

Penentan tata letak produk pada toko ritel dengan metode market basket analysis. (Studi kasus: pada ritel A)

Annury Citra Seruni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247898&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri ritel merupakan Salah satu jenis usaha dengan tingkat kompetisi yang tinggi. Kemampuan bisnis ini untuk tetap bertahan sangat bergantung pada kemampuannya dalam memahami konsumen. Contoh aplikasi yang paling banyak dilakukan pada bidang supermarket dalam memahami konsumen adalah teknik mix merchandise.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi produk-produk apa saja yang saling berasosiasi dan dapat digabungkan dalam kelompok mix merchandise yang sama dengan menggunakan teknik marker basket analysis.

Algoritma yang dipilih dari keseluruhan proses data mining adalah algoritma Apriori. Perhitungan asosiasi dari produk dilakukan dengan menggunakan software WEKA (Waikato Environment for Knowledge Analysis). Dari 5 aturan asosiasi kategori dan 14 aturan asosiasi sub-kategori yang didapatkan, kemudian diinterpretasikan dalam bentuk confidence dan support untuk menjadi pertimbangan dalam penyusunan tata letak produk.