

**BUKU BUNGA RAMPAI**

**KONSEP SISTEM INFORMASI**



**PENYUNTING :**  
**YUSUF AMROZI, M.MT**

**PROGRAM STUDI**  
**SISTEM INFORMASI**  
**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI**  
**UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2018**

































































































Gambar 8 Antarmuka Top Mode Kakatua

Pada gambar 8 terdapat button penjualan yang apabila ditampikan maka akan menunjukkan data penjualan dari Top Mode Kakatua. Pada menu ini juga sekaligus terdapat button proses yang kemudian akan melakukan perhitungan dari data yang ada dengan menggunakan algoritma yang telah disediakan sehingga nantinya akan menampilkan hasil data mining beserta rule yang dapat digunakan sebagai strategi pemasaran.

## KESIMPULAN

1. Data mining memainkan peran penting dalam implementasi pemasaran. Data mining mendukung pengoptimisasian proses pemasaran yang diperlukan suatu strategi sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.
2. Dari pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa implementasi teknik data mining untuk memprediksi strategi yang dapat digunakan dalam memasarkan produk, sehingga menghasilkan suatu aplikasi yang berguna untuk menarik konsumen, mempertahankan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap kualitas dari produk, yang merupakan tujuan penelitian ini telah tercapai. Dengan menghasilkan aplikasi data mining berbasis website.

## DAFTAR PUSTAKA

- Naimah (2017). Analisis dan Implementasi Teknik Data Mining dengan Metode Association Rule Mining untuk Memprediksi Strategi Pemasaran Produk Unilever pada PT. Tiran Makassar.
- Monica Dyah Ayu Puspita (2009). Data Mining dalam Customer Relationship Management

Al Fatta, Hanif (2007). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk keunggulan Bersaing

Jogiyanto HM, Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis, Yogyakarta : Andi Offset, 1999, hal 11.

Yusuf Sulisty Nugroho, Fatah Yasin Al Irsyadi (2015). Implementasi Data Mining Sebagai Informasi Strategis Penjualan Batik (Studi Kasus Batik Mahkota Laweyan). Prosiding SNATIF Ke-2 Tahun 2015 ISBN: 978-602-1180-21-1

Fajar Ardanu, Hidayatullah Himawan, Dessyanto Boedi P. (2014). Pemanfaatan Teknologi Data Mining Dalam Menentukan Efektifitas Penyebaran Brosur.

Friday Kurniasih, Nia Kumaladewi, Bakri La Katjone (2012). Analisa Dan Perancangan Data Mining Dengan Metode Market Basket Analysis Untuk Analisa Pola Belanja Konsumen pada Tendencies Store.











































































































