

ABSTRAK

Pelanggan merupakan sebuah aset yang berharga bagi Toko Berkahh RSV yang berada di Jl. Raya Tunggu No.9 Semarang. pelanggan berperan penting atas suksesnya bisnis di Toko Berkahh RSV. Untuk itu kepuasan pelanggan dan penjualan produk adalah hal yang penting bagi perusahaan untuk strategi bisnis ke depan. *Market Basket Analysis* adalah salah satu metode yang bermanfaat dan bias digunakan untuk keperluan strategi pemasaran, desain katalog serta proses pembuat keputusan bisnis pada lingkungan marketing. *Market Basket Analysis* juga dapat di gunakan untuk menganalisa kebiasaan pelanggan berdasarkan kebiasaan transaksi mereka. Untuk menganasi kebiasaan pelanggan dapat digunakan algoritma apriori . Algoritma Apriori digunakan untuk mengetahui pola transaksi dari penjualan kepada konsumen. Dalam algoritma apriori terdapat 3 tahapan yaitu pembentukan kandidat, penghitungan kadidat support dari setiap kandidat dan Menetapkan pola frekuensi..dalam pembetulan kadidat ditentukan min support yang akan di pakai untuk kadidat yang berikutnya. Dalam penelitian ini min support dan min confidenc yang di pakai adalah 0,1 dan 0,6 yang akan di jadikan rule. Rule tersebut dapat dijadikan rekomendasi pelanggan ketika membeli produk tertentu, missal jika pelanggan membeli produk A maka dapat di rekomendasi untuk membeli produk B, C dan D.

Keyword : Toko Berkahh RSV, *Market Basket Analysis*, Algoritma Apriori

The customer is a valuable asset for the Berkahh RSV shop located on Jl. Raya Tunggu No. 9 Semarang. Customers play an important role in the success of the business at Berkahh RSV.

For the reason that, customer satisfaction and product sales are important for the company for future business strategies. Market Basket Analysis is one of the useful and biased methods used for the purposes of marketing strategy, catalog design and business decision-making processes in the marketing environment. Market Basket Analysis can also be used to analyze customer habits based on their transaction habits. To animate customer habits can be used a priori algorithm. Apriori algorithm is used to determine the pattern of transactions from sales to consumers. In a priori algorithm there are 3 stages, namely the formation of candidates, the calculation of support candidates for each candidate and Determine the frequency pattern in the formation of candidates determined min support that will be used for the next candidate. In this study, the min support and the min conference used are 0.1 and 0. 5, which will be made into rules. These rules can be used as customer recommendations when buying certain products, for example if a customer buys product A, it can be recommended to buy products B, C and D.

Keyword: Berkahh RSV Shop, *Market Basket Analysis*, Apriori Algorithm