**ABSTRAK**

**Mila Aprilliyani (2015320007), Penerapan Algoritma Apriori Untuk Menentukan Pola Penjualan Pada 212 Mart Cibitung**

Data transaksi penjualan yang semakin hari semakin bertambah jumlahnya tetapi belum dimanfaatkan secara maksimal dalam menemukan informasi yang penting bagi perusahaan seperti mencari pola penjualan untuk acuan tata letak produk, menentukan kombinasi produk yang dibeli secara bersamaan. Dengan pemanfaatan data transaksi yang maksimal, data-data tersebut bisa memberikan informasi yang belum diketahui sebelumnya, sehingga perusahaan membutuhkan alat bantu analisis untuk menemukan informasi itu. Seperti menemukan barang yang paling diminati konsumen, barang apa saja yang sering dibeli secara bersamaan, dan bisa menentukan tata letak barang sesuai dengan perilaku belanja konsumen. *Data mining* adalah teknik untuk menggali informasi yang tersembunyi dan selama ini hanya tersimpan sebagai arsip saja. Algoritma Apriori adalah salah satu metode data mining yang bertujuan menghasilkan aturan asosiasi (*association rules*) yang berkaitan dengan nilai minimum *support* dan *confidence* yang memperkuat aturan asosiasi yang ditemukan. Hasil dari penelitian ini menemukan produk *Adult Milk* dan *Snack& Biscuit* dengan nilai *support* 18,69% dan *confidence* 68,18% atau *Snack& Biscuit* dan *Adult Milk* dengan nilai *support* 14,01% dan *confidence* 31,25% merupakan aturan asosiasi yang ditemukan.

**Kata Kunci :** ***Data Mining* , Algoritma Apriori, Aturan Asosiasi**