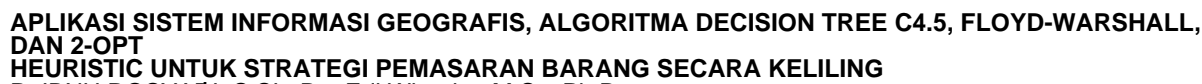


HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Penelitian.....	2
1.4 Keaslian Penelitian	3
1.5 Tujuan Penelitian	3
1.6 Manfaat Penelitian	4
1.7 Metodologi Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
BAB III LANDASAN TEORI.....	10
3.1 <i>Data Mining</i>	10
3.1.1 Pengertian <i>data mining</i>	10
3.1.2 Pengelompokan <i>data mining</i>	13
3.1.3 Pohon keputusan dengan algoritma C4.5	16
3.2 <i>Traveling Salesman Problem</i>	18
3.2.1 Rute beban minimal dengan algoritma Floyd-Warshall.....	19
3.2.2 Algoritma penyelesaian urutan kunjungan.....	22
3.2.2.1 Algoritma 2-opt Heuristic	22
3.2.2.2 Algoritma pemulusan jalur	24
3.3 Sistem Informasi Geografis	25
3.3.1 Pengertian sistem informasi geografis	25
3.3.2 <i>Network</i> dalam SIG	26
3.4 Strategi Pemasaran.....	29
3.4.1 Strategi.....	29
3.4.2 Sistem informasi pemasaran.....	30
3.4.3 Geodemografik untuk target pemasaran.....	31
BAB IV RANCANG BANGUN SISTEM	33



Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

vii



**APLIKASI SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS, ALGORITMA DECISION TREE C4.5, FLOYD-WARSHALL,
DAN 2-OPT
HEURISTIC UNTUK STRATEGI PEMASARAN BARANG SECARA KELILING**
R. IBNU ROSYADI, S.Si, Drs.Edi Winarko, M.Sc, Ph.D
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

6.1 Analisis Hasil Penentuan Rute.....	68
6.1.1 Proses penentuan rute.....	68
6.1.2 Hasil penentuan rute.....	69
6.1.3 Pengujian penentuan rute	70
6.2 Analisis Hasil Penentuan Barang Yang Dijual	75
6.2.1 Proses penentuan barang yang dijual	75
6.2.2 Laporan barang yang akan dijual	75
6.2.3 Pengujian sistem penentuan barang	76
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	77
7.1 Kesimpulan	77
7.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80