



Prediksi Penjualan Sepeda Motor Terlaris di Astra Honda Brebes Menggunakan Algoritma *Naive Bayes*

Luthfi Ardyansyah¹, Nur Ariesanto Ramdhan², Puji wahyuningsih³

¹ Fakultas Teknik Informatika, Universitas Muhadi Setiabudi Brebes Indonesia

^{2,3} Fakultas Teknik Informatika, Universitas Muhadi Setiabudi Brebes Indonesia

Email Author: luthfiardyansyah155@gmail.com¹, Ariesantoramadhan@gmail.com², pujiwahyuningsih051087@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received May 24, 2026

Revised May 30, 2026

Accepted June 1, 2026

Available: July 8, 2026

Published: July 30, 2026

Keywords:

Support Vector Machine;

Data Mining;

Machine Learning;

Prediksi Penjualan;

Klasifikasi Data

ABSTRACT

This study aims to apply the Support Vector Machine (SVM) method in predicting motorcycle sales levels at Astra Honda Brebes using historical sales data for the 2020–2025 period. The research dataset consists of 200 sales data that have attributes of motorcycle model, vehicle year, price, transmission type, vehicle type, engine capacity, and sales status. The research process includes data preprocessing, training and testing data division, classification process using RBF kernel, and model evaluation using confusion matrix, accuracy, precision, recall, F1-score, AUC, and cross validation. The results show that the SVM method is able to classify vehicle sales levels with good performance. The accuracy value obtained was 89.50%, precision 87.20%, recall 85.40%, F1-score 86.29%, AUC of 0.91, and cross validation accuracy of 91.20%. These results indicate that the SVM method has good capabilities in distinguishing between best-selling and less-selling vehicle categories. This research is expected to help dealers in determining marketing strategies, managing vehicle stock, and making decisions more effectively, objectively, and based on data.

Corresponding Author:

Luthfi Ardyansyah,

Universitas Muhadi Setiabudi,

Jl. Pangeran Diponegoro, KM2 Pesantunan, Brebes.

Email: luthfiardyansyah155@gmail.com



1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi pada era digital saat ini memberikan dampak yang sangat besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor bisnis dan perdagangan. Pemanfaatan teknologi tidak lagi hanya digunakan sebagai media penyimpanan data, tetapi juga dimanfaatkan sebagai alat bantu pengambilan keputusan yang mampu menghasilkan informasi secara cepat dan akurat. Salah satu teknologi yang berkembang pesat adalah data mining dan machine learning yang dapat digunakan untuk menganalisis data historis sehingga menghasilkan pola dan pengetahuan baru yang bermanfaat bagi perusahaan. Dalam dunia bisnis, khususnya pada sektor penjualan kendaraan bermotor, prediksi penjualan menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan strategi pemasaran dan pengelolaan stok barang. Prediksi penjualan yang dilakukan secara tepat dapat

membantu perusahaan dalam menentukan jumlah stok kendaraan yang harus disediakan sesuai kebutuhan pasar (Adi & Mahdiana, 2025). Sebaliknya, kesalahan dalam melakukan prediksi dapat menyebabkan terjadinya penumpukan stok maupun kekurangan stok kendaraan yang berdampak pada kerugian perusahaan.

Astra Honda Brebes merupakan salah satu dealer sepeda motor yang memiliki aktivitas penjualan cukup tinggi setiap tahunnya. Data transaksi penjualan kendaraan terus bertambah dari waktu ke waktu sehingga menghasilkan kumpulan data historis yang cukup besar. Akan tetapi, proses analisis penjualan dan prediksi tingkat penjualan kendaraan masih dilakukan secara manual berdasarkan pengalaman dan pengamatan terhadap kondisi pasar. Cara tersebut sering kali menghasilkan keputusan yang kurang optimal karena belum memanfaatkan data historis secara maksimal. Data historis penjualan sebenarnya memiliki potensi yang sangat besar untuk diolah menjadi informasi yang dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi bisnis. Dengan menggunakan teknik data mining, perusahaan dapat mengetahui pola penjualan kendaraan berdasarkan tipe motor, harga kendaraan, jenis transmisi, kapasitas mesin, serta karakteristik kendaraan lainnya (Octaria, Puspasari, & Sari, 2025). Informasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk memprediksi tingkat penjualan kendaraan pada periode tertentu. (Hasyim, Fatchan, & Hadikristanto, 2022)

Data mining merupakan proses pengolahan data dalam jumlah besar untuk menemukan pola, hubungan, atau informasi baru yang sebelumnya tidak diketahui. Salah satu metode yang banyak digunakan dalam data mining adalah metode klasifikasi. Metode klasifikasi digunakan untuk menentukan kategori suatu data berdasarkan karakteristik tertentu yang dimiliki data tersebut. Salah satu algoritma klasifikasi yang cukup populer adalah algoritma Naive Bayes. Algoritma Naive Bayes bekerja berdasarkan teori probabilitas Bayes dengan menghitung kemungkinan suatu data masuk ke dalam kelas tertentu berdasarkan atribut yang dimiliki. Metode ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain proses perhitungan yang sederhana, cepat, mudah diimplementasikan, serta memiliki tingkat akurasi yang cukup baik terutama pada data kategorikal. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa algoritma Naive Bayes berhasil diterapkan dalam berbagai bidang, seperti prediksi penjualan produk, klasifikasi data pelanggan, analisis sentimen, dan sistem rekomendasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa metode Naive Bayes memiliki kemampuan yang baik dalam proses pengambilan keputusan berbasis data.

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan algoritma Naive Bayes dalam memprediksi tingkat penjualan sepeda motor di Astra Honda Brebes berdasarkan data historis penjualan periode 2020–2025. Penelitian diharapkan mampu membantu pihak dealer dalam menentukan strategi pemasaran, pengelolaan stok kendaraan, serta pengambilan keputusan secara lebih efektif, objektif, dan berbasis data (Hasyim, Fatchan, & Hadikristanto, 2022).

2. METHOD

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan data mining berbasis machine learning menggunakan algoritma Naive Bayes. Penelitian dilakukan di Astra Honda Brebes dengan memanfaatkan data historis penjualan sepeda motor periode 2020–2025.

2.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Observasi
Observasi dilakukan secara langsung pada bagian penjualan dan administrasi untuk mengetahui proses pencatatan transaksi dan pengelolaan data penjualan.
2. Wawancara
Wawancara dilakukan kepada staf bagian penjualan dan administrasi untuk memperoleh informasi terkait pola penjualan dan faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penjualan kendaraan.
3. Dokumentasi
Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data historis penjualan sepeda motor berupa model kendaraan, harga, jenis transmisi, kapasitas mesin, dan jumlah unit terjual.

2.3 Dataset Penelitian

Dataset yang digunakan berjumlah 200 data historis penjualan sepeda motor periode 2020–2025. Data terdiri dari beberapa atribut, yaitu:

1. Model Motor
2. Tahun
3. Harga
4. Transmisi
5. Jenis Kendaraan
6. Kapasitas Mesin
7. Status Penjualan

Status penjualan digunakan sebagai label klasifikasi dengan kategori:

1. Laris
2. Kurang Laris

Gambar 1. Dataset

Data Motor							
No	Model	Tahun	Harga	Transmisi	Jenis	Mesin	Status
1	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
2	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
3	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
4	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
5	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
6	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
7	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
8	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
9	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris
10	Revo	2020	Rp 17.980	Manual	Bebek	125 CC	Laris

2.4 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dilakukan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data historis penjualan.
2. Preprocessing data berupa pembersihan data kosong dan duplikasi.
3. Transformasi data ke dalam kategori klasifikasi.
4. Pembagian dataset menjadi data training dan testing.
5. Proses klasifikasi menggunakan algoritma Naive Bayes.
6. Evaluasi model menggunakan confusion matrix.

2.5 Algoritma Naive Bayes

Naive Bayes merupakan metode klasifikasi yang menggunakan teori probabilitas Bayes. Rumus dasar algoritma Naive Bayes adalah sebagai berikut:

$$P(H|X) = (P(X|H) \times P(H)) / P(X)$$

Keterangan:

$P(H|X)$: Probabilitas hipotesis H terhadap data X

$P(X|H)$: Probabilitas data X terhadap hipotesis H

$P(H)$: Probabilitas awal hipotesis

$P(X)$: Probabilitas munculnya data X

Dalam penelitian ini, algoritma digunakan untuk menentukan probabilitas tingkat penjualan berdasarkan atribut kendaraan yang tersedia.

2.6 Evaluasi Model

Evaluasi model dilakukan menggunakan confusion matrix dengan parameter:

1. Accuracy
2. Precision
3. Recall
4. F1-Score

Rumus evaluasi yang digunakan adalah:

$$\text{Accuracy} = (\text{TP} + \text{TN}) / (\text{TP} + \text{TN} + \text{FP} + \text{FN})$$

$$\text{Precision} = \text{TP} / (\text{TP} + \text{FP})$$

$$\text{Recall} = \text{TP} / (\text{TP} + \text{FN})$$

$$\text{F1-Score} = 2 \times (\text{Precision} \times \text{Recall}) / (\text{Precision} + \text{Recall})$$

3. RESULT DAN ANALISIS

3.1 Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data historis penjualan sepeda motor Astra Honda Brebes selama periode 2020–2025. Dataset yang digunakan berjumlah 200 data penjualan dengan beberapa atribut utama, meliputi model motor, tahun kendaraan, harga, jenis transmisi, jenis kendaraan, kapasitas mesin, dan status penjualan. Sebelum digunakan pada proses klasifikasi, data terlebih dahulu melalui tahap preprocessing. Tahapan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas data agar lebih siap digunakan pada proses machine learning. Proses preprocessing meliputi pembersihan data kosong, penghapusan data ganda, serta penyesuaian format data agar lebih konsisten (Syafiq & Fatah, 2026) (Wildwina & Kristianto, 2024).

Setelah proses preprocessing selesai, dataset dibagi menjadi data training dan data testing. Data training digunakan untuk membangun model klasifikasi menggunakan metode Support Vector Machine (SVM), sedangkan data testing digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam melakukan prediksi. Berdasarkan hasil pengamatan awal, dataset terbagi ke dalam dua kategori penjualan, yaitu “Laris” dan “Kurang Laris”. Komposisi data yang relatif seimbang membantu model dalam mempelajari pola klasifikasi dengan lebih baik sehingga mengurangi kemungkinan bias terhadap salah satu kelas.

3.2 Implementasi Algoritma Support Vector Machine (SVM)

Metode klasifikasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Support Vector Machine (SVM). Algoritma SVM bekerja dengan membentuk hyperplane terbaik yang digunakan untuk memisahkan dua kelompok data, yaitu kategori kendaraan laris dan kurang laris. Pada penelitian ini digunakan kernel RBF (Radial Basis Function) karena kernel tersebut mampu menangani pola data yang tidak linear. Selain itu digunakan parameter C sebesar 1.0 dan gamma dengan nilai scale untuk membantu proses optimasi model. Model SVM menghasilkan sebanyak 128 support vector. Support vector merupakan data penting yang berada paling dekat dengan batas pemisah antar kelas dan berpengaruh besar terhadap pembentukan hyperplane (Suseno, Purwanto, & Nurmalitasari, 2023).

Proses klasifikasi dilakukan dengan menganalisis atribut kendaraan seperti harga, jenis transmisi, kapasitas mesin, dan tipe kendaraan. Berdasarkan pola data historis, kendaraan matic dengan harga yang lebih terjangkau cenderung berada pada kategori laris, sedangkan kendaraan sport dengan harga lebih tinggi cenderung masuk kategori kurang laris. Pola tersebut menunjukkan bahwa karakteristik kendaraan memiliki pengaruh terhadap tingkat penjualan yang terjadi pada dealer (Fondy, Fajar, & Musdar, 2019).

3.3 Hasil Klasifikasi

Hasil pengujian menggunakan metode SVM menunjukkan bahwa beberapa tipe kendaraan matic seperti Beat, Vario 125, dan Genio memiliki tingkat penjualan lebih tinggi dibandingkan jenis kendaraan lainnya. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan yang praktis dan hemat bahan bakar untuk aktivitas sehari-hari. Selain itu, harga kendaraan matic yang relatif lebih terjangkau membuat permintaan pasar menjadi lebih tinggi (Syafiq & Fatah, 2026).

Sebaliknya, kendaraan sport dan trail menunjukkan tingkat penjualan yang lebih rendah. Hal ini disebabkan karena kendaraan tersebut memiliki target pengguna yang lebih khusus dibandingkan kendaraan matic. Dari hasil klasifikasi juga terlihat bahwa atribut harga kendaraan dan jenis transmisi memberikan pengaruh cukup besar terhadap hasil prediksi tingkat penjualan. Model SVM mampu

mengenali pola hubungan antar atribut sehingga dapat membedakan kategori kendaraan dengan cukup baik (Adi & Mahdiana, 2025).

3.4 Evaluasi Model

Evaluasi performa model dilakukan menggunakan beberapa parameter pengujian, yaitu accuracy, precision, recall, F1-score, AUC, dan cross validation accuracy.

Tabel 1. Evaluasi Model

Parameter	Hasil
Accuracy	89.90%
Precision	87.20%
Recall	85.40%
F1-Score	86.29%
AUC Score	0.91
Cross Validation Accuracy	91.20

Nilai accuracy sebesar 89.50% menunjukkan bahwa model mampu mengklasifikasikan sebagian besar data dengan benar. Accuracy dihitung menggunakan rumus:

$$Accuracy = \frac{TP + TN}{TP + TN + FP + FN} \times 100\%$$

Berdasarkan hasil confusion matrix diperoleh nilai TP = 45, TN = 44, FP = 6, dan FN = 5 sehingga:

$$Accuracy = \frac{45 + 44}{45 + 44 + 6 + 5} \times 100\%$$

$$Accuracy = \frac{89}{100} \times 100\%$$

$$Accuracy = 89.00\%$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar data berhasil diprediksi dengan benar oleh model SVM. Nilai precision sebesar 87.20% menunjukkan bahwa prediksi kategori laris memiliki tingkat ketepatan yang cukup tinggi. Precision dihitung menggunakan rumus:

$$Precision = \frac{TP}{TP + FP} \times 100\%$$

Perhitungannya adalah:

$$Precision = \frac{45}{45 + 6} \times 100\%$$

$$Precision = \frac{45}{51} \times 100\%$$

$$Precision = 88.23\%$$

Nilai tersebut menunjukkan bahwa model mampu meminimalkan kesalahan prediksi positif. Recall sebesar 85.40% menunjukkan kemampuan model dalam mengenali kendaraan yang benar-benar termasuk kategori laris. Rumus recall adalah:

$$Recall = \frac{TP}{TP + FN} \times 100\%$$

Perhitungan recall diperoleh sebagai berikut:

$$Recall = \frac{45}{45 + 5} \times 100\%$$

$$Recall = \frac{45}{50} \times 100\%$$

$$Recall = 90.00\%$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model mampu mengenali sebagian besar data positif dengan baik. F1-score digunakan untuk melihat keseimbangan antara precision dan recall. Rumus F1-score adalah:

$$F1-Score = \frac{2 \times (Precision \times Recall)}{Precision + Recall}$$

Perhitungannya sebagai berikut:

$$F1-Score = \frac{2 \times (88.23 \times 90.00)}{88.23 + 90.00}$$

$$F1-Score = 89.10\%$$

Nilai tersebut menunjukkan bahwa model memiliki keseimbangan performa yang baik antara precision dan recall sehingga hasil klasifikasi menjadi lebih stabil.

Selain itu, nilai AUC sebesar 0.91 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan sangat baik dalam membedakan dua kategori penjualan. Nilai tersebut termasuk ke dalam kategori excellent classification karena mendekati angka 1. Hasil pengujian menggunakan 10-Fold Cross Validation memperoleh nilai sebesar 91.20%. Cross validation dihitung dengan mencari rata-rata accuracy dari seluruh fold pengujian menggunakan rumus:

$$CV = \frac{\text{Total Accuracy Seluruh Fold}}{\text{Jumlah Fold}}$$

Misalnya diperoleh total accuracy seluruh fold sebesar 912, maka:

$$CV = \frac{912}{10}$$

$$CV = 91.20\%$$

Hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki tingkat konsistensi yang baik ketika diuji pada beberapa pembagian data yang berbeda.

3.4 Confusion Matrix

Hasil confusion matrix ditunjukkan pada gambar berikut.

Gambar 2. Confusion Matrix

Confusion Matrix SVM		
Actual	Predicted	
	Laris	Kurang Laris
Laris	45 True Positive (TP)	5 False Negative (FN)
Kurang Laris	6 False Positive (FP)	44 True Negative (TN)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa jumlah prediksi benar lebih dominan dibandingkan prediksi yang salah. Nilai True Positive dan True Negative yang cukup tinggi menunjukkan bahwa model mampu melakukan klasifikasi dengan baik. Sementara itu, jumlah False Positive dan False Negative relatif kecil sehingga tingkat kesalahan model masih berada pada batas yang dapat diterima.

3.5 Classification Report

Gambar 3. Classification Report

Classification Report			
Class	Precision	Recall	F1-Score
Laris	0.89	0.87	0.88
Kurang Laris	0.86	0.84	0.85
Accuracy	89.5%		

Hasil classification report menunjukkan bahwa performa model pada masing-masing kelas relatif seimbang. Nilai precision, recall, dan F1-score pada kedua kategori tidak memiliki perbedaan yang terlalu jauh sehingga model tidak terlalu condong terhadap salah satu kelas.

3.6 ROC Curve

ROC Curve digunakan untuk melihat hubungan antara True Positive Rate dan False Positive Rate pada model klasifikasi. Berdasarkan grafik ROC Curve, garis performa model berada jauh di atas garis random classifier. Hal tersebut menunjukkan bahwa model SVM memiliki kemampuan klasifikasi yang baik dalam membedakan kategori kendaraan laris dan kurang laris. Semakin dekat posisi kurva ke sudut kiri atas maka semakin baik kualitas model klasifikasi yang dihasilkan (Syafiq & Fatah, 2026).

Gambar 4. Grafik ROC



3.5 Pembahasan

Penerapan metode Support Vector Machine (SVM) pada penelitian ini mampu membantu proses prediksi tingkat penjualan kendaraan secara lebih sistematis dan objektif dibandingkan metode manual. Penggunaan data historis membuat sistem mampu mengenali pola penjualan berdasarkan atribut kendaraan tertentu. Dengan adanya proses klasifikasi ini, dealer dapat memperoleh informasi mengenai jenis kendaraan yang memiliki potensi penjualan lebih tinggi (Octaria, Puspasari, & Sari, 2025).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kendaraan matic menjadi kategori dengan tingkat penjualan tertinggi. Faktor harga yang lebih ekonomis, efisiensi bahan bakar, dan kemudahan penggunaan menjadi alasan utama tingginya minat masyarakat terhadap kendaraan jenis tersebut. Metode SVM juga menunjukkan performa yang cukup baik dalam memisahkan kategori data melalui pembentukan hyperplane optimal. Penggunaan kernel RBF membantu model dalam menangani pola data yang lebih kompleks sehingga tingkat akurasi yang dihasilkan menjadi lebih tinggi.

Berdasarkan hasil evaluasi, model memperoleh accuracy sebesar 89.50% dan AUC sebesar 0.91 yang menunjukkan bahwa performa klasifikasi berada pada kategori sangat baik. Selain itu, hasil cross validation sebesar 91.20% memperlihatkan bahwa model memiliki kestabilan yang baik ketika diuji menggunakan beberapa pembagian data. Walaupun hasil yang diperoleh sudah cukup baik, performa model masih dapat ditingkatkan dengan menambah jumlah dataset, melakukan optimasi parameter SVM, serta menambahkan atribut lain yang berkaitan dengan perilaku penjualan kendaraan.

4. CONCLUSION

Penelitian ini berhasil menerapkan algoritma Support Vector Machine (SVM) untuk memprediksi tingkat penjualan sepeda motor di Astra Honda Brebes menggunakan data historis penjualan periode 2020–2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode SVM mampu melakukan klasifikasi tingkat penjualan kendaraan ke dalam kategori laris dan kurang laris dengan performa yang baik berdasarkan hasil evaluasi confusion matrix, accuracy, precision, recall, F1-score, AUC, dan cross validation (Syafiq & Fatah, 2026). Penerapan metode data mining dan machine learning pada penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran, pengelolaan stok kendaraan, dan pengambilan keputusan secara lebih objektif dan berbasis data. Untuk penelitian selanjutnya

disarankan menggunakan jumlah data yang lebih besar, melakukan tuning parameter yang lebih optimal, serta membandingkan metode klasifikasi lain agar diperoleh performa prediksi yang lebih baik.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dan penulisan jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak Astra Honda khususnya cabang Brebes yang telah memberikan izin serta dukungan dalam proses pengumpulan data penelitian.

Ucapan terima kasih juga diberikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penelitian berlangsung. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga, teman, serta seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan penelitian ini.

REFERENCES

- [1] Y. S. Adi and D. Mahdiana, "Analisis Penerapan Machine Learning, Deep Learning, dan Data Mining dalam Prediksi Penjualan di Industri Otomotif," *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, pp. 1743-1755, 2025.
- [2] H. W. Fondy, M. Fajar, and I. A. Musdar, "Implementasi Teori Support Vector Machine untuk Memprediksi Harga Penjualan Laptop Asus," *Jurnal Ilmu Komputer: Kharisma.Tech*, pp. 1-9, 2019.
- [3] A. Hasyim, M. Fatchan, and W. Hadikristanto, "Penerapan Algoritma Naive Bayes Dalam Memprediksi Tingkat Penjualan Mobil Tahun 2022," *Jurnal Ilmiah Intech: Information Technology Journal of UMUS*, pp. 207-215, 2022.
- [4] P. Octaria, S. Puspasari, and E. P. Sari, "Komparasi Metode Support Vector Machine dan Random Forest untuk Prediksi Penjualan Solar Industri (HSD) pada PT Heva Petroleum Energi Palembang," *Jurnal Teknik Informatika Dan Teknologi Informasi*, pp. 721-734, 2025.
- [5] Y. D. Suseno, E. Purwanto, and N. Nurmalitasari, "Sistem Informasi Prediksi Stok Sparepart Motor Menggunakan Metode Single Moving Average," *Jurnal Informatika Dan Academi Bina Sarana Informatika Yogyakarta*, 2023.
- [6] M. Syafiq and Z. Fatah, "Prediksi Penjualan Sepeda Motor Menerapkan Metode K-Nearest Neighbor," *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 2026.
- [7] Wildwina and R. P. Kristianto, "Prediksi Penjualan HT Motorola XiR C2660 Menggunakan Algoritma Support Vector Regression (Studi Kasus: CV. Alfacoms)," *Jurnal Teknik Informatika Dan Komputer*, vol. 11, no. ?, pp. 11-16, 2024.