

LEMBAR ABSTRAKSI

KHISAN FARAH KHASENA 22.240.0072

**Cross Selling Untuk Promosi Produk Dengan Metode Apriori di Toko
Sapphira Cake N Dessert Kabupaten**

Dibawah bimbingan Ari Putra Wibowo, M.Kom dan Devi Sugianti, M.Kom

52 halaman + xi halaman/9 gambar/14 tabel/26 daftar pustaka (2020 – 2025)

ABSTRAK

Persaingan bisnis mendorong pelaku usaha kuliner untuk memahami pola pembelian konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan pemasaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antar item produk penjualan dengan menerapkan algoritma Apriori pada data transaksi toko yang terdiri dari tiga kategori produk, yaitu Cookies, Brownies, dan Es Sticky Milk. Sebanyak 20 transaksi diproses secara digital untuk menghitung nilai support dan confidence setiap kombinasi produk. Parameter yang digunakan dalam pengujian adalah minimum support 0,85 dan minimum confidence 0,90. Hasil pengujian menunjukkan bahwa algoritma Apriori mampu mengidentifikasi itemset yang sering muncul secara bersamaan dan menghasilkan rule asosiasi dengan tingkat akurasi yang memenuhi ambang batas parameter. Temuan ini membuktikan bahwa penerapan algoritma Apriori efektif dalam menampilkan pola pembelian konsumen dan dapat menjadi dasar strategi pemasaran seperti produk Es Coklat dan Red Velvet White Choco Cheese menjadi pola paling dominan dibeli oleh pelanggan, sehingga pola penjualan produk Es Coklat dan Red Velvet White Choco Cheese dapat menjadi rekomendasi produk atau promosi bundling.

Kata Kunci : *Cross Selling, Promosi Produk, Data Mining, Metode Apriori,UMKM*

LEMBAR ABSTRAKSI

KHISAN FARAH KHASENA 22.240.0072

**Cross Selling Untuk Promosi Produk Dengan Metode Apriori di Toko
Sapphira Cake N Dessert Kabupaten**

Supervised by Ari Putra Wibowo, M.Kom and Devi Sugianti, M.Kom

52 pages + xi pages / 9 figures / 14 tables / 26 references (2020–2025)

ABSTRACT

Business competition encourages culinary entrepreneurs to understand consumer purchasing patterns as a basis for marketing decision-making. This study aims to analyze the relationships between product items in sales by applying the Apriori algorithm to store transaction data consisting of three product categories, namely Cookies, Brownies, and Es Sticky Milk. A total of 20 transactions were digitally processed to calculate the support and confidence values for each product combination. The parameters used in this study were a minimum support of 0.85 and a minimum confidence of 0.90. The results show that the Apriori algorithm is capable of identifying frequently occurring itemsets and generating association rules that meet the specified parameter thresholds. These findings demonstrate that the application of the Apriori algorithm is effective in revealing consumer purchasing patterns and can serve as a basis for marketing strategies. Products such as Es Coklat and Red Velvet White Choco Cheese were found to be the most dominant combination purchased by customers, making them suitable for product recommendations or bundling promotions.

Keywords : *Cross Selling, Product Promotion, Data Mining, Apriori Method, SMEs*