

Penetapan tata letak produk dan strategi penjualan dengan metode market basket analysis pada ritel hypermarket

Ferdy Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20249982&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri ritel merupakan salah satu bidang usaha yang berkembang pesat. dengan tingkat kompetisi yang tinggi. Salah satu cara memenangi kompetisi tersebut adalah membangun sebuah competitive advantage melalui analisa akan perilaku pelanggan. Salah satu metode yang umum digunakan dalam memahami perilaku pelanggan dalam bisnis ini adalah market basket analysis. Market basket analysis merupakan bagian dari metode data mining yang menggunakan teknik algoritma apriori untuk mengetahui produk-produk yang berasosiasi. Perhitungan asosiasi produk dilakukan menggunakan software WEKA (Waikato Environment for Knowledge Analysis) atas input data transaksi pelanggan. Hasil dari metode ini adalah 5 aturan asosiasi kategori dan 17 aturan asosiasi sub kategori produk guna diinterpretasikan sebagai pertimbangan dalam memperbaiki tata letak dan strategi penjualan produk.

Retail industry is one of the businesses that thrive with a high level of competition. One way to win the competition is building a competitive advantage through customer behavior analysis. One method commonly used in understanding customer behavior in this business is the market basket analysis. Market basket is a part of data mining method that use apriori algorithm to discover association of product. The calculation is done by using WEKA (Waikato Environment for Knowledge Analysis) software with customer transaction data as an input. The results of this method are 5 association rule category and 17 association rule sub category product to be interpreted as a consideration for improving product layout and marketing strategy.