

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
DAFTAR ISTILAH	iv
BAB I PENDAHULUAN	5
I.1 Latar Belakang	5
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Tugas Akhir	9
I.4 Manfaat Tugas Akhir	9
I.5 Batasan Tugas Akhir	10
I.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
II.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	12
II.2 <i>E-Commerce</i>	12
II.3 <i>Business Model Canvas</i>	12
II.4 <i>Data Mining</i>	14
II.5 <i>Market Basket Analysis</i> (MBA)	15
II.5.1 Tahap <i>Market Basket Analysis</i>	15

II.6	Algoritma Apriori.....	16
II.7	<i>Association Rule Mining</i>	17
II.8	<i>Overall Variability of Association Rule (OCVR)</i>	18
II.9	Alasan Pemilihan Metode	20
II.10	Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
III.1	Kerangka Berpikir.....	25
III.2	Sistematika Penyelesaian Masalah.....	25
III.2.1	Tahap Identifikasi.....	27
III.2.2	Tahap Pengumpulan Data	27
III.3	Tahapan Pengolahan Data	27
III.4	Tahapan Analisis	29
III.5	Tahapan Kesimpulan dan Saran	29
BAB IV PENGOLAHAN DATA.....		30
IV.1	Pengumpulan Data	30
IV.1.1	Data Transaksi.....	30
IV.2	Perancangan <i>Business Model Canvas</i>	30
IV.3	Pengolahan Data.....	32
IV.3.1	<i>Preprocessing Data</i>	33
IV.3.2	Proses Perhitungan <i>Association Rule</i>	35
IV.3.3	Hasil <i>Association Rules</i>	40
IV.4	<i>Overall Variability of Association Rule (OCVR)</i>	47
IV.5	Verifikasi dan Validasi.....	51
IV.5.1	Verifikasi Model Matematika.....	51
IV.5.2	Validasi Hasil Rancangan.....	52
BAB V ANALISIS HASIL.....		53

V.1	Analisis dan Pembahasan	53
V.1.1	Analisis Assosiation Rule Hasil <i>Market Basket Analysis</i>	53
V.1.2	Penentuan Produk <i>Bundling</i>	65
V.2	Hasil	68
BAB VI	Kesimpulan dan Saran	69
VI.1	Kesimpulan	69
VI.2	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74