

ABSTRAK
ANALISIS MARKET BASKET UNTUK MENENTUKAN ASSOSIASI
RULE DENGAN ALGORITMA APRIORI
(STUDI KASUS: TB. MENARA)
Oleh
IMROATUN QONI'AH
16311158

Market Basket Analysis didefinisikan sebagai *itemset* yang dibeli secara bersamaan oleh pelanggan dalam suatu transaksi selain itu juga digunakan untuk menganalisis pola belanja konsumen. Dengan memanfaatkan data transaksi penjualan yang diolah untuk mendapat informasi dari data transaksi tersebut. TB. Menara merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang penjualan bahan bangunan serta alat pertukangan yang beralamatkan di punggur, Lampung tengah. Toko ini belum mengetahui pola belanja konsumen dalam keranjang belanja. Algoritma yang digunakan yaitu algoritma apriori karena algoritma ini mengurangi jumlah kandidat *itemset* pada awal. Dari hasil penelitian ini ditemukan barang yang paling laku terjual untuk 1-itemset yaitu semen holcim sebesar 48%. *Item* untuk 2-*itemset* yaitu keramik dan semen holcim sebesar 19%. *Assosiasi rule* yaitu Ketika konsumen membeli Karet Asbes maka akan membeli Asbes dengan nilai confidence 94%, Ketika konsumen membeli Asbes maka akan membeli Paku Payu dengan nilai confidence 88%, Ketika konsumen membeli lis Keramik maka akan membeli keramik dengan nilai confidence 89%, Ketika konsumen membeli asbes maka akan membeli karet asbes dengan nilai confidence 92%

Kata Kunci: *Data Mining, Market Basket Analysis, Association Rule, Algoritma Apriori, Rapid Miner*