

ABSTRAK

Dina swalayan merupakan salah satu toko ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari. Permasalahan yang ada di Dina Swalayan ini adanya kepadatan pembeli, dimana mengakibatkan ruang gerak ketika berbelanja berkurang, hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga terjadinya penurunan jumlah transaksi. Tata letak produk menjadi salah satu faktor penting dalam industri ritel dimana penataan produk yang belum efektif dapat menyebabkan ketidaknyamanan sehingga perlu dilakukan perbaikan dalam penataan produk. Metode yang digunakan dalam penyelesaian permasalahan ini yaitu *market basket analysis*, dimana metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antar produk yang dibeli secara bersamaan. Hubungan antar produk ini dapat dilihat dari parameter *support factor*, *confidence factor*, dan *improvement ratio*. Hasil perhitungan metode ini menghasilkan 208 pasangan produk yang valid untuk dijadikan petunjuk dalam penyusunan tata letak produk yang baru dengan bantuan peta keterkaitan aktivitas. Hasil dari rekomendasi *layout* produk dimana produk pembasmi serangga dan deterjen diletakkan di area belakang dan dijauhkan dari produk yang beda sifat kimiawi, sedangkan produk makanan dijadikan satu dalam satu lorong.

Kata kunci : Tata Letak Produk, Pola Belanja Konsumen, *Market Basket Analysis*

ABSTRACT

Dina supermarket is a retail store that provides various daily needs. The problem at Dina Swalayan is the density of buyers, which results in reduced space for movement when shopping, this can affect consumer satisfaction resulting in a decrease in the number of transactions. Product layout is an important factor in the retail industry where product arrangement that is not yet effective can cause discomfort so improvements need to be made in product arrangement. The method used to solve this problem is market basket analysis, where this method is used to analyze the relationship between products purchased simultaneously. The relationship between these products can be seen from the parameters of support factor, confidence factor and improvement ratio. The calculation results of this method produce 208 valid product pairs to be used as guidance in preparing new product layouts with the help of activity linkage maps. The result is a recommended product layout where insect repellent and detergent products are placed in the back area and kept away from products with different chemical properties, while food products are put together in one aisle.

Keywords: Product Layout, Consumer Shopping Patterns, Market Basket Analysis