

# **DSLS Mini Project Report**

## **Data Analyst**

Gatum Erlangga

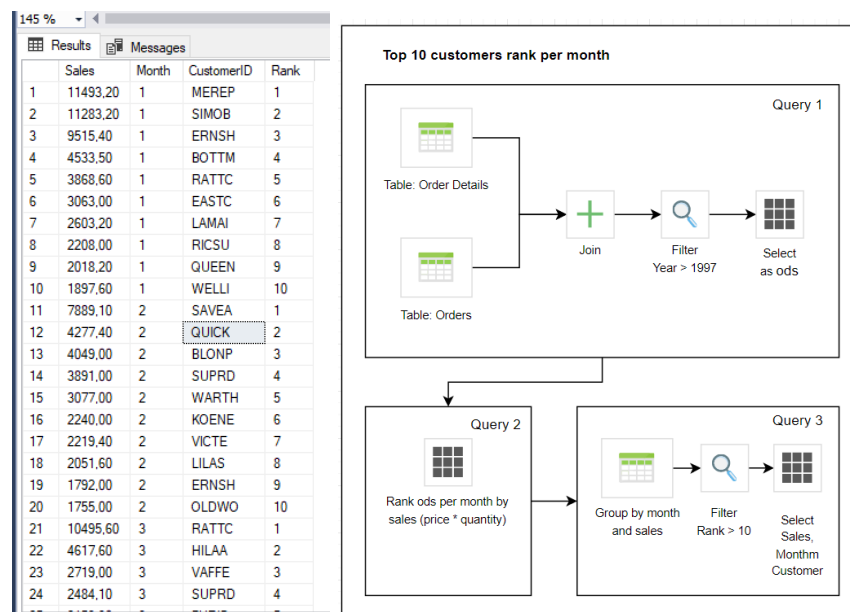
# Case Studies

## Customer Analysis: Loyal Customer

### Description

Pada case study ini, penulis ingin melihat apakah ada transaksi yang konsisten dilakukan oleh customer pada setiap bulan. Tabel yang digunakan dalam penelusuran ini adalah Order Details, Orders dan Customer. Ketiga tabel ini digabungkan dan diaggregasi untuk mendapatkan total Sales (quantity \* unit price), bulan, dan customer id dari customer yang melakukan transaksi.

### Pipeline Data

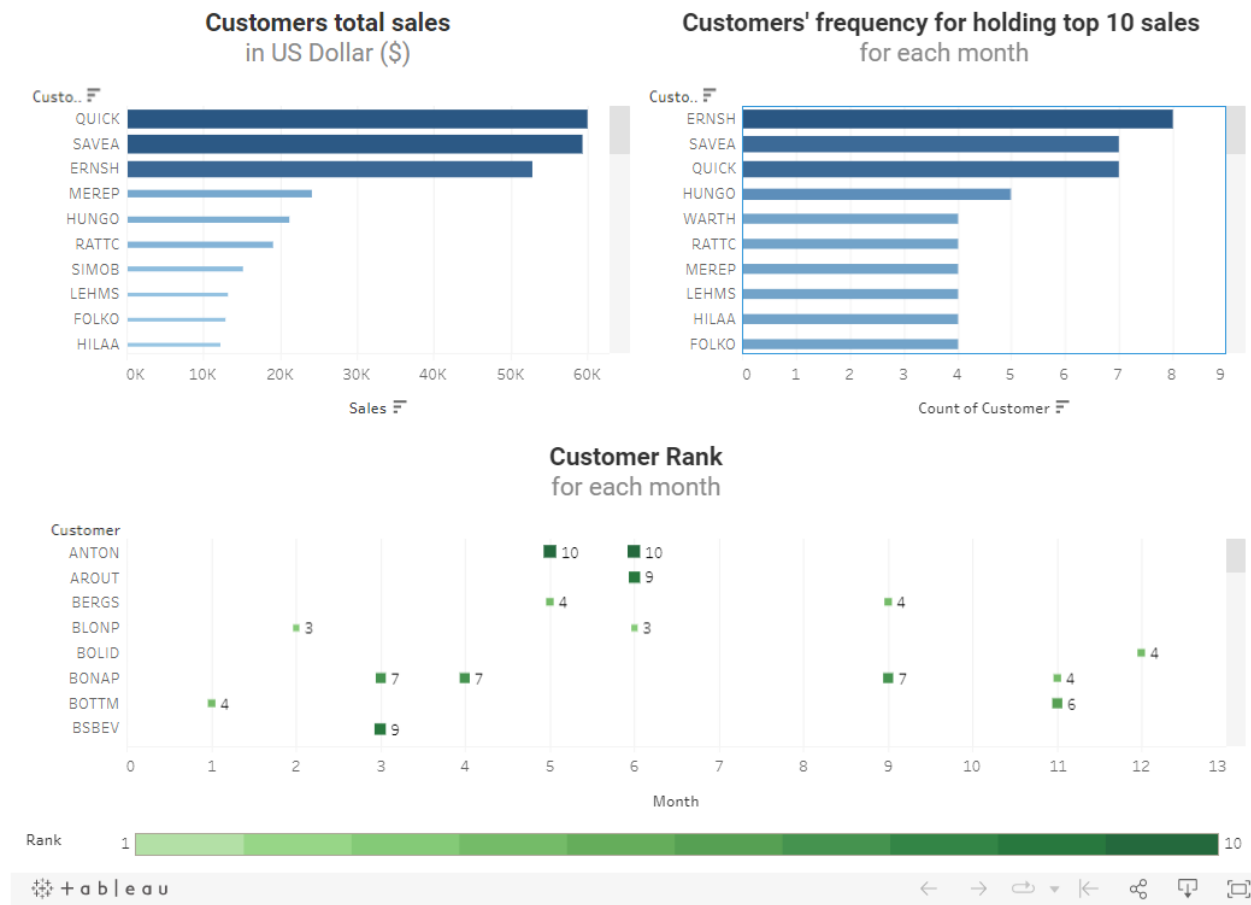


Sample Output (kiri) dan Flowchart (kanan)

Dashboard

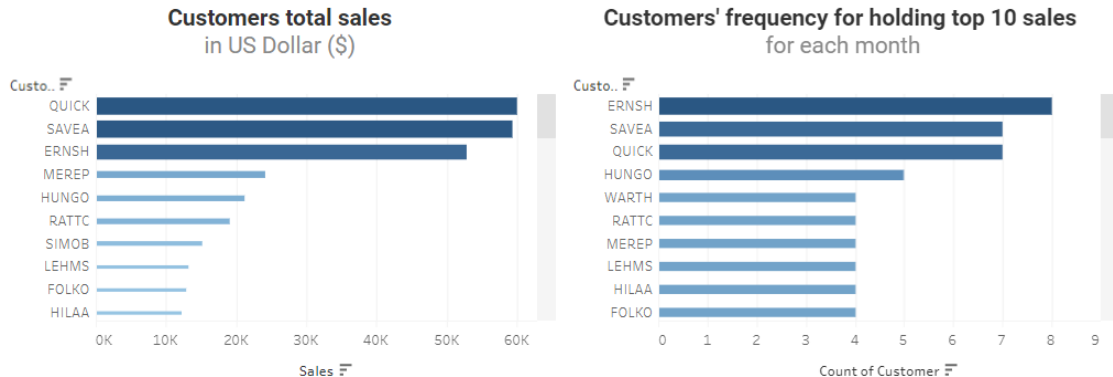
<https://public.tableau.com/app/profile/gatum.erlangga/viz/NorthwindDasrboard/Dashboard1>

NORTHWIND CUSTOMER LOYALTY ANALYSIS DASHBOARD  
Based on customer's sales and rank.



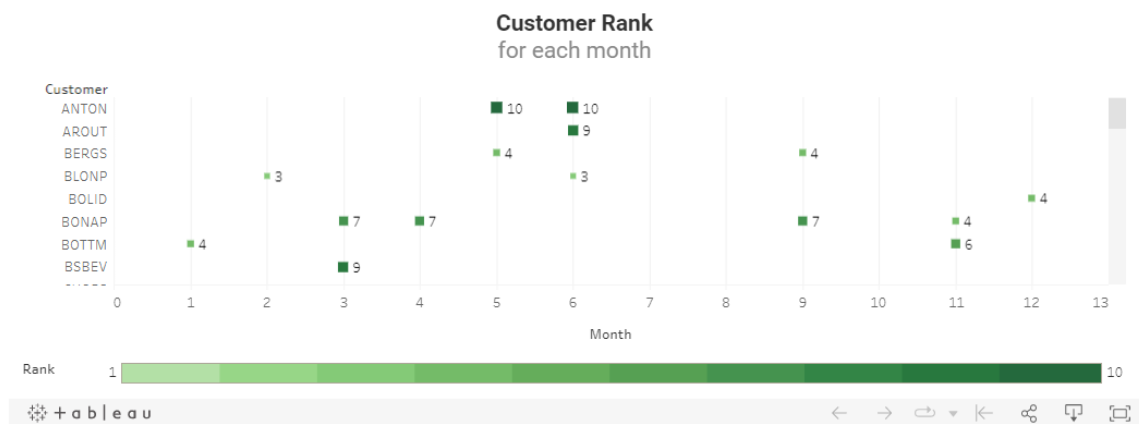
## Alasan Pemilihan Chart

1. **Bar chart** merupakan salah satu chart yang dapat berfungsi untuk mengelompokkan data berdasarkan kategori dan metrics yang dimilikinya. Dengan alasan ini, total sales dan count dari setiap kemunculan customers pada top 10 rank divisualisasikan menggunakan bar chart.



Selain itu, terdapat fitur untuk mengubah shade warna, ketebalan warna, dan sorting untuk menonjolkan data yang ingin diberikan. Contohnya adalah Top 3 sales dan Top 3 loyal customer. Sebagai fitur interactivity tambahan, pengguna dapat melakukan sorting data bar chart untuk melihat data teratas maupun terbawah.

2. **Plot** memberikan kemudahan untuk melihat data poin dari dua atau lebih atribut data. Data customer dan rank setiap bulan divisualisasikan menggunakan plot agar pengguna dapat melihat siapa saja yang masuk ke dalam top 10 setiap bulannya. Tambahan elemen visual pada visualisasi ini adalah adanya tooltip, size dan warna yang disesuaikan dengan rank untuk menambah estetika dan menambah informasi kepada pengguna.



## Metric dan Insight

Pemilihan metric total sales dan rank customer dapat memengaruhi pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan. Contoh keputusan yang mungkin dapat diberikan adalah diskon shipping jika pengguna membeli banyak produk. Kedua metric ini dapat saling melengkapi. Contohnya adalah customer dengan code MEREP berada pada posisi ke 4 untuk total sales, namun berada pada posisi 5 (atau hanya muncul 4x sebagai top 10). Stakeholder dapat

mempertimbangkan reward apa yang akan diberikan, karena bisa saja perusahaan ini melakukan purchase yang tinggi pada bulan tertentu, sehingga tidak selalu masuk ke dalam top 10.