

## ABSTRAK

### **Penerapan Data Mining Untuk Menentukan Varian Produk Lipstik Yang Sering Dibeli Secara Bersamaan Pada PT Titian Citra Kharisma Dengan Algoritma Apriori**

**Oleh : Syahnaz Sofinar Amru (1512500255)**

PT Titian Citra Kharisma merupakan perusahaan bisnis yang bergerak di dalam bidang kosmetika. Ditengah persaingan bisnis yang sangat ketat, PT Titian Citra Kharisma harus menentukan strategi yang tepat agar dapat terus bertahan. Minimnya pengetahuan dalam *data mining*, sehingga data-data transaksi yang ada belum digunakan secara maksimal. Menyadari permasalahan yang dihadapi oleh PT Titian Citra Kharisma, penulis membuat penelitian kombinasi varian produk kamalia lipmatte yang sering dibeli secara bersamaan oleh pelanggan. Tujuan penelitian ini yaitu, dari informasi yang dihasilkan agar dapat dimanfaatkan menjadi sebuah *product bundling* yang lebih disukai atau diminati oleh pelanggan, sehingga diharapkan akan lebih meningkatkan omset penjualan produk kamalia lipmatte. Dari informasi tersebut pula, dapat dijadikan sebuah saran untuk PT Titian Citra Kharisma dalam pengelolaan stok produknya. Dimana dalam penelitian ini, teknik *data mining* yang digunakan adalah teknik *association rule* dengan algoritma apriori. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa dari berbagai varian kamalia lipmatte yang ada, terdapat 2 (dua) kombinasi *item* yang sering dibeli secara bersamaan oleh pelanggan yaitu: dengan *confidence* sebesar 28,16% jika membeli varian *soft pink* maka akan membeli varian *soft brown*; dan dengan *confidence* sebesar 31,10% jika membeli varian *fierce red* maka akan membeli varian *soft pink*. Hasil dari penelitian ini telah diuji bahwa *rule* tersebut telah memenuhi kondisi dari *lift ratio*, serta telah diuji menggunakan alat bantu *data mining* yaitu perangkat lunak WEKA.

**Kata Kunci:** *data mining*, *association rule*, algoritma apriori

viii + 73 halaman; 11 gambar; 27 tabel; 2 lampiran