

## ABSTRAK

### ANALISIS *CUSTOMER BEHAVIOR* UNTUK MENENTUKAN TATA LETAK PADA *USER INTERFACE* MENGGUNAKAN *MARKET BASKET ANALYSIS* (MBA)

Oleh  
Mahda Laina Arnumukti  
20102302

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia terus mengalami peningkatan signifikan, memberikan kontribusi positif pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Peningkatan pelaku usaha di *e-commerce* pada tahun 2022 mencapai 2.995.986. Hal ini membuat persaingan di *e-commerce* semakin ketat. Perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak beralih ke *e-commerce* disebabkan oleh kemudahan melakukan transaksi tanpa perlu meninggalkan kenyamanan rumah. Oleh karena itu, penting bagi manajemen bisnis untuk memahami strategi pemasaran yang dapat meningkatkan pembelian di platform *e-commerce*. Analisis perilaku konsumen menjadi langkah kritis dalam memahami pola transaksi, Metode Market Basket Analysis dengan algoritma apriori digunakan dengan fokus pada memahami pola pembelian pelanggan melalui *pendekatan association rules*. Salah satu algoritme yang diterapkan dalam analisis *association rules* adalah Algoritme Apriori. Hasil *association rules* menggunakan nilai *minimum support* 0.005 dan nilai *minimum confidence* sebesar 0.01. *Rules* yang dihasilkan memenuhi kriteria nilai *lift ratio* dengan besaran nilai *lift rasio*  $> 1$ . *Rules* diklasifikasikan dengan metode Naïve Bayes untuk menentukan probabilitas tertinggi saat konsumen memasuki kata kunci. Hasil *rules* terbesar terdapat kategori produk *{Steering Wheel}* dan *{Game Boy}* yang memiliki nilai *support* 0.005 dan nilai *confidence* 0.88. Tujuannya untuk menentukan nilai probabilitas tertinggi ketika konsumen memasukkan kata kunci. Sebagai contoh, penggunaan kata kunci *{nintendo switch}* memiliki probabilitas sebesar 0.14, memberikan rekomendasi produk yang lebih spesifik kepada konsumen berdasarkan perilaku konsumen. Aturan yang dihasilkan dapat menjadi referensi strategi marketing *e-commerce* yang efektif, memungkinkan rekomendasi produk yang lebih spesifik berdasarkan perilaku konsumen.

**Kata Kunci :** *Association rules, Customer Behavior, E-commerce, Market Basket Analysis, User Interface*