

ABSTRAK

Coffee shop merupakan unit usaha yang umumnya menjual produk utama berupa minuman kopi. Di era sekarang dalam menjalankan bisnis *coffee shop* sudah terbantu dengan layanan pengantaran makanan dan minuman, seperti Gojek dan Grab. Dalam menjalankan bisnis *coffee shop* perlu merancang strategi agar penjualan produk meningkat. Strategi pemasaran yang umum dilakukan yaitu menggunakan *product bundle*. *Product bundle* dilakukan dengan menjual dua produk atau lebih dalam 1 paket, biasanya disertai dengan potongan harga. Dalam penelitian ini, penulis melakukan *data mining* pada data penjualan milik *Authen Café & Space* untuk menghasilkan *product bundle*. Penelitian ini menggabungkan *clustering* dan *association rules mining* dalam menghasilkan *product bundle*. Hasil dari proses *clustering* diperoleh *cluster* efektif sebanyak tiga *cluster*. Setiap *cluster* kemudian dilakukan *association rules mining*. Hasil *clustering* pada *cluster* pertama menghasilkan 6 *rules*, *cluster* kedua menghasilkan 4 *rules*, dan pada *cluster* terakhir menghasilkan 8 *rules*. Saran *product bundle* diambil dari *rules* dengan mempertimbangkan metrik nilai, *support*, *confidence* dan *lift ratio*. *Product bundle* yang dapat diterapkan pada *cluster* pertama yaitu *es kopi susu karamel* dengan *es kopi susu aren*, *ayam rica-rica* dengan *ayam popcorn dabu-dabu*, dan *ayam rica-rica* dengan *es kopi susu aren*. Dan *product bundle* yang dapat diterapkan pada *cluster* terakhir yaitu *pisang aroma* dengan *es kopi susu karamel* dan *tahu lada garam* dengan *es kopi susu aren*.

Kata kunci — *product bundle, clustering, association rules, k-means, fp-growth*