

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	ix
<b>DAFTAR NOTASI</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1      Latar Belakang Masalah .....	1
1.2      Perumusan Masalah .....	3
1.3      Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	3
1.4      Tujuan Penelitian .....	3
1.5      Manfaat Penelitian .....	3
1.6      Sistematika Penulisan .....	3
<b>BAB II      LANDASAN TEORI</b> .....	5
2.1      Perilaku Konsumen .....	5
2.2      Keputusan Pembelian .....	5
2.3      Tata Letak Produk .....	7
2.4      Proses <i>Knowledge Discovery in Data Mining</i> (KDD) .....	7
2.5 <i>Market Basket Analysis</i> (MBA) .....	8
2.6      Algoritma Apriori .....	10
2.7 <i>Rapidminer</i> .....	12
2.8 <i>Overall Variability of Association Rule</i> (OCVR) .....	12
2.9      Penelitian Terdahulu .....	14
<b>BAB III      METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	16
3.1      Objek Penelitian .....	16

3.2	Pengumpulan Data .....	16
3.3	Kerangka Penelitian .....	17
3.4	Pengolahan Data .....	19
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	23
4.1	Pengumpulan Data .....	23
4.2	Pengolahan data .....	24
	4.2.1 <i>Data clustering</i> .....	24
	4.2.2 <i>Data cleaning</i> .....	26
	4.2.3 <i>Transformation data</i> .....	27
	4.2.4 <i>Data mining</i> menggunakan Algoritma Apriori.....	28
	4.2.5 Perhitungan OCVR .....	35
4.3	Analisis Hasil.....	37
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	44
5.1	Kesimpulan .....	44
5.2	Saran .....	44

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN