

**ANALISIS PROFIL KONSUMEN HONDA BERDASARKAN
PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE APRIORI
(STUDY KASUS : PT HD MOTOR 99 GRESIK)**

Oleh
IMROATUL ULUM
NIM 10.622.106

Diajukan kepada Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Gresik pada tanggal 25 Oktober 2016
untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk menjadi sarjana S-1 Program Studi
Teknik Informatika

INTISARI

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang banyak diminati masyarakat, karena dengan memiliki dan menggunakan sepeda motor dapat mendukung kebutuhan aktifitas manusia. Selain itu sepeda motor lebih mudah dan praktis dibanding dengan alat transportasi lainnya untuk mendukung segala aktifitas manusia. Oleh karena itu kebutuhan akan sepeda motor sebagai alat transportasi sangatlah tinggi. Selain praktis, ekonomis dan mudah dalam pengoperasian berkendara.

Dalam usaha menarik minat konsumen untuk membeli motor di dealer, maka perlu adanya strategi pemasaran yang jitu yang perlu diterapkan oleh dealer. Sehubungan dengan hal itu maka pihak dealer terlebih dahulu harus mengetahui tentang profil konsumen yang akan di datangi. Konsumen yang membeli motor dari berbagai kalangan, asal dan latar belakang yang berbeda, pihak dealer perlu sistem dalam kegiatan pemasaran dealer agar mudah dalam mengetahui informasi konsumen tersebut ke dalam beberapa aturan asosiasi, melalui teknik *data mining* menggunakan metode Apriori (*Assosiation Rule*).

Dengan menggunakan data konsumen tersebut maka sistem ini dapat digunakan sebagai solusi yang tepat untuk meningkatkan kecepatan proses pembentukan *frequent itemset*, pembentukan *3 itemset* dari *2 itemset*, perhitungan nilai *support* dan *confidence* serta pembentukan kaidah asosiasi dari *2-itemset* dan *3-itemset*. Berdasarkan tabel hasil analisa data konsumen pada bulan januari 2015, Rule yang mempunyai tingkat *confidence* tertinggi pada masing-masing percobaan dengan rule 3 itemset adalah {Laki-laki, Matic}-{Fifin} dengan nilai *confidence* sebesar 86.18%. sedangkan rule 2 itemset tertinggi adalah {Matic}-{Laki-laki} dan {Matic}-{Fifin} dengan nilai *confidence* sebesar 86.60%. yang memiliki korelasi atau hubungan yang *positif* dengan nilai korelasi ≥ 1 .

Kata Kunci : *Data Mining, Frequent Itemset , Confidence , Support, Metode Apriori*

Pembimbing 1 : Harunur Rosyid,ST.,M.Kom.

Pembimbing 2 : Eko Prasetyo,S.Kom.,M.Kom.