

**PERANCANGAN ULANG TATA LETAK BERDASARKAN MARKET  
BASKET ANALISIS  
(Studi Kasus Pada *Minimarket* Aira Kab. Bandung)**

**Oleh:  
Jeanni Raina Putri  
A10110220**

**Pembimbing :  
Dr. Ayi Tejaningrum, SE., MT**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tata letak *Minimarket* Aira, untuk mengetahui pelaksanaan *Market Basket* Analisis pada *Minimarket* Aira, untuk mengetahui perancangan ulang tata letak berdasarkan *Market Basket* Analisis pada *Minimarket* Aira.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data transaksi penjualan *minimarket* Aira pada bulan Juli s/d Desember 2014. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengelompokkan produk, pencarian nilai *support factor*, pencarian nilai *confidence*, pencarian nilai *improvement ratio*, dan *Activity Relationship Chart* (ARC).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelaksanaan *Market Basket* Analisis pada *minimarket* Aira terdapat perhitungan nilai *support* terbesar, yaitu 11,7% pada produk *snack*. Nilai *confidence* terbesar 9→29 dengan nilai 97,2% yaitu pada produk *snack* kacang mempengaruhi *snack*, dan 9 →11 dengan nilai 95% yaitu pada produk *snack* kacang mempengaruhi kopi. Sedangkan dalam perhitungan ARC, produk *snack* kacang dan *snack* mempunyai derajat hubungan E (sangat penting untuk didekatkan) dengan kode alasan nomor 3 (produk seragam).

**Kata kunci: Tata Letak, *Market Basket* Analisis, ARC**

**RE-DESIGN LAYOUT BASED ON MARKET BASKET ANALYSIS  
(Case Study On Aira Minimarket Kab. Bandung)**

**Written By:  
Jeanni Raina Putri  
A10110220**

**Guide of:  
Dr. Ayi Tejaningrum, SE., MT**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the layout of Aira Minimarket, to investigate the implementation of Market Basket Analysis on Aira Minimarket, to know the re-design layout location based on Market Basket Analysis on Aira Minimarket.*

*The method which used is quantitative method. The data which used in this study was obtained from the sales transaction data Aira Minimarket on July until December 2014. The data analysis in this study is a grouping of products, support factor values search, confidence value search, ratio improvement value search, and Activity Relationship Chart (ARC).*

*The result of this research indicated that all of the implementation of the Market Basket Analysis on Aira Minimarket are the biggest support calculation, which is 11.7% in snack products. The biggest confidence value 9 → 29, with score of 97,2% for peanut-snack which influenced snack, and 9 → 11, with score of 95% for peanut-snack which influenced by coffee. Meanwhile on the calculation of ARC, peanut-snack and snack products have a degree of relationship E (very important for the approximated) with reason code number 3 (product similiar).*

**Keywords : Layout, Market Basket Analisis, ARC**