

ABSTRAK

Richard Tanoto (03082200019)

ANALISIS POLA PEMBELIAN KONSUMEN TOKO PAKAIAN HDLV DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA *APRIORI*

(xvi + 135 halaman: 59 gambar; 40 tabel; 68 lampiran)

Industri pakaian saat ini menghadapi persaingan ketat dan tantangan *deadstock* yang berdampak negatif pada keuangan perusahaan. Toko pakaian HDLV secara khusus mengalami masalah stok yang tidak terjual, penempatan produk yang kurang strategis, dan kebutuhan akan strategi *bundling* produk yang efektif. *Deadstock* menyebabkan pemborosan sumber daya dan menurunkan profitabilitas, sementara penempatan produk yang tidak optimal mengurangi visibilitas produk yang berpotensi laris. Solusi yang diusulkan melibatkan analisis pola pembelian konsumen menggunakan algoritma Apriori untuk mengidentifikasi tren pembelian, meramalkan permintaan, dan mengelola inventaris produk. Berdasarkan hasil analisis pola pembelian konsumen dengan algoritma Apriori, terdapat 5 produk pakaian yang memiliki nilai *support* di atas dan merupakan produk pakaian dengan penjualan terbanyak. Produk tersebut adalah Custom Amount dengan jumlah penjualan sebanyak 146 buah dan *support* sebesar 10,41%, RIC Earth Tone Black Tee dengan jumlah penjualan sebanyak 91 buah dan *support* sebesar 6,49%, RIC Reflective White Outline Black Tee dengan jumlah penjualan sebanyak 78 buah dan *support* sebesar 5,56%, RIC Classic Jewel Black Tee dengan jumlah penjualan sebanyak 75 buah dan *support* sebesar 5,35%, RIC Reflective Black Outline White Tee dengan jumlah penjualan sebanyak 71 buah dan *support* sebesar 5,06%. Hasil implementasi solusi menunjukkan bahwa analisis tersebut berhasil membentuk 20 aturan asosiasi, dengan 7 aturan yang memenuhi kriteria *support* dan *confidence*. Dengan demikian, toko pakaian HDLV dapat mengurangi *deadstock*, meningkatkan penempatan produk, dan merancang strategi *bundling* yang lebih efektif, sehingga meningkatkan daya saing dan kinerja bisnisnya.

Kata Kunci: Analisis Keranjang Pasar, Aturan Asosiasi, Sistem Informasi, Algoritma *Apriori*

Referensi: 18 (2020-2024)

ABSTRACT

Richard Tanoto (03082200019)

ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASING PATTERNS AT HDLV CLOTHING STORE USING APRIORI ALGORITHM

(xvi + 135 pages; 59 figures; 40 tables; 68 appendices)

*The clothing industry is currently facing intense competition and challenges with deadstock, which adversely affect company finances. Specifically, the HDLV clothing store is confronted with issues such as unsold stock, less strategic product placement, and the need for effective product bundling strategies. Deadstock leads to resource wastage and decreased profitability, while suboptimal product placement diminishes the visibility of potentially popular items. The proposed solution involves analyzing consumer purchasing patterns using the Apriori algorithm to identify buying trends, forecast demand, and manage product inventory. Based on the analysis of consumer purchasing patterns with the Apriori algorithm, there are 5 clothing products with support values above the threshold and are the best-selling products. These include Custom Amount with a sales volume of 146 units and a support of 10.41%, RIC Earth Tone Black Tee with a sales volume of 91 units and a support of 6.49%, RIC Reflective White Outline Black Tee with a sales volume of 78 units and a support of 5.56%, RIC Classic Jewel Black Tee with a sales volume of 75 units and a support of 5.35%, and RIC Reflective Black Outline White Tee with a sales volume of 71 units and a support of 5.06%. The implementation results demonstrate that the analysis successfully establishes 20 association rules, with 7 rules meeting the criteria for support and confidence. Thus, the HDLV clothing store can reduce deadstock, enhance product placement, and design more effective bundling strategies, thereby improving its competitiveness and business performance. **Keywords: Market Basket Analysis, Association Rules, Information Systems, Apriori Algorithm***

References: 18 (2020-2024)