

ABSTRAKSI

Banyak teori dan pendekatan yang dikembangkan untuk memperoleh hasil penemuan kaidah asosiasi dan pola. Salah satu metode yang dikembangkan yaitu dengan menggunakan Analisis Keranjang Pasar metode apriori.

Analisis Keranjang Pasar dengan Aturan Asosiasi adalah salah satu cara untuk mencari pola asosiasi berdasarkan pola belanja konsumen, yang kemudian akan dikenal barang-barang yang dibeli setiap item secara bersamaan. Dan nantinya dapat digunakan sebagai bahan dalam analisis keputusan, untuk meningkatkan keuntungan atau untuk menentukan strategi pemasaran.

Pada riset ini, metode apriori digunakan untuk memperoleh kaidah asosiasi yang menggambarkan hubungan antar keyword yang dicari oleh user di mesin pencari Google pada jaringan STIKOM Wireless Connection.

Penelitian ini membahas tentang analisa *keyword* pencarian di Google berdasarkan aktivitas *Google search* dari jaringan STIKOM *Wireless Connection* (SWC) menggunakan *Market Basket Analysis (MBA)*. Dari hasil analisa akan didapatkan suatu pola asosiasi dari *keyword* tertentu beserta nilai *confidence* yang dimiliki. Hasil analisa tersebut yang kemudian dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen STIKOM Surabaya selaku pembuat keputusan untuk memaksimalkan fungsi fasilitas yang ada berkaitan dengan hasil analisa sistem ini.

Dari hasil pengujian empiris dapat ditarik kesimpulan bahwa waktu komputasi untuk menghasilkan kaidah asosiasi dipengaruhi oleh jumlah transaksi, dan banyaknya kaidah asosiasi dipengaruhi oleh nilai minimum support dan minimum confident.