

DAFTAR ISI

TESIS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	1
ABSTRAK	2
DAFTAR ISI	4
DAFTAR TABEL	6
DAFTAR GAMBAR	7
BAB I	9
PENDAHULUAN.....	9
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	9
1.2. Latar Belakang	11
1.3 Perumusan Masalah	21
1.4 Pertanyaan Penelitian	22
1.5 Tujuan Penelitian	23
1.6 Manfaat Penelitian	23
1.6.1 Aspek Teoritis	23
1.6.2 Aspek Praktis	23
1.6.3 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	24
BAB II	25
TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian	25
2.1.1 Pengertian Pemasaran	25
2.1.2 Strategi Pemasaran	27
2.1.3 Marketing Mix	28
2.1.4 Data Mining	31
2.1.5 Cross Selling	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III	49
METODE PENELITIAN	49

3.1	Jenis Penelitian.....	49
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	50
3.3	Tahapan Penelitian	51
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.4.1	Populasi.....	53
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	53
3.6	Teknik Analisis Data.....	53
3.6.1	Model Association Rules	53
BAB IV.....		58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Karakteristik Data	58
4.2	Proses Pre-Processing Data.....	58
4.2.1	Data Selection	58
4.2.2	Data Cleaning.....	60
4.2.3	Data Transformation	61
4.3	Analisis Data	62
4.3.1	Pembuatan Model Struktur Data.....	62
4.3.2	Pencarian Item yang paling sering dibeli (<i>Frequent Itemsets</i>).....	63
4.3.3	Pengelompokan Berdasarkan Transaksi dan Asosiasi	65
4.3.4	Metode <i>Grouping</i>	67
4.4	Analisis Association Rules.....	72
4.4.1	Pencarian Item Top-30.....	72
4.4.2	Pembentukan Aturan Asosiasi	81
4.4.3	Pencarian Item berdasarkan <i>Top Lift dan Least Lift</i>	82
4.4.4	Penetapan Strategi Penjualan	89
4.4.5	Validasi Model.....	92
4.4.6	Pengujian Model Prediksi	100
BAB V		103
KESIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran	105
DAFTAR PUSTAKA		108