

ABSTRAK

Penerapan Algoritma Apriori Untuk Menentukan Pola Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Berdasarkan Data Penjualan

Oleh

Hany Wulan Lestari

9882405219121003

Penelitian ini didasari atas masalah belum maksimalnya pemanfaatan data penjualan PT. Indomarco Adi Prima Cabang Bandung di stock point Ujungberung. Seiring dengan bertambahnya data penjualan setiap harinya, yang disebabkan kegiatan distribusi penjualan yang dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pola pembelian konsumen terhadap kombinasi produk yang akan dibeli oleh konsumen apabila produk-produk tersebut dikombinasikan dalam satu periode transaksi. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisa algoritma apriori dengan bahasa pemrograman python. Hasil penelitian ini adalah untuk menemukan aturan asosiasi terhadap pola pembelian konsumen untuk kombinasi produk mie instan dan mengetahui nilai support beserta confidence yang didapat dengan melakukan pengujian terhadap hasil akhir menggunakan metode lift ratio.

Kata Kunci: Data Penjualan, Apriori, Aturan Asosiasi, Python

ABSTRACT

Application of Apriori Algorithm to Determine Consumer Purchasing Patterns on Instant Noodle Products Based on Sales Data

By

Hany Wulan Lestari

9882405219121003

This research is based on the problem of not maximizing the utilization of sales data of PT Indomarco Adi Prima Bandung Branch at Ujungberung stock point. Along with the increase in sales data every day, which is due to sales distribution activities carried out. The purpose of this study is to find consumer purchasing patterns of product combinations that will be purchased by consumers if these products are combined in one transaction period. The method used is quantitative method using apriori algorithm analysis technique with python programming language. The results of this study are to find association rules for consumer purchasing patterns for instant noodle product combinations and determine the support and confidence values obtained by testing the final results using the lift ratio method.

Keywords: Sales Data, Apriori, Association Rules