

INTISARI

IMPLEMENTASI MARKET BASKET ANALYSIS ALGORITMA APRIORI UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI MEMBERSHIP

(Studi Kasus : LOG-Mart Potorono)

Royhan Pina Putra

Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Islam Indonesia

Di Yogyakarta terdapat banyak toko yang bergerak dibidang ritel, salah satunya adalah LOG-Mart Potorono. Banyaknya toko-toko yang bergerak dibidang ritel menyebabkan persaingan bisnis tidak bisa dihindari. Oleh karena itu, LOG-Mart Potorono harus memiliki strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk dapat menarik konsumen. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pembelian konsumen di LOG-Mart Potorono pada 17 April 2021 sampai 17 Desember 2021 dan merancang sistem informasi *membership* di LOG-Mart Potorono, sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan penulis untuk menentukan strategi pemasaran dan sistem informasi *membership* yang dapat diusulkan kepada LOG-Mart Potorono. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan *Market Basket Analysis* algoritma apriori. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa dari hasil MBA yang dilakukan terhadap kelompok-kelompok *item* dengan menggunakan *minimum support* sebesar 0.001 dan *minimum confidence* sebesar 0.6 didapatkan 14 *strong rules*, sedangkan dari hasil MBA yang dilakukan terhadap *item-item* dengan menggunakan *minimum support* sebesar 0.001 dan *minimum confidence* sebesar 0.3 didapatkan 6 *strong rules*. Strategi pemasaran yang dapat diusulkan kepada LOG-Mart Potorono supaya penjualan toko tersebut dapat meningkat adalah meletakkan kelompok-kelompok *item* maupun *item-item* sesuai dengan *strong rules* yang didapatkan, membuat suatu promosi yang menjual *itemset* yang ada di *rules* secara bersamaan, dan membuat kartu *membership*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Promosi, LOG-Mart Potorono, Analisis Deskriptif, *Market Basket Analysis*, Algoritma Apriori, Kelompok *Item*, *Item*, *Strong Rules*, *Minimum Support*, dan *Minimum Confidence*.

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF MARKET BASKET ANALYSIS USING APRIORI ALGORITHM TO DETERMINE MARKETING STRATEGY AND MEMBERSHIP INFORMATION SYSTEM DESIGN

(Case Study : LOG-Mart Potorono)

Royhan Pina Putra

Department of Statistics, Faculty of Mathematics and Natural Sciences
Universitas Islam Indonesia

In Yogyakarta, there are many shops engaged in retail, one of them is LOG-Mart Potorono. The number of shops engaged in retail causes business competition to be unavoidable. Therefore, LOG-Mart Potorono must have an effective marketing and promotion strategy to attract consumers. The main purpose of this research is to know consumer buying patterns at LOG-Mart Potorono on April, 17th 2021 through December, 17st 2021 and to arrange a membership information system in Logmart Potorono so that the results of this research can be used as a basis for the author to determine a marketing strategy and a membership information system which can be suggested to LOG-Mart Potorono. The method used in this research are descriptive analysis and Market Basket Analysis using apriori algorithm. From the research, it was concluded that the Market Basket Analysis conducted on the item groups at LOG-Mart Potorono using a minimum support of 0.001 and a minimum confidence of 0.6, it was found that 14 strong rules. From the results of the Market Basket Analysis conducted on items at LOG-Mart Potorono using a minimum support of 0.001 and a minimum confidence of 0.3, there are 6 strong rules. The marketing strategy that can be proposed to LOG-Mart Potorono is in order that the store sales can increase, LOG-Mart Potorono must place item groups or items according to the rules obtained or create promotions that sell itemset which states in the rules together.

Keywords: *Marketing Strategy, Promotion, LOG-Mart Potorono, Descriptive Analysis, Market Basket Analysis, Apriori Algorithm, Item Groups, Items, Strong Rules, Minimum Support, and Minimum Confidence.*