

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tata Letak.....	11
2.2 <i>Market Basket Analysis</i>	15
2.3 <i>Activity Relationship Analysis</i>	19
2.3.1 <i>Activity Relationship Chart</i>	19
2.3.2 <i>Activity Relationship Diagram (ARD)</i>	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Waktu dan tempat penelitian.....	25
3.2 Objek penelitian.....	26
3.3 Metode pengumpulan data.....	26
3.4 Metode analisis data.....	28
3.4.1 <i>Market Basket Analysis (MBA)</i>	28
3.4.2 <i>Activity Relationship Analysis</i>	28
3.5 Tahapan Penelitian.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Perusahaan dan Pengumpulan Data.....	34
4.2 Pengumpulan Data.....	36
4.2.1 Data Transaksi.....	36
4.2.2 Pengkategorian Produk.....	37
4.2.3 Data Cleaning.....	42
4.2.4 Data Transformasi.....	43
4.3 Pengolahan Data.....	43
4.3.1 <i>Market Basket Analysis</i>	43
4.3.2 <i>Activity Relationship Chart</i>	54
4.3.3 <i>Activity Relationship Diagram</i>	64



Perancangan Tata Letak Produk pada Ritel dengan Pendekatan Market Basket Dan Activity Relationship Analysis

Fika Rahma Faida, Dr. Nafis Khuriyati, S.T.P., M.Agr; Megita Ryanjani Tanuputri, S.T.P., M.Sc., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

4.4 Layout Baru	65
4.4.1 Alokasi Ruang.....	68
4.4.2 Alokasi Produk.....	69
4.4.3 Arus Lalu Lintas.....	71
4.4.4 Lingkungan	73
4.4.5 Parameter Penilaian.....	74
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	79