

**PENERAPAN ALGORITMA APRIORI DALAM MENENTUKAN
POLA PEMBELIAN PRODUK BAYI YANG TERJUAL
BERSAMA DI TOKO MAMIKO GKB**

Oleh

NAZIYATUN NI'MAH

NIM 12.621.041

Diajukan kepada Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Gresik pada tanggal 21 Juli 2017
untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh derajat
sarjana S-1 Program Studi Teknik Informatika

INTISARI

Toko mamiko merupakan sarana atau tempat penyedia barang kebutuhan bayi sehari-hari mulai dari perlengkapan mandi, pakaian sampai kebutuhan lainnya. Banyaknya persaingan di dunia bisnis mengharuskan para pengembang untuk menentukan suatu strategi yang dapat meningkatkan penjualan khususnya penjualan produk bayi dengan memaksimalkan pelayanan kepada konsumen. Maka dari itu pemilik toko perlu sebuah sistem dalam penjualan agar lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang pola pembelian konsumen tersebut ke dalam beberapa aturan asosiasi, melalui teknik *data mining* menggunakan metode Apriori (*Assosiation Rule*). Dengan menggunakan data transaksi penjualan 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 analisis data transaksi penjualan pada tahun 2015/2016, terdapat rule yang mempunyai tingkat *support* tertinggi pada masing-masing periode dari tiga kali pengujian dengan rule 3 itemset adalah {bendera cair straw kotak, bendera cair straw botol} → {bendera cair coklat kotak} sedangkan rule 2 itemset tertinggi adalah {happy nappy pant M20} → {sgm soya 3 van 400} dan {bendera cair straw kotak} → {bendera cair coklat kotak} yang memiliki korelasi atau hubungan yang positif dengan nilai korelasi ≥ 1 .

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

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