

ABSTRAK

Nama : Muhamad Jamaludin
NIM : 41515320019
Pembimbing TA : Giri Purnama, S.Pd., M.Kom
Judul : AnalisisMarket Basket Menggunakan Algoritma Apriori untuk Meningkatkan Penjualan (Studi kasus PT. Enseval Putera Megatrading)

Intisari- Pada saat ini penjualan produk farmasi, khususnya obat-obatan cenderung mengalami peningkatan setiap bulannya. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat untuk menjaga kesehatannya dan sebagai tindakan preventif dari serangan penyakit yang bisa saja datang secara mendadak. Sebagai alat pendukung pengambilan keputusan pada perusahaan penyediaan kebutuhan obat-obatan, maka dipandang perlu untuk mengetahui jenis obat dengan penjualan terbanyak dan kecenderungan minat masyarakat untuk membelinya. Untuk kebutuhan tersebut diperlukan melakukan pengolahan data yang dimiliki perusahaan untuk mengetahuinya. Data yang ada selanjutnya akan di dipelajari dengan menggunakan algoritma apriori dan market basket analysis. Salah satu tahap analisis asosiasi yang menarik perhatian banyak peneliti untuk menghasilkan algoritma yang efisien adalah analisis pola frekuensi tinggi (frequent pattern mining). Penting tidaknya suatu asosiasi dapat diketahui dengan dua tolak ukur, yaitu : support dan confidence. Support (nilai penunjang) adalah persentase kombinasi item tersebut dalam database, sedangkan confidence (nilai kepastian) adalah kuatnya hubungan antar-item dalam aturan asosiasi. Algoritma apriori dapat membantu untuk pengembangan strategi pemasaran.

Kata kunci:

Asosiasi, Apriori, Market Basket Analysis, Penjualan