

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwihardja, C., Cahyati, M., & Hilma, R. (2018). Implementasi Data Mining Penjualan Tas Pada Toko Fabella Shop Menggunakan Algoritma Apriori. *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 10(4). <http://dx.doi.org/10.55181/speed.v10i4.97>
- Adnan, A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Andari, S. N., Setyanto, N. W., & Efranto, R. Y. (2013). Alternatif Perbaikan Tata Letak Toko Persada Swalayan melalui Pendekatan Perilaku Konsumen dengan Metode Market Basket Analysis. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*, 1(3), 128069.
- Ardianto, M. Y., Adinugroho, S., & Indriati, I. (2021). Penentuan Tata Letak Produk menggunakan Algoritma FP-Growth pada Toko ATK. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(9), 3826-3832.
- Bermudez, J., Apolinario, K., & Abad, A. G. (2016). Layout optimization and promotional strategies design in a retail store based on a market basket analysis. In *14th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and Technology*. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2016.1.1.307>
- Duncan, Philips, & Hollander. (1981). *Manajemen Toko Eceran*. Jakarta: Balai Aksara.
- Erwin, E. (2009). Analisis Market Basket Dengan Algoritma Apriori dan FP-Growth. *Jurnal Generic*, Vol. 4 No.2, 26-30.
- Eva, G., Soepono, D., & Kawet, R. (2021). Pengaruh Motif Perilaku Konsumen dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil pada PT. Sinar Galesong Prima Cabang Boulevard Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Farkhan. (2008). Desain Ulang Tata Letak di Toko Buku Ramadhan Agency melalui Pendekatan Perilaku Konsumen Dengan Metode Market Basket Analysis. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(1), 14-29
- Fayyad, U., Piatetsky-Shapiro, G., & Smyth, P. (1996). From data mining to knowledge discovery in databases. *AI magazine*, 17(3), 37-37.
- Gunadi, G., & Sensuse, D. I. (2016). Penerapan metode data mining market basket analysis terhadap data penjualan produk buku dengan menggunakan algoritma apriori dan frequent pattern growth (fp-growth): studi kasus percetakan pt. Gramedia. *Telematika Mkom*, 4(1), 118-132.

- Han, J., Kamber, M., & Mining, D. (2006). Concepts and techniques. *Morgan kaufmann*, 340, 94104-3205.
- Kusrini, E. T. L., & Taufiq, E. (2009). Algoritma data mining. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Lestari, D., & Nasir, M. (2021). Penerapan Metode C4. 5 Berbasis Particle Swarm Optimization Untuk Memprediksi Penjualan Obat Pada Apotek Bunda Azka. *Jurnal Pengembangan Sistem Informasi dan Informatika*, 2(3), 174-187. <https://doi.org/10.47747/jpsii.v2i3.554>
- Majid, A. A. (2020). *Perancangan Tata Letak dan Strategi Pemasaran Berdasarkan Market Basket Analysis*. Yogyakarta: Institutional Repository UIN Kalijaga. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/43452>
- Mansur, A., & Kuncoro, T. (2012). Product inventory predictions at small medium enterprise using market basket analysis approach-neural networks. *Procedia Economics and Finance*, 4, 312-320. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00346-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00346-2)
- Musungwini, S., Zhou, G., Gumbo, R., & Mzikamwi, T. (2014). The Relationship Between (4ps) & Market Basket Analysis: A Case Study Of Grocery Retail Shops In Gweru Zimbabwe. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 3(10).
- Nofitri, R., & Irawati, N. (2019). Integrasi Metode Neive Bayes Dan Software Rapidminer Dalam Analisis Hasil Usaha Perusahaan Dagang. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 6(1), 35-42. <https://doi.org/10.33330/jurteks.v6i1.393>
- Papavasileiou, V., & Tsadiras, A. (2011). Time variations of association rules in market basket analysis. In *International Conference on Engineering Applications of Neural Networks* (pp. 36-44). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Pradistya, R. M. (2021). Teknik triangulasi dalam pengolahan Data Kualitatif. *Website. February*, 09, 2021.
- Rahmawati, N., Nasution, Y. N., & Amijaya, F. D. T. (2017). Aplikasi Data Mining Market Basket Analysis untuk Menemukan Pola Pembelian di Toko Metro Utama Balikpapan. *EKSPONENSIAL*, 8(1), 1-8.
- Sari, D. N. (2018). *Analisis Tata Letak Pada Bisnis Ritel Melalui Pendekatan Perilaku Konsumen (Studi Kasus Di Kpri Universitas Brawijaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

- Septiani, R. R. (2022). *Analisis Efektivitas Tata Letak (Layout) Pada Starbucks Coffee MAL SKA Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/12711>
- Setiawan, F. (2009). *Penetapan Tata Letak Produk dan Strategi Penjualan Dengan Metode Market Basket Analysis pada Ritel Hypermarket*. Depok: Universitas Indonesia Fakultas Teknik Departemen Teknik Industri. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20249982&lokasi=lokal>
- Suryaningsih, D. (2008). *Pengaruh Tata Letak Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Assalaam Hypermarket* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Virgiawan, D. M., & Mukhlas, I. (2013). Aplikasi Association Rule Mining untuk Menemukan Pola pada Data Nilai Mahasiswa Matematika ITS. *Jurnal Sains Dan Seni Pomits*, 1(1), 1-6.
- Yanto, R., & Khoiriah, R. (2015). Implementasi Data Mining dengan Metode Algoritma Apriori dalam Menentukan Pola Pembelian Obat. *Creative Information Technology Journal*, 2(2), 102-113. <https://doi.org/10.24076/citec.2015v2i2.41>