

## ABSTRAK

# PENEMPATAN PRODUK PENJUALAN BERBASIS PERILAKU KONSUMEN MENGGUNAKAN ALGORITMA ECLAT

Oleh

Yoga Naden 20102205

Perdagangan elektronik berkembang sangat pesat pada era modern seperti sekarang ini, yang menjadi faktor utama berkembangnya perdagangan elektronik adalah masyarakat modern yang lebih suka belanja secara daring karena dianggap lebih efisien dibandingkan dengan pasar tradisional. Padatnya persaingan perdagangan elektronik menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis, maka dibutuhkan strategi untuk meningkatkan penjualan, dengan memanfaatkan tata letak produk yang baik dapat meningkatkan penjualan dan mempermudah konsumen menemukan barang dan layanan atau jasa yang mereka cari. Dengan menggunakan metode *Market Basket Analysis* untuk mencari kombinasi produk yang dibeli secara bersamaan pada *dataset*, dan algoritma asosiasi untuk menemukan hubungan pada tiap item yang dibeli secara bersamaan menggunakan data berdasarkan perilaku konsumen dengan mencari nilai *support*, *confidence*, dan *lift*. Dengan menggunakan data transaksi berdasarkan perilaku konsumen ditemukan hubungan yang kuat antara *Travel Voucher*, *Travel Case Game* dan *Casing & silicon game console* ditemukan nilai *confidence* sebesar 100% dan nilai *support* sebesar 2% dapat disimpulkan ketika konsumen membeli produk *silicon game console* maka seringkali konsumen juga membeli produk *Travel Case Game*. Hasil analisa yang ditemukan kemudian dapat digunakan sebagai panduan untuk membuat desain tata letak produk sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan pada *e-commerce* Tokopedia.

**Kata Kunci :** Analisa keranjang belanja, Eclat, Perilaku konsumen, Tata letak