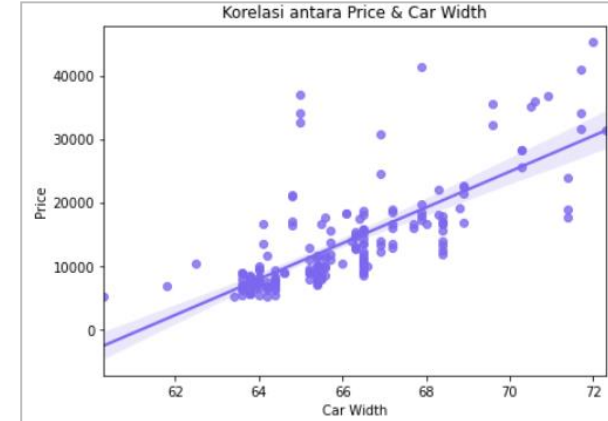
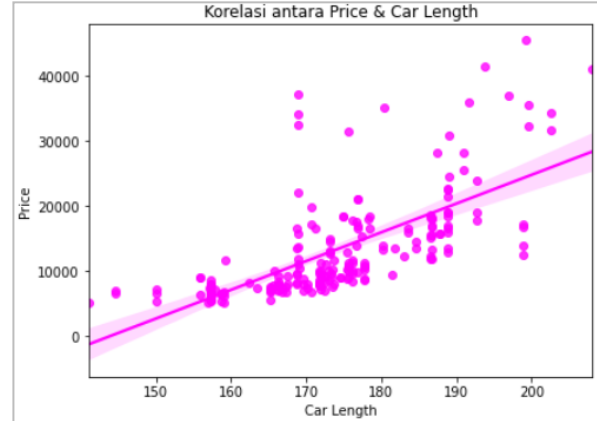
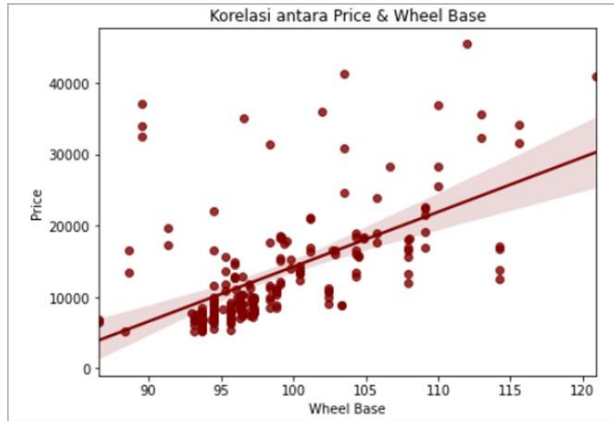
# Exploratory Data Analysis

- Di kebanyakan kasus harga mobil berbanding lurus dengan jumlah silinder.
- Mobil dengan 8 silinder memiliki harga tertinggi.



# Exploratory Data Analysis

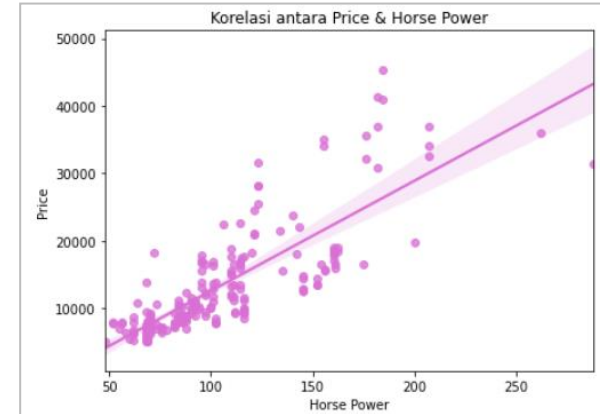
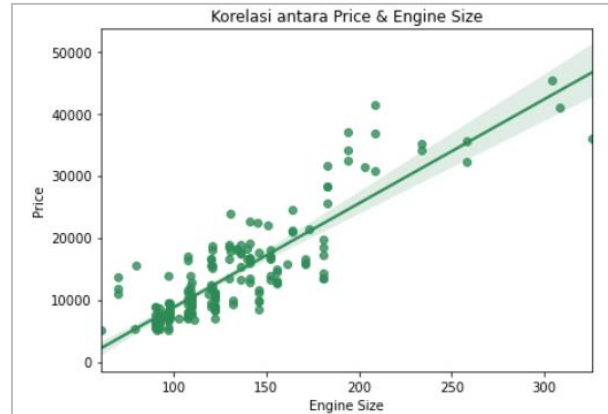
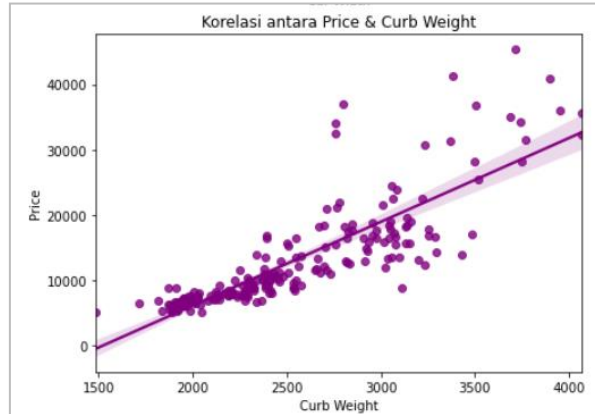
- Harga mobil memiliki korelasi positif dengan WheelBase, CarLength, CarWidth.





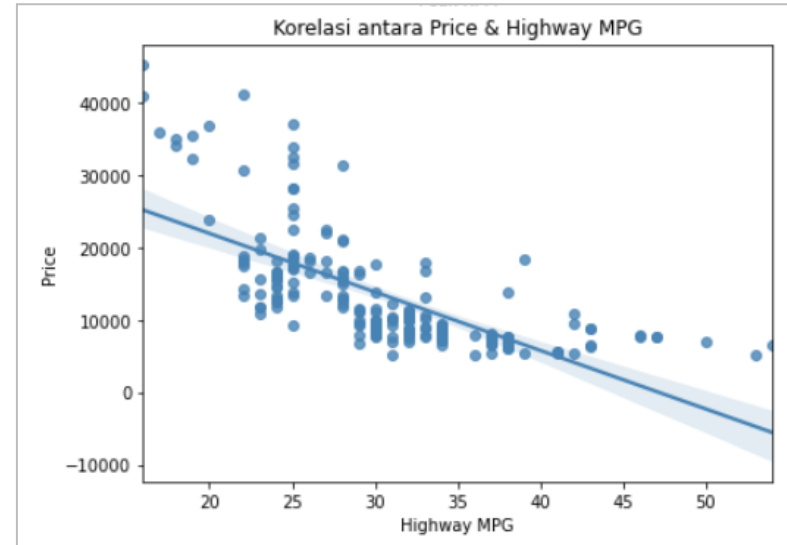
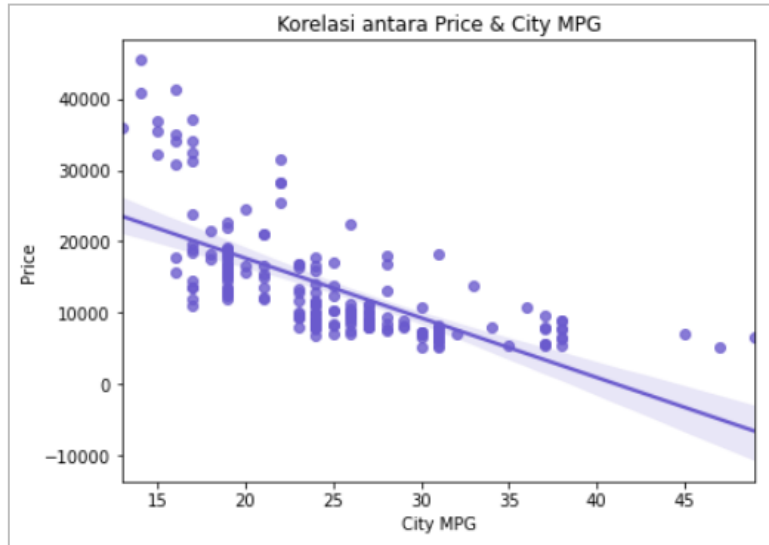
# Exploratory Data Analysis

- Hal yang sama juga terjadi dengan CurbWeight, EngineSize, dan HorsePower. Sama-sama memiliki korelasi positif.



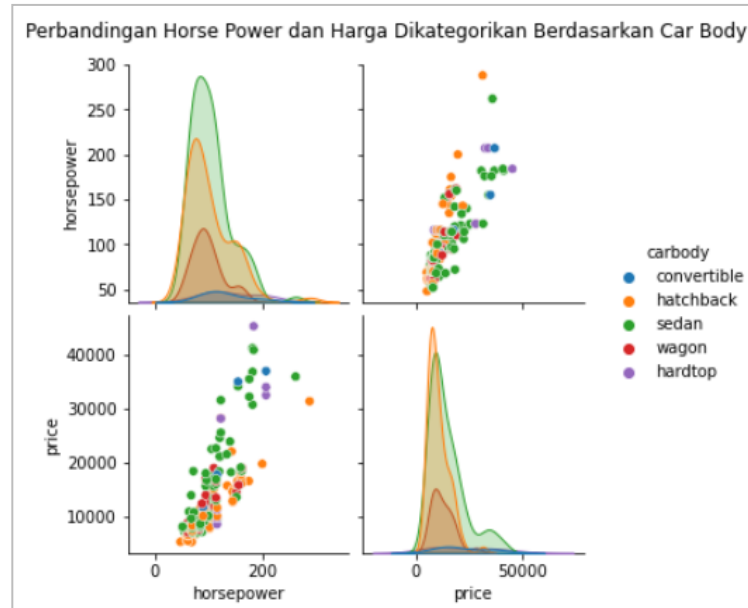
# Exploratory Data Analysis

- Sedangkan korelasi negatif didapati antara *CityMPG* dan *HighwayMPG* dengan harga mobil.



# Exploratory Data Analysis

- Harga dan horsepower mobil sedan sangat tersebar.
- Mobil sedan, convertible, dan hardtop memiliki horsepower dan harga yang tinggi.



# Modelling



# Train Test Split

- Menggunakan tiga *train test set* yang berbeda. Ketiga *train test set* memiliki perbandingan 80:20.
- *Train test set 1* menggunakan semua *features* (kolom) sebagai variabel X.
- *Train test set 2* hanya menggunakan lima belas *features* yang dipilih menggunakan Recursive Feature Elimination (RFE) sebagai variabel X.
- Terakhir, *train test set 3* sama seperti *train test set 2*, namun tidak menggunakan kolom *CarName* sebagai variabel X.

# Metrik Evaluasi & Model

Dua metrik yang digunakan untuk melakukan evaluasi model, yaitu:

- R Square
- Root Mean Square Error (RMSE)

Model yang digunakan untuk melakukan prediksi data adalah:

- Linear Regression
- CatBoost Regressor
- Random Forest Regressor

# Hyperparameter Tuning

- Untuk model Linear Regression, menggunakan teknik *regularization* dengan model Ridge Regression, Lasso Regression, dan ElasticNet.
- Model CatBoost Regressor menggunakan teknik *randomized search on hyper parameters*. Dengan rentang parameter:
  - 'border\_count': [32, 5, 10, 20, 50, 100, 200],
  - 'depth': [3, 1, 2, 6, 4, 5, 7, 8, 9, 10],
  - 'iterations': [250, 100, 150, 300, 200],
  - 'l2\_leaf\_reg': [3, 1, 5, 10, 100, 25],
  - 'learning\_rate': [0.03, 0.001, 0.02, 0.1, 0.2, 0.3]

# Hyperparameter Tuning

- Model Random Forest Regressor juga menggunakan teknik *randomized search on hyper parameters*. Dengan rentang parameter:
  - 'max\_depth': [10, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90, 100, 110, None],
  - 'max\_features': ['auto', 'sqrt'],
  - 'min\_samples\_leaf': [1, 2, 4],
  - 'min\_samples\_split': [2, 5, 10],
  - 'n\_estimators': [200, 400, 600, 800, 1000, 1200, 1400, 1600, 1800, 2000]



# Model Final

- Menggunakan Model CatBoost Regressor
- Menggunakan lima belas *features* yang dipilih menggunakan Recursive Feature Elimination (RFE) sebagai variabel X (Train Test Set 2)

15 features tersebut: ['CarName', 'carbody', 'wheelbase', 'carlength', 'carwidth', 'carheight',  
'curbweight', 'enginesize', 'boreratio', 'stroke', 'compressionratio',  
'horsepower', 'peakrpm', 'citympg', 'highwaympg']

# Model Final

- Menggunakan Hyperparameter Tuning dengan parameter:  
`{'border_count': 100, 'depth': 3, 'iterations': 200, 'l2_leaf_reg': 10, 'learning_rate': 0.3}`
- Hasil:
  - R2 Training: 0.992216664305715
  - R2 Test: 0.9116818545120756
  - RMSE Test: 2614.8172380899923

# Conclusion

# Kesimpulan

- Harga mobil ditentukan berdasarkan spesifikasi dan nama *brand*-nya.
- Semakin bagus spesifikasi suatu mobil, maka akan semakin mahal pula harga mobil tersebut.
- Kebanyakan harga jual mobil di pasaran berkisar antara 9.000 – 15.000.
- Di mayoritas kasus, mobil dengan *brand* yang dikenal mewah memiliki harga lebih mahal.
- Semakin tinggi jarak tempuh suatu mobil, maka akan semakin murah harga mobil tersebut.

## Saran

- Perusahaan mobil harus mengutamakan spesifikasi dan kualitas mobil mereka serta memberikan harga jual yang bersaing.
- Perusahaan dapat menentukan harga jual mobil dengan kisaran antara 9.000 – 15.000 sesuai dengan banyaknya harga mobil di pasaran.

# Saran

- Faktor-faktor kuat yang dapat digunakan perusahaan dalam penentuan harga mobil di antaranya:
  - *Brand* mobil
  - Dimensi mobil
  - Spesifikasi dan kualitas mesin
  - Jarak tempuh mobil.

**Terima  
kasih!**  
Ada pertanyaan?

**zenius**



**Kampus  
Merdeka**  
INDONESIA JAYA

