

ABSTRAK

Selama ini data kunjungan wisatawan yang ada di A&T Holidays hanya sebatas rekapitulasi data, sedangkan data tersebut dapat dimanfaatkan untuk menggali pola kunjungan wisatawan dengan menggunakan teknik data mining. Maka dari itu data mining disini digunakan untuk menentukan pola kunjungan wisatawan dari data wisatawan yang memilih secara manual (*self-customize*) di A&T Holidays. Tidak sedikit wisatawan yang memilih cara *self-customize*, sebab dari biro wisata juga tidak mengetahui selera wisatawan. Padahal dari data-data tersebut dapat dibentuk menjadi pola kunjungan wisatawan untuk pengembangan strategi pemasaran dengan menggunakan algoritma *FP-Growth*, salah satu algoritma yang digunakan pada metode *association rule*. Algoritma *FP-Growth* digunakan karena merupakan algoritma yang lebih efisien dan terukur dalam menentukan himpunan data yang paling sering muncul (*frequent itemset*) pada sebuah kumpulan data. Data yang digunakan adalah data pola kunjungan wisatawan pada bulan Januari 2019-Desember 2019, menghasilkan jumlah objek wisata sebanyak 33. Dengan Menentukan minimal *support* 10% dan minimal *confidence* 10% hasil yang diperoleh adalah Gunung Rinjani sebagai objek wisata yang nilai supportnya paling tinggi dengan support 20,930232558140%, dan nilai confidence tertinggi ialah *rule* wisatawan mengunjungi Desa Sukarare maka wisatawan juga mengunjungi Pantai Kuta Mandalika dengan nilai confidence 41,46%.

Kata kunci : Pola Kunjungan Wisatawan, FP-Growth, Association Rule, Support, Confidence.