

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan dari tata letak produk yang ada saat ini Produk Kedelai Asin dan Kedelai Jagung belum diletakkan di rak penjualan.
2. Berdasarkan dari tata letak produk yang ada saat ini Nabati wafer Keju, Richeese Nabati, Richoho Nabati, sudah diletakkan berdekatan di rak penjualan begitupun juga dengan ABC dan Goodday.
3. Dari pengolahan *Software* WEKA maka penulis mengusulkan tata letak sebagai berikut:
 - a. Produk Kedelai didekatkan dengan produk jagung asin
 - b. Produk Recheese Nabati didekatkan dengan Rechoco Nabati
 - c. Produk Nabati Wafer keju didekatkan dengan Rechoco Nabati
 - d. Produk Nabati Wafer Keju didekatkan dengan Recheese Nabati
 - e. Produk ABC White didekatkan dengan Goodday5
 - f. Produk Recheese Nabati dan Nabati Wafer Keju didekatkan dengan Rechoco Nabati

6.2. Saran

1. Sebaiknya pihak Toko melakukan *Market Basket Analysis* dengan jangka waktu tertentu sehingga apabila ada produk baru, dapat meletakkan produk sesuai dengan keterkaitan antar barang.
2. Berdasarkan hasil penelitian, produk jagung asin dan produk kedelai sebaiknya di letakkan di rak agar konsumen tidak mengalami kesulitan karena produk tersebut memiliki keterkaitan barang yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, R., & Srikant, R. (1994). *Fast algorithms for mining association rules. In Proceedings of 20th international conference on very large data bases*, VLDB (pp. 1– 32).
- Annie, Loraine C and all. (2012). *Market Basket Analysis for a Supermarket based on Frequent Itemset Mining*. IJCSI International Journal of Computer Science Issues, Vol. 9, Issue 5, No. 3.
- Bank Indonesia, 18 Mei 2017, “*Retail Sales Survey March 2017*”, <http://www.bi.go.id/en/publikasi/survei/penjualan-eceran/Pages/SPE-Maret-2017.aspx>. Diakses pada tanggal 4 Juni 2017
- Bergsma, E. (2014). *Planogram Data Requirements*. International Retail and Category Management Services. Global Retail Business Solutions : Grez-Doiceau.
- Charlet, Loraine A. (2012). *Market Basket Analysis for a Supermarket based on Frequent Itemset Mining*. International Journal of Computer Science Issues, Vol. 9, Issue 5, No. 3.
- Endang, N. (2012), Pengaruh store atmospehere terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada Mulia Toserba dan Swalayan Godean Sleman Yogyakarta), 13–54
- Goldie Gunadi dan Dana Indra S. (2012). Penerapan Metode *Data Mining Market Basket Analysis* Terhadap Data Penjualan Produk Buku Dengan Menggunakan *Algoritma Apriori* dan *Frequent Pattern Growth (FP-Growth)*: Studi Kasus Percetakan PT. Gramedia. Jurnal Telematika MKOM Vol.4 No.1.
- Hruschka, Harald. (2012). *Analyzing market baskets by restricted Boltzmann machines*. University of Regensburg.
- Istiatin dan Sudarwati. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Retail di Lottemart Surakarta. Jurnal Paradigma, 12(2), 21-31.
- Kaur, Manpreet dan Kang, Shivani. (2016). *Market Basket Analysis: Identify the changing trends of market data using association rule mining*. Bhai Gurdas Institue of Engineering and Technology. 78-85

Komunikasi Komutias Telematika, 2 Januari 2017, "Outlook Ritel 2017: Anomali DataRetail Online dari berbagai sektor" <https://komite.id/2017/01/02/outlook-ritel-2017-anomali-data-ritel-online-dari-berbagai-sektor/>. Diakses pada tanggal 4 Juni 2017

Mostafa, Mohamed M. (2015). Knowledge discovery of hidden consumer purchase behaviour: a market basket analysis, *Int. J. Data Analysis Techniques and Strategies*, Vol. 7, No 4, pp.384-405

Prajapati, Dinesh J., and all (2017). *Interesting Association Rule Mining with Consistent and Inconsistent Rule Detection from Big Sales Data in Distributed Environment. Future Computing and Informatics Journal*

Thanmayee, and all (2017). *Revamped Market-Basket Analysis Using In-Memory Computation Framework* 11 th International Conference on Intelligent Systems and Control (ISCO)

Valle Mauricio A., Ruz Gonzalo A. dan Morras R. (2017). *Market Basket Analysis: Complementing association rules with minimum spanning trees.*

Videla-Cavieres, Ivan F., and all (2014) *Extending market basket analysis with graph mining techniques: A real case. Expert Systems with Aplications* 41 (2014) 1928-1936

LAMPIRAN



Lampiran 1 : Contoh data per transaksi selama 2 minggu pada bulan Desember 2016 (Data yang lain terlampir di CD)

