

ABSTRAK

Toko Bambang merupakan brntuk UMKM setiap harinya harus memenuhi kebutuhan konsumen dan dituntut untuk mengambil keputusan yang tepat dalam menentukan strategi pemasaran dan manajemen usaha yang baik. Dengan memanfaatkan data transaksi penjualan, manajemen dapat mengetahui kebiasaan atau perilaku pelanggan mengenai produk apa saja yang dibeli.

Cara mengetahui produk yang dibeli secara bersamaan dapat dilakukan dengan analisa keranjang belanja (*Market Basket Analisis*), yaitu metode dari data mining untuk menemukan suatu kombinasi kombinasi *item*. Proses pencarian menggunakan algoritma *CT-Pro* dimana algoritma ini lebih unggul dibandingkan algoritma lainnya untuk menghasilkan pola kombinasi *item* dan rules sebagai ilmu pengetahuan dan informasi yang penting.

Hasil penelitian dari data transaksi bulan Januari-Maret 2021 dengan nilai *minimum support* 2-12% dan *confidence* 30-50% didapatkan hasil aturan asosiasi dengan trend pembelian konsumen yang mempunyai keterikatan terbaik ialah produk segitiga terigu → telur 1kg dengan nilai *support* 11,27%, nilai *confidence* 53,01% dan *lift ratio* 1,79%.

Kata kunci: *Market Basket Analysis, Association Rule, Algoritma CT-Pro*