

ABSTRAK

Mochammad Nizar (11152585), Penerapan Metode Algoritma Apriori Dalam Analisa Penjualan Merek Tas Gunung Pada Toko Pos 1.

Sekarang ini, mendaki gunung sudah menjadi sebuah gaya hidup bagi kalangan anak muda. Industri outdoor yang memproduksi pakaian, tas dan sepatu olahraga pun ikut berkembang dan mengikuti keinginan pasar. Setiap perusahaan dalam memproduksi produknya memiliki merek tersendiri. Toko Pos 1 merupakan salah satu toko yang menjual berbagai alat pendakian yang biasa digunakan para pendaki untuk naik gunung. Selain itu, toko Pos 1 juga sulit mendapatkan informasi yang update mengenai tingkat penjualan perperiode. Oleh sebab itu, dibutuhkanlah suatu sistem pendukung keputusan dan metode yang dapat digunakan untuk merancang sebuah strategi bisnis yang dapat menyediakan suatu informasi yang efisien dan efektif, yaitu data mining dengan menggunakan metode asosiasi algoritma apriori. Penulis mengkhususkan mengambil produk tas gunung saja sebagai bahan penelitian dengan memilih delapan merek, meliputi Avtech, Consina, Co-trek, Cozmed, Eiger, Forester, Rei, Rugi. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan perhitungan *algoritma apriori* dengan menguji hipotesis dua *variable* antara nilai *support* dan nilai *confidence*. Setelah itu, dilakukan perhitungan *algoritma apriori* menggunakan Tanagra. Berdasarkan Analisa yang dilakukan penulis, bahwa *carrier* yang paling diminati oleh pendaki adalah Avtech, Consina, Cozmed. Dari hasil tersebut bisa digunakan oleh toko pos 1 untuk mempersiapkan stok merek produk tas gunung yang banyak dibeli oleh pembeli dan menambah persediaan merek.

Kata Kunci: Merek, Data Mining , Algoritma Apriori.

ABSTRACT

Mochammad Nizar (11152585), An application of Apriori Algorithm Method in Sales Analysis of Mountain Bag Brands in Pos 1 Stores.

Nowadays, climbing mountains has become a lifestyle for young people. Outdoor industries that produce clothing, bags and sports shoes participate in developing and following the desires of the market. Each company in producing its products has a special brand. Shop Pos 1 is one of the shops that sell various climbing equipment commonly used by climbers to climb mountains. In addition, Pos 1 stores also find it difficult to get updated information about the level of sales per period. Therefore, we need a decision support systems and methods that can be used to determine business strategies that can provide efficient and effective information, namely data mining using a priori technology association methods. The author chooses mountain bag products only as research material by selecting brands, completing Avtech, Consina, Co-tracks, Cozmed, Eiger, Forester, Rei, Loss. In analyzing the data, the writer uses a priori algorithm calculation by testing the hypothesis of two variables between the value of support and the value of trust. After that, a priori algorithm is calculated using Tanagra. Based on analysis conducted by the author, the operator most preferred by climbers is Avtech, Consina, Cozmed. From these results, it can be used by Pos 1 to prepare brand inventory of mountain bag products that are widely bought by buyers and increase brand inventory.

Key Word: Brand, Data Mining, a priori algorithm.

