

Jurnal Diana dan Benny Apriori dan TAM

by turnitinpro.x@gmail.com 1

Submission date: 15-Oct-2023 08:57PM (UTC-0400)

Submission ID: 2196716695

File name: Fix_Jurnal_Jutisi_Diana_Juniar_dan_Benny_Daniawan.docx (532.73K)

Word count: 5418

Character count: 32258

Optimasi Sistem Informasi Pembelian, Persediaan, dan Penjualan Barang dengan Penerapan Metode Algoritma Apriori



Abstrak — Bisnis *retail fashion* adalah salah satu bidang usaha yang selalu berkembang dan memiliki banyak peminat. Selain perusahaan dengan *brand fashion* yang terkenal, bisnis ini juga banyak ditemukan dalam usaha skala kecil dan menengah, dimana dalam pelaksanaan proses bisnisnya masih dilakukan secara manual mulai dari pembelian, manajemen persediaan dan penjualan barang. Ketiga proses tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis, karena saling berkaitan satu sama lain. Pencatatan yang dilakukan secara manual seringkali memungkinkan terjadinya ketidakakuratan data, masalah yang sering ditemukan adalah dalam perhitungan persediaan barang yang dapat menyebabkan terjadinya kehabisan atau stok yang menumpuk. Selain itu pemeriksaan dan pembaruan data, serta pembuatan laporan yang dilakukan secara manual menghabiskan waktu cukup lama. Dengan menggunakan sistem informasi pembelian, persediaan, dan penjualan dapat membantu pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya karena sistem yang dirancang sudah terintegrasi, dan dengan menerapkan metode algoritma apriori dapat membantu merekomendasikan produk mana yang sedang *trend* berdasarkan transaksi dari pelanggan. Dengan meminimalisasikan per²putan data, sehingga dapat membantu penjual untuk menentukan produk yang harus dipesan kembali. Hasil pengujian sistem menggunakan *Technology Acceptance Model* (TA²) yang diolah dengan aplikasi SmartPLS terhadap data sebanyak 37 responden, memberikan hasil bahwa ³hipotesis kedua yaitu *Behavioral Intention to Use* (BITU) berpengaruh kepada *Actual System Use* (ASU), hipotesis keempat yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh kepada *Perceived Usefulness* (PU), dan hipotesis kelima yaitu *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh kepada *Attitude Towards Using* (ATU), dan variable lainnya tidak berpengaruh.

Kata kunci— Algoritma apriori; pembelian; penjualan; persediaan, TAM

Information System for Purchasing, Inventory, and Sales with Apriori Algorithm Implementation

Abstract — The fashion retail business is a business sector that is continually growing and has many enthusiasts. Apart from companies with well-known fashion brands, this business is also often found in small and medium-scale enterprises, where business processes are implemented manually, starting from purchasing, inventory management, and selling goods. These three processes are essential in business because they are related. The recording is done manually, often allowing inaccurate data to occur. Problems that are often found are in calculating inventory, which can cause stock-outs or stock build-up. Apart from that, checking and updating data, as well as making reports, takes quite a long time and is less practical. Using a purchasing, inventory, and sales information system can help business owners in running their business because the system designed is integrated, and applies an a priori algorithm method that can

help recommend which products are trending based on customer transactions. Minimizing data input can help sellers determine which products should be reordered. The results of system testing using the Technology Acceptance Model (TAM) which was processed with the SmartPLS application on data from 37 respondents, gave results that the second hypothesis, namely Behavioral Intention to Use (BITU), has an effect on Actual System Use (ASU), the fourth hypothesis, namely Perceived Ease of Use (PEOU) has an impact on Perceived Usefulness (PU), and the fifth hypothesis, namely Perceived Usefulness (PU) has an effect on Attitude Towards Using (ATU), and other variables have no effect.

Keywords — Apriori algorithm; inventory management; fashion retail business; customer transactions; TAM

I. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi informasi memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan yang dapat menunjang hampir seluruh aspek pengelolaan bisnis, baik bisnis dalam skala kecil, menengah, maupun besar. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat mengharuskan banyak pelaku bisnis berlomba-lomba untuk mengimplementasikan sistem informasi yang mampu mengotomatisasi sekaligus mengintegrasikan berbagai proses bisnis utamanya sehingga dapat memberi informasi yang sesuai kebutuhan akurat, tepat waktu dan dapat dipercaya. Hal tersebut akan mampu meningkatkan efektivitas dalam operasional bisnis yang dijalankan, dan diharapkan dapat membantu suatu usaha bisnis dalam mencapai tujuannya [1].

Perkembangan teknologi yang diiringi dengan banyaknya penggunaan internet menunjukkan bahwa, pada era globalisasi ini kedua hal tersebut bila digunakan berdampingan dapat memberikan hasil yang bermanfaat. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan dalam pemanfaatan internet, salah satunya adalah untuk memulai peluang bisnis [2]. Mengingat banyaknya platform marketplace yang mampu memfasilitasi kegiatan bisnis penjual dengan pembeli, serta beragam media sosial yang bisa digunakan sebagai sarana memasarkan produk bisnis yang dijalankan [3].

Salah satu bidang bisnis yang selalu berkembang pesat yaitu bisnis *retail fashion*, dimana setiap produk yang dihasilkan harus mengikuti *trend* namun tetap memiliki inovasi dan ciri khas sehingga tidak pasaran. Khususnya pada *retail fashion* yang sudah memiliki merek atau produk orisinal, dimana dalam usaha tersebut akan memiliki kegiatan operasional mulai dari pembelian, produksi, manajemen persediaan, serta penjualan produk. Seluruh aktivitas tersebut akan sangat tidak efektif bila belum menggunakan sistem yang terintegrasi dan terotomatisasi. Maka dari itu akan lebih baik bagi bisnis *retail fashion* untuk memiliki sistem informasi khusus yang dapat memenuhi segala kebutuhan proses bisnis operasionalnya [4].

Bisnis *retail fashion* adalah salah satu bidang usaha yang selalu berkembang dan memiliki banyak peminat. Menurut Keitemoge [5] pada penelitiannya terkait bisnis *fashion*, banyak ditemukan usaha skala kecil dan menengah yang dalam pelaksanaan proses bisnisnya masih dilakukan secara manual mulai dari bagian pembelian, yaitu melakukan pengadaan dengan membayar barang atau jasa untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditentukan. Kemudian bagian manajemen persediaan barang yang harus dilakukan agar kebutuhan bahan atau barang keperluan kegiatan bisnis perusahaan dapat terpenuhi secara maksimal [6], dan bagian penjualan yang merupakan sistem pemasaran dimana penjualan merupakan proses terpenuhinya kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual melalui pertukaran [7]. Ketiga proses tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis, karena saling berkaitan satu sama lain. Pencatatan yang dilakukan secara manual seringkali menimbulkan terjadinya ketidakakuratan data, terutama masalah yang sering ditemukan adalah dalam perhitungan persediaan barang yang dapat menyebabkan terjadinya kehabisan stok atau stok yang menumpuk. Selain itu pada saat pemeriksaan dan pembaruan data, serta pada saat pembuatan laporan membutuhkan waktu cukup lama sehingga menjadi kurang praktis.

Dengan menggunakan sistem informasi pembelian, persediaan, dan penjualan dapat membantu pemilik usaha *retail fashion* dalam menjalankan bisnisnya karena sistem yang dirancang sudah terintegrasi sehingga dapat diketahui produk apa saja yang hampir habis agar dapat dilakukan pemesanan, dengan meminimalisasikan penginputan data, sistem ini dapat mengurangi resiko terjadinya *human error*. Ditambah dengan penggunaan metode algoritma apriori yang mampu memberikan rekomendasi produk mana yang banyak peminat dan harus di restok [8].

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ulil [9] dengan penggunaan algoritma apriori untuk mengetahui keterkaitan antar barang dari data penjualan dapat ditemukan pola asosiasi kombinasi antar barang yang berfungsi membantu pemilik memutuskan barang yang perlu diperbanyak atau dikurangi stoknya guna meningkatkan omset penjualan.

Penelitian berikutnya yang berhubungan dengan studi kasus bisnis *retail fashion* dilakukan oleh Yildiz [10] menyatakan bahwa dengan menerapkan Algoritma Apriori dapat membantu merekomendasikan produk yang tepat bagi pelanggan, dengan metode ini juga dapat membantu dalam merekomendasikan produk mana yang harus dilakukan restok berdasarkan data transaksi pembelian pelanggan.

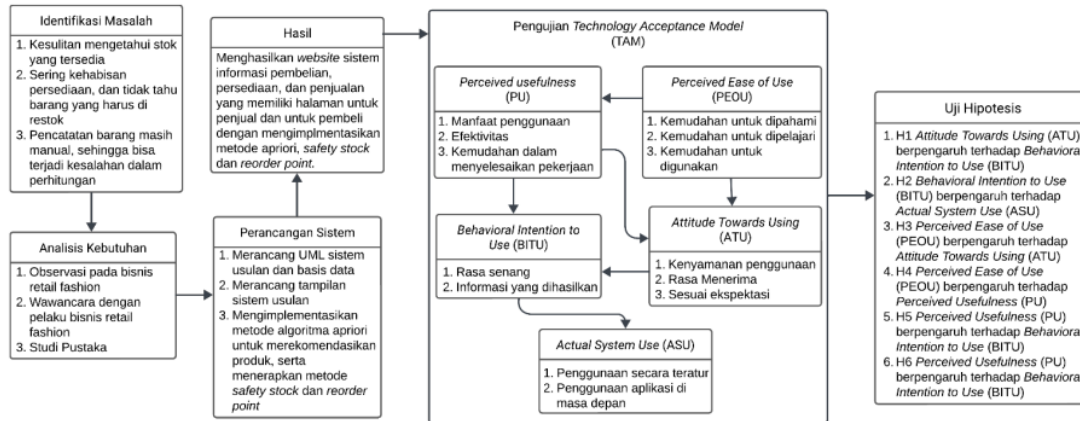
Algoritma Apriori juga dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan rekomendasi produk kepada pelanggan, yang dibuktikan dalam penelitian Ramadina [11] hasil dari perhitungan algoritma apriori menghasilkan dua aturan yang menunjukkan tingkat kelayakan suatu produk untuk direkomendasikan. Penggunaan algoritma apriori dalam penelitian ini penting karena berguna dalam memberikan rekomendasi produk yang relevan, walau belum banyak penelitian

yang menerapkan metode algoritma apriori dalam bisnis *fashion*, namun metode ini akan digunakan untuk merekomendasikan produk pada bisnis *retail fashion* dalam penelitian ini.

II. METODE PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran Penelitian

Berikut merupakan kerangka pemikiran, mulai dari awal penelitian hingga tahap akhir:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Gambar 1 menjelaskan tahapan penelitian yang dimulai dari identifikasi masalah dan analisis kebutuhan. Kemudian dari hasil analisis yang didapat dibuatlah rancangan sistem yang dibuat sedemikian rupa agar memenuhi kebutuhan pengguna, mulai dari *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram*, *class diagram*, rancangan database, dan rancangan tampilan sistem usulan, hingga proses pemrograman. Pada tahap perancangan sistem ini juga akan diimplementasikan metode algoritma apriori sebagai sistem rekomendasi. Sistem yang telah dibuat dan berhasil diimplementasikan akan diuji menggunakan pengujian *Technology Acceptance Model* (TAM) terlebih dahulu, terdapat 5 variabel yang digunakan yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Towards Using* (ATU), *Behavioral Intention to Use* (BITU), *Actual System Use* (ASU) untuk pengujian yang kemudian menghasilkan 6 hipotesis untuk diuji.

B. Metode Algoritma Apriori

Algoritma apriori merupakan salah satu algoritma yang berg 11 dalam melakukan pencarian itemset yang sering terjadi dengan menggunakan aturan asosiasi [12]. Aturan asosiasi atau *association rule* merupakan cara untuk memberi dukungan keputusan pada pasar ritel melalui mining association antara item yang telah dibeli secara bersamaan [13].

Untuk membentuk aturan asosiasi terdapat dua parameter yang harus diketahui [14], yaitu sebagai berikut:

1. Nilai *Support* merupakan nilai pendukung yang dapat memberi gambaran seberapa besar pengulangan suatu item dalam sebuah periode data transaksi. Nilai *support* juga menentukan kelayakan suatu item atau kombinasi item untuk diketahui *confidence* nya.
2. Nilai *Confidence* adalah nilai yang menggambarkan kuatnya korelasi antar item dalam *association rule* atau bisa juga dijelaskan sebagai tingkat kepercayaan probabilitas suatu kejadian dari kumpulan produk yang dibeli secara bersama dan salah satu dari kumpulan produk tersebut pasti akan dibeli.

Tahapan dasar untuk membentuk *association rule* terbagi menjadi dua [15], sebagai berikut:

1. Analisis pola frekuensi tinggi

Tahap ini yang harus dilakukan adalah mencari kombinasi item yang telah memenuhi syarat minimum dari nilai *support* yang merupakan persentase item atau kombinasi item yang ada dalam database.

Nilai *support* suatu item dapat diperoleh dari rumus berikut:

$$\text{Support}(A) = \frac{\sum \text{jumlah transaksi mengandung } A}{\sum \text{jumlah transaksi}} \quad (1)$$

Untuk nilai *support* kombinasi dua buah item diperoleh dengan rumus:

$$\text{Support } (A, B) = \frac{\Sigma \text{ jumlah transaksi mengandung } A \cap B}{\Sigma \text{ jumlah transaksi}} \quad (2)$$

2. Pembentukan association rule

37 nilai frekuensi tinggi sudah diperoleh, hal berikutnya yang dilakukan adalah dengan mencari aturan dengan nilai 10 g memenuhi syarat *confidence* dengan menghitung *confidence* dari aturan asosiatif.

Nilai *support* suatu item dapat diperoleh menggunakan rumus berikut

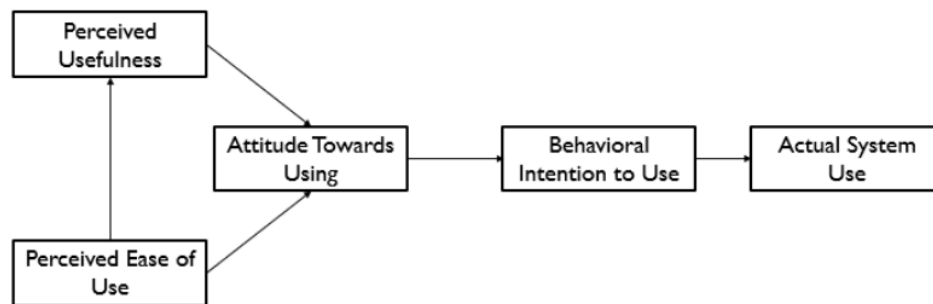
$$\text{Confidence } (A) = \frac{\Sigma \text{ jumlah transaksi mengandung } A \cap B}{\Sigma \text{ jumlah transaksi mengandung } A} \quad (3)$$

Algoritma apriori memiliki dua proses utama [16], sebagai berikut:

1. Penggabungan (*Join*), merupakan proses di mana setiap item dibentuk menjadi suatu kombinasi dengan item lain sampai tidak bisa terbentuk kombinasi lain lagi.
2. Pemangkasan (*Prune*), merupakan proses lanjutan dari hasil kombinasi item yang sudah ada, di mana jika nilai yang didapat lebih kecil dari minimum *support* yang telah ditentukan maka kombinasi item tersebut harus dihilangkan.

C. Pengujian Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu konsep pemodelan yang bertujuan menggambarkan aspek eksternal dari perilaku pengguna untuk dapat menerima dan menerapkan sistem informasi tersebut [17].



Gambar 2. Variabel Model TAM

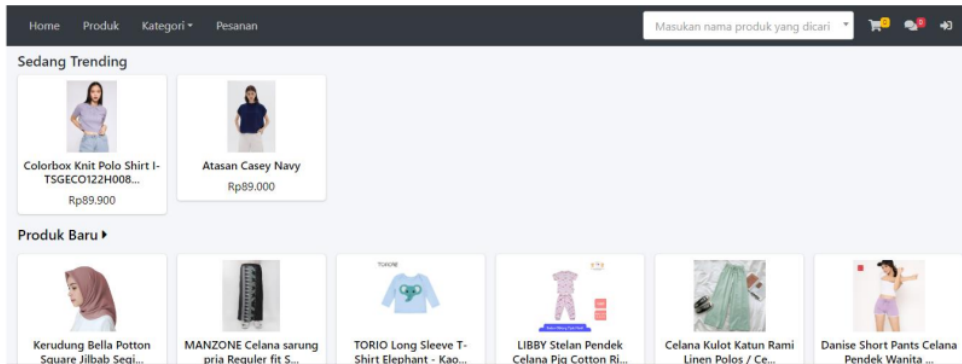
Gambar 2 merupakan 5 variabel yang digunakan dalam pengujian yaitu, *Perceived Ease of Use* merupakan persepsi dari sisi kemudahan dalam penggunaan. *Perceived Usefulness* merupakan persepsi penerapan suatu teknologi dipercaya dapat memberi manfaat bagi yang menggunakannya. *Attitude Toward Using* yaitu menjelaskan sikap penggunaan sistem dalam menerapkan teknologi apakah akan memberi dampak yang berupa penolakan atau penerimaan. *Behavioral Intention to Use* menerangkan bahwa kecenderungan dalam perilaku oleh pengguna untuk tetap menerapkan teknologi. *Actual System Use* yaitu menjelaskan kondisi nyata dalam penggunaan sistem

Pada penelitian ini pengolahan data hasil kuesioner untuk pengujian TAM dilakukan dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 3. Langkah-langkah dalam pengujian TAM yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penyusunan dan penyebaran kuesioner
2. Uji validitas
3. Uji reliabilitas
4. Uji *inner model* (*R Square*)
5. Uji hipotesis

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan sistem ini dikembangkan dengan metodologi *waterfall* yaitu diawali dengan tahap perencanaan, analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi sistem, pengujian sistem, dan tahap pemeliharaan [18]. Bahasa program yang digunakan adalah bahasa pemrograman PHP. Sistem yang dibangun dibagi menjadi dua *website*, yang pertama diperuntukan bagi pemilik *brand fashion* sebagai pihak penjual, dan *website* kedua disediakan bagi pembeli untuk membeli produk-produk yang dijual.



Gambar 3. Tampilan halaman utama *website* pembeli

Gambar 3 adalah tampilan dari halaman utama dari sisi pembeli yang menampilkan produk-produk yang sedang *trending* berdasarkan dari penerapan metode algoritma apriori. Terdapat juga *navbar* yang dapat diakses untuk memeriksa produk berdasarkan kategori, melihat keseluruhan produk yang dijual, dan juga memeriksa status pesanan dan juga *history* pesanan. Terdapat pula kolom pencarian, keranjang belanja dan fitur *chat* dengan penjual.

A. Algoritma Apriori

TABEL 1
SAMPEL DATA TRANSAKSI PENJUALAN

ID Transaksi	Nomor Pesanan	Nama Produk
1	230502KS13XU33	Anne Shirt, Mono Shirt, Alinea Shirt
2	230502MRJGUJY	Anne Shirt, Lind Shirt Vol.2, Glace Blouse
3	230503PTPGQT74	Mono Shirt, Alinea Shirt
4	230505VA3A0NJ0	Mono Shirt, Fleurs Shirt
5	230505VBHXGTQD	Mono Shirt, Alinea Shirt, Anne Shirt, Clara Shirt, Fleurs Shirt
6	230506026XXRRR	Mono Shirt, Fleurs Shirt, Akni Vol.3 Oversized Shirt
7	2305074J6Y3D7C	Anne Shirt, Glace Blouse, Mono Shirt, Alinea Shirt
8	230525MCJ59STH	Anne Shirt, Fleurs Shirt, Carre Shirt

Data transaksi yang digunakan merupakan data pada periode bulan Mei 2023 pada salah satu toko *retail fashion*, dan digunakan sebanyak delapan sampel transaksi sebagai simulasi perhitungan. Dari data transaksi yang sudah didapat maka dapat dihitung terlebih dahulu jumlah transaksi **22** setiap item agar dapat dibandingkan dengan **22** jumlah *support* yang sudah ditentukan yaitu sebanyak tiga. Jika terdapat item yang memiliki nilai *support* kurang dari minimum maka akan dieliminasi.

TABEL 2
1 ITEMSET SEBELUM DISELEKSI

No	Nama Produk	Jumlah
1	Akni Vol.3 Oversized Shirt	1
2	Alinea Shirt	4
3	Anne Shirt	5
4	Carre Shirt	1
5	Clara Shirt	1
6	Fleurs Shirt	5
7	Glace Blouse	2
8	Lind Shirt Vol.2	1
9	Mono Shirt	6

Itemset dengan nilai yang tidak memenuhi minimum *support* akan dipangkas, setelah itu baru dapat dibentuk kandidat kombinasi dua itemset.

TABEL 3
1 ITEMSET SETELAH DISELEKSI

No	Nama Produk	Jumlah
1	Alinea Shirt	4
2	Anne Shirt	5
3	Fleurs Shirt	5
4	Mono Shirt	6

Pada pembentukan kombinasi 2 itemset, semua item yang dibeli pada saat bersamaan berdasarkan data transaksi akan dijadikan sebagai kombinasi itemset.

20
TABEL 4
KOMBINASI 2 ITEMSET

No	Nama Produk	Support
1	Alinea Shirt Anne Shirt	3
2	Alinea Shirt Mono Shirt	4
3	Anne Shirt Fleurs Shirt	3
4	Anne Shirt Mono Shirt	3
5	Fleurs Shirt Mono Shirt	3

Sama seperti yang dilakukan pada kombinasi 2 itemset, setelah kombinasi 3 itemset dibentuk maka akan dihitung nilai *support*nya berdasarkan sampel data transaksi yang digunakan. Jika kombinasi dari 3 itemset mendapatkan nilai *support* kurang dari minimum, maka kombinasi itemset tersebut akan dieliminasi dan yang mencapai minimum *support* akan lolos ke tahap selanjutnya yaitu pembentukan kandidat kombinasi 4 itemset. Berdasarkan data itemset pada tabel 5 hanya terdapat 29 kombinasi itemset yang mencapai minimum *support* maka dari itu perhitungan kombinasi itemset hanya selesai sampai kombinasi 3 itemset karena sudah tidak ada item yang dapat dikombinasikan lagi.

TABEL 5
KOMBINASI 3 ITEMSET SEBELUM DIEKIMINASI

No	Nama Produk	Support
1	Alinea Shirt Anne Shirt Mono Shirt	3
2	Alinea Shirt Anne Shirt Fleurs Shirt	1
3	Alinea Shirt Anne Shirt Glace Blouse	1
4	Anne Shirt Fleurs Shirt Glace Blouse	1
5	Anne Shirt Fleurs Shirt Mono Shirt	1
6	Fleurs Shirt Mono Shirt Glace Blouse	0

Tabel 6 merupakan kombinasi 3 itemset yang sudah memenuhi nilai minimum *support* dan tidak dapat dibuat kombinasi lagi.

20
TABEL 6
KOMBINASI 3 ITEMSET SETELAH DIEKIMINASI

No	Nama Produk	Support
1	Alinea Shirt Anne Shirt Mono Shirt	3

Setelah semua kombinasi itemset terbentuk, tahap selanjutnya adalah pembentukan aturan asosiasi dengan menghitung nilai *confidence* dari setiap aturan yang dibentuk. Jika terdapat aturan yang kurang dari nilai minimum *confidence* maka aturan tersebut akan dihilangkan, nilai minimum *confidence* yang ditentukan adalah 60%.

TABEL 7
PEMBENTUKAN ATURAN ASOSIASI 2 ITEMSET

Aturan Asosiasi kombinasi 2 itemset				
No	Aturan Asosiasi	Transaksi A & B	Transaksi A	Confidence

15	1	Jika membeli Alinea Shirt , maka juga akan membeli Anne Shirt	3	4	15 75
2	2	Jika membeli Alinea Shirt , maka juga akan membeli Mono Shirt	4	4	100
15	3	Jika membeli Anne Shirt , maka juga akan membeli Fleurs Shirt	3	5	60
4	4	Jika membeli Anne Shirt , maka juga akan membeli Mono Shirt	3	5	60
5	5	Jika membeli Fleurs Shirt , maka juga akan membeli Mono Shirt	3	5	60
6	6	Jika membeli Fleurs Shirt , maka juga akan membeli Anne Shirt	3	5	60
7	7	Jika membeli Mono Shirt , maka juga akan membeli Fleurs Shirt	3	6	50
8	8	Jika membeli Mono Shirt , maka juga akan membeli Alinea Shirt	4	6	66,67
9	9	Jika membeli Mono Shirt , maka juga akan membeli Anne Shirt	3	6	50

Dari 9 aturan asosiasi yang dibentuk, terdapat 2 aturan asosiasi yang memiliki nilai *confidence* di bawah *minimum confidence* sebesar 60% yang ditandai dengan *highlight* berwarna merah, yaitu pada aturan nomor 7 dan 9 dengan nilai *confidence* sebesar 50, sehingga kedua aturan asosiasi tersebut harus dihilangkan. Maka dari itu hasil aturan asosiasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) Jika membeli **Alinea Shirt**, maka juga akan membeli **Anne Shirt** dengan nilai *confidence* 75%
- 2) Jika membeli **Alinea Shirt**, maka juga akan membeli **Mono Shirt** dengan nilai *confidence* 100%
- 3) Jika membeli **Anne Shirt**, maka juga akan membeli **Fleurs Shirt** dengan nilai *confidence* 60%
- 4) Jika membeli **Anne Shirt**, maka juga akan membeli **Mono Shirt** dengan nilai *confidence* 60%
- 5) Jika membeli **Fleurs Shirt**, maka juga akan membeli **Mono Shirt** dengan nilai *confidence* 60%
- 6) Jika membeli **Fleurs Shirt**, maka juga akan membeli **Anne Shirt** dengan nilai *confidence* 75%
- 7) Jika membeli **Mono Shirt**, maka juga akan membeli **Alinea Shirt** dengan nilai *confidence* 66,67%

TABEL 8
PEMBENTUKAN ATURAN ASOSIASI 3 ITEMSET

Aturan Asosiasi kombinasi 3 item set				
No	Aturan Asosiasi	Transaksi A & B & C	Transaksi A & B	Confidence
1	Jika membeli Alinea Shirt dan Anne Shirt , maka juga akan membeli Mono Shirt	3	4	75
2	Jika membeli Alinea Shirt dan Mono Shirt , maka juga akan membeli Anne Shirt	4	4	100
3	Jika membeli Anne Shirt dan Mono Shirt , maka juga akan membeli Alinea Shirt	3	5	60
4	Jika membeli Alinea Shirt , maka juga akan membeli Mono Shirt dan Anne Shirt	3	5	60
5	Jika membeli Anne Shirt , maka juga akan membeli Mono Shirt dan Alinea Shirt	3	5	60
6	Jika membeli Mono Shirt , maka juga akan membeli Alinea Shirt dan Anne Shirt	3	5	60

Pada tabel aturan asosiasi kombinasi 3 itemset seluruh data memiliki hasil yang mencapai nilai minimum *confidence*, maka dari itu hasil aturan asosiasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) Jika membeli **Alinea Shirt** dan **Anne Shirt**, maka juga akan membeli **Mono Shirt** dengan nilai *confidence* 75%
- 2) Jika membeli **Alinea Shirt** dan **Mono Shirt**, maka juga akan membeli **Anne Shirt** dengan nilai *confidence* 100%
- 3) Jika membeli **Anne Shirt** dan **Mono Shirt**, maka juga akan membeli **Alinea Shirt** dengan nilai *confidence* 60%
- 4) Jika membeli **Alinea Shirt**, maka juga akan membeli **Mono Shirt** dan **Anne Shirt** dengan nilai *confidence* 60%
- 5) Jika membeli **Anne Shirt**, maka juga akan membeli **Mono Shirt** dan **Alinea Shirt** dengan nilai *confidence* 60%
- 6) Jika membeli **Mono Shirt**, maka juga akan membeli **Alinea Shirt** dan **Anne Shirt** dengan nilai *confidence* 60%

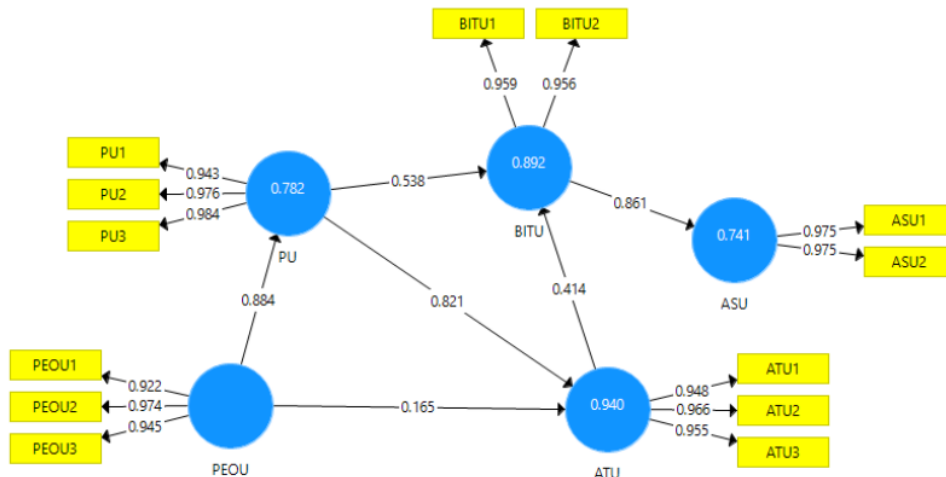
Dari simulasi perhitungan yang telah dilakukan, maka dengan hasil yang diperoleh akan diterapkan pada sistem yang diusulkan di mana produk yang lolos perhitungan maka akan ditampilkan sebagai produk yang direkomendasikan berdasarkan transaksi yang dilakukan pembeli, seperti contoh pembeli yang melakukan transaksi terhadap Alinea Shirt maka akan direkomendasikan untuk membeli produk Anne Shirt berdasarkan aturan asosiasi 2 itemset, dan untuk pembeli yang membeli produk Alinea Shirt dan Anne Shirt maka akan direkomendasikan untuk membeli produk Mono Series Shirt berdasarkan aturan asosiasi 3 itemset pada halaman pembeli. Selain itu pada sisi penjual hasil analisa dan transaksi yang diperoleh dapat digunakan sebagai rekomendasi produk yang harus disediakan dalam persediaan dikarenakan produk dengan nilai *confidence* tinggi adalah produk yang sedang *trend* dan laris dibeli oleh pelanggan.

Daftar Rekomendasi Pembelian Produk		
Show 10 rows	Copy	Excel CSV PDF Print
	Search:	
Kode Produk	Produk	Sisa Stok
PR07033427XBGE	SKU : I-TSGECO122H008 - S Colorbox Knit Polo Shirt I-TSGECO122H008 Lilac Ungu S	19 pcs
PR0703392KJ6PF	SKU : Casey Navy Atasan Casey Navy - -	36 pcs
Showing 1 to 2 of 2 entries		
First Previous 1 Next Last		

Copyright © 2014-2021 AdminLTE.io. All rights reserved. Version 3.1.0

Gambar 4. Tampilan rekomendasi produk penerapan algoritma apriori

B. Pengujian Technology Acceptance Model (TAM)



Gambar 5. Kerangka konseptual TAM

Gambar 5 merupakan model kerangka konseptual pengujian TAM menggunakan SmartPLS Versi 3, dimana dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

1. Penyusunan dan penyebaran kuesioner

Bobot penilaian pada kuesioner yang dibagikan menggunakan skala likert, yaitu: 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju). Penyebaran kuesioner dibagikan melalui media sosial *whatsapp* kepada responden yang memiliki keterkaitan dengan bidang bisnis *retail fashion* seperti pemilik toko dan juga pembeli selama 7 hari dimulai sejak tanggal 12 Juli sampai 18 Juli 2023. Hasilnya sebanyak 37 responden yang telah mengisi kuesioner,

dengan 28 responden perempuan dan 9 responden laki-laki. Terdapat 13 butir pernyataan yang diberikan berdasarkan indikator dari setiap variabel yang digunakan, seperti pada tabel 9.

TABEL 9
DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

No	Pernyataan	Indikator
1	Aplikasi ini dapat memenuhi kebutuhan operasional bisnis	PU 1
2	Aplikasi ini mampu mengerjakan pekerjaan dengan lebih cepat	PU 2
3	Aplikasi ini dapat memudahkan pekerjaan	PU 3
4	Fungsi dari aplikasi ini mudah untuk dipahami	PEOU 1
5	Fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi ini mudah dipelajari	PEOU 2
6	Aplikasi ini mudah untuk digunakan	PEOU 3
7	Aplikasi ini nyaman untuk digunakan	ATU 1
8	Aplikasi ini dapat digunakan dengan baik	ATU 2
9	Aplikasi ini berfungsi sesuai harapan	ATU 3
10	Senang dengan adanya aplikasi ini	BITU 1
11	Aplikasi ini menghasilkan data dan informasi sesuai kebutuhan	BITU 2
12	Aplikasi ini akan digunakan berulang kali untuk kegiatan operasional bisnis	ASU 1
13	Aplikasi ini akan lebih sering menggunakan untuk kedepannya	ASU 2

2. Uji validitas

Untuk mengukur validitas maka dilakukan uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan [19]. Pada tabel 10 hasil uji validitas *outer loading* menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai yang lebih besar dari *rule of thumb* yaitu 0,7. Maka seluruh indikator yang digunakan dalam pengujian ini sudah valid dan memenuhi validitas konvergen

TABEL 10
UJI VALIDITAS *OUTER LOADING*

Indikator	ASU	ATU	BITU	PEOU	PU	Hasil
ASU 1	0.975					Valid
ASU 2	0.975					Valid
ATU 1		0.948				Valid
ATU 2		0.966				Valid
ATU 3		0.955				Valid
BITU 1			0.959			Valid
BITU 2			0.956			Valid
PEOU 1				0.924		Valid
PEOU 2				0.974		Valid
PEOU 3				0.943		Valid
PU 1					0.943	Valid
PU 2					0.976	Valid
PU 3					0.984	Valid

Pada tabel 11 uji validitas *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan bahwa semua variabel menghasilkan nilai yang lebih besar dari *rule of thumb* yang disarankan yaitu 0,5 [19]. Dengan begitu seluruh variabel yang digunakan dalam pengujian ini sudah valid dan memenuhi validitas konvergen.

TABEL 11
UJI VALIDITAS AVE

Variabel	AVE
Actual System Use (ASU)	0.951
Attitude Towards Using (ATU)	0.915
Behavioral Intention to Use (BITU)	0.917
Perceived Ease of Use (PEOU)	0.897

Perceived Usefulness (PU)

0.937

Setelah uji validitas konvergen berhasil didapatkan, yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan uji validitas diskriminan dengan melihat *cross loading* antara indikator yang bertujuan untuk membuktikan bahwa indikator setiap variabel laten pada bagiannya memiliki nilai lebih baik. Seperti pada tabel 12 terdapat satu indikator yang ditandai dengan *highlight* warna merah, hal itu dikarenakan nilainya tidak lebih besar dengan indikator lain yaitu pada indikator PU1 yang memiliki nilai sebesar 0.943, maka tahap yang dilakukan selanjutnya adalah dengan mengeluarkan indikator PU1.

TABEL 12
CROSS LOADING 1

Indikator	ASU	ATU	BITU	PEOU	PU
ASU 1	0.975	0.912	0.837	0.797	0.930
ASU 2	0.975	0.923	0.842	0.847	0.899
ATU 1	0.900	0.948	0.876	0.809	0.914
ATU 2	0.870	0.966	0.930	0.872	0.931
ATU 3	0.931	0.955	0.873	0.872	0.927
BITU 1	0.838	0.909	0.959	0.841	0.907
BITU 2	0.810	0.879	0.956	0.891	0.889
PEOU 1	0.783	0.841	0.815	0.922	0.784
PEOU 2	0.745	0.816	0.863	0.974	0.814
PEOU 2	0.862	0.870	0.890	0.943	0.908
PU 1	0.880	0.955	0.933	0.879	0.943
PU 2	0.920	0.927	0.895	0.845	0.976
PU 3	0.924	0.922	0.895	0.839	0.984

41. elah indikator PU1 yang tidak sesuai kriteria dikeluarkan, kemudian dilakukan kalkulasi ulang sehingga didapatkan hasil perhitungan *cross loading* seperti yang ditunjukkan pada tabel 13.

TABEL 13
CROSS LOADING 2

Indikator	ASU	ATU	BITU	PEOU	PU
ASU 1	0.975	0.912	0.837	0.797	0.930
ASU 2	0.975	0.923	0.842	0.847	0.899
ATU 1	0.900	0.948	0.876	0.809	0.914
ATU 2	0.870	0.966	0.930	0.872	0.931
ATU 3	0.931	0.955	0.873	0.872	0.927
BITU 1	0.838	0.909	0.959	0.841	0.907
BITU 2	0.810	0.879	0.956	0.891	0.889
PEOU 1	0.783	0.841	0.815	0.922	0.784
PEOU 2	0.745	0.816	0.863	0.974	0.814
PEOU 2	0.862	0.870	0.890	0.943	0.908
PU 2	0.920	0.927	0.895	0.845	0.976
PU 3	0.924	0.922	0.895	0.839	0.984

3. Uji reliabilitas

Tahap berikutnya adalah dengan menguji 18. iabilitas yang dapat dinilai dengan parameter *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* [20]. Di mana untuk *Cronbach's Alpha* harus memiliki nilai yang lebih besar dari 0,6 dan nilai 23. *Composite Reliability* yang didapatkan lebih dari 0,7 terhadap konstruk yang diuji. Hasil pada tabel 14 menunjukkan bahwa seluruh nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* memiliki nilai lebih besar dari *rule of thumb* [21]. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini sudah reliabel.

TABEL 14
UJI KONSTRUK RELIABILITAS

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
----------	-------------------------	------------------------------

2	tual System Use (ASU)	0.948	0.975
	Attitude Towards Using (ATU)	0.953	0.970
8	havioral Intention to Use (BITU)	0.909	0.957
	Perceived Ease of Use (PEOU)	0.943	0.963
	Perceived Usefulness (PU)	0.966	0.978

4. Uji inner model

Tahap selanjutnya adalah dengan menguji model struktural atau *inner model* dengan melihat *R Square* (R^2) yaitu nilai yang dimiliki oleh variable dependen atau variable yang dipengaruhi. Pada penelitian ini terdapat variable PU, ASU, ATU, dan BITU. Hasilnya terdapat pada tabel 15.

TABEL 15
UJI INNER MODEL R^2

Variabel	R ²
2 Actual System Use (ASU)	0.741
Attitude Towards Using (ATU)	0.940
Behavioral Intention to Use (BITU)	0.892
Perceived Usefulness (PU)	0.782

Selanjutnya akan dilakukan perhitungan koefisien determinasi berdasarkan kerangka konseptual TAM yang sudah dibuat yaitu variabel BITU mempengaruhi ASU sebesar 74,1%, variabel variable PU, PEOU mempengaruhi ATU sebesar 94%, PU dan ATU mempengaruhi BITU sebesar 89,2%, dan PEOU mempengaruhi PU sebesar 78,2 %. Sedangkan sisa nilai persentase lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdefiniskan.

5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis pengaruh antar variabel penelitian dapat dilakukan dengan melihat *Path Coefficient* dari hasil nilai *T-Statistic* dan *P Values* [22]. Uji hipotesis dapat diterima jika nilai *T-Statistics* yang diperoleh lebih besar dari t-tabel yaitu 2,036 dan nilai *P Values* kurang dari 0,05. Pada tabel 16 dapat diketahui bahwa Hipotesis 2, Hipotesis 4, dan Hipotesis 5 memiliki nilai *T-Statistic* dan *P Values* yang memenuhi kriteria, sedangkan Hipotesis 1, Hipotesis 3, dan Hipotesis 6 tidak memenuhi kriteria. Maka dari itu dari enam hipotesis yang terbentuk hanya tiga hipotesis yang dapat diterima, yaitu pada H2, H4, dan H5.

TABEL 16
UJI HIPOTESIS

Hipotesis	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
H1 ATU -> BITU	1.019	0.309
H2 BITU -> ASU	7.313	0.000
H3 PEOU -> ATU	1.420	0.156
H4 PEOU -> PU	8.020	0.000
H5 PU -> ATU	7.488	0.000
H6 PU-> BITU	1.310	0.191

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat mengoptimalkan sistem informasi pembelian, persediaan, dan penjualan yang dapat memberi kemudahan bagi pemilik usaha dalam mengelola operasional bisnisnya mulai dari pembelian, manajemen stok, penjualan, hingga pembuatan laporan, dan memudahkan dalam proses pencarian informasi produk. Dengan penerapan algoritma apriori pada sistem ini dapat membantu pihak penjual dalam memberikan rekomendasi relevan yang bisa meningkatkan minat pembeli, dengan metode ini juga membantu penjual dalam menentukan produk mana yang harus diperbanyak stoknya agar tidak menghambat proses operasional bisnis. Pengujian TAM yang dilakukan juga membuktikan bahwa sistem informasi ini bermanfaat dan dapat diterima untuk menunjang kegiatan bisnis *retail fashion*. Hal tersebut didukung dari hasil olah data kuesioner menggunakan *SmartPLS* versi 3 dimana seluruh tahap pengujian yang dilakukan memberikan hasil yang valid. Kemudian berdasarkan hasil uji hipotesis terdapat 6 hipotesis yang dihasilkan dan sebanyak 3 hipotesis yang dapat diterima karena memenuhi nilai yang sesuai kriteria yaitu dilihat dari hasil *P Values* dan *T-statistics* yaitu Hipotesis kedua *Behavioral Intention to Use* (BITU) berpengaruh kepada *Actual System Use* (ASU), hipotesis keempat yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh kepada *Perceived Usefulness* (PU), dan

hipotesis kelima yaitu *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh kepada *Attitude Towards Using* (ATU). Sedangkan 3 hipotesis lainnya yaitu hipotesis kesatu *Attitude Towards Using* (ATU) terhadap *Behavioral Intention to Use* (BITU), hipotesis ketiga *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Attitude Towards Using* (ATU), dan hipotesis kelima *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Behavioral Intention to Use* (BITU) dinyatakan ditolak karena tidak memenuhi nilai *P Values* dan *T-Statistic*.

Untuk penelitian selanjutnya pengembangan sistem dapat dilakukan dengan menambah fitur-fitur relevan yang dapat memenuhi kebutuhan bisnis hal ini dapat dilakukan dengan observasi kepada lebih banyak bisnis *retail fashion* dengan cakupan lebih luas. Sistem ini juga dapat dikembangkan dengan berbasis android.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Buddhi Dharma, serta kepada toko *retail fashion* yang telah bersedia memberikan data dan mengizinkan untuk melakukan observasi secara langsung. Terima kasih juga kepada seluruh responden yang sudah mengisi kuesioner penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. A. A. Saputri, "Transformasi Digital bagi UMKM dengan Perancangan Enterprise Architecture Menggunakan TOGAF ADM," *J. TIARSIE*, vol. 16, no. 1, p. 17, Jun. 2019, doi: 10.32816/tiarsie.v16i1.40.
- [2] Gina Shafira Nurimani, "Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian," *J. Ris. Manaj. Komun.*, 2022, doi: 10.29313/jrmk.v2i1.1007.
- [3] C. I. S. A. Ramadhan, A. F. Saputra, and N. Yalina, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pada PT. Matahari Department Store TBK.," *IJCIT (Indonesian J. Comput. Inf. Technol.)*, vol. 6, no. 1, May 2021, doi: 10.31294/ijcit.v6i1.8911.
- [4] A. K. D. Anggara and R. T. Ratnasari, "Pengaruh Store Attribute terhadap Customer Experience dan Brand Loyalty," *J. Ekon. Syariah Teor. dan Terap.*, vol. 9, no. 3, pp. 379–387, May 2022, doi: 10.20473/vol9iss20223pp379-387.
- [5] P. Keitemoge and D. T. Narh, "Effective application of information system for purchase process optimization," *Adv. Sci. Technol. Eng. Syst.*, vol. 5, no. 6, pp. 594–605, 2020, doi: 10.25046/aj050673.
- [6] I. F. Ashari, A. J. Aryani, and A. M. Ardhi, "DESIGN AND BUILD INVENTORY MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM USING THE SCRUM METHOD," *JSiI (Jurnal Sist. Informasi)*, vol. 9, no. 1, pp. 27–35, Mar. 2022, doi: 10.30656/jsii.v9i1.4050.
- [7] H. Hendriyanto and P. A. Cakranegara, "Web-Based Online Sales Information System Using PHP and MYSQL Database in Nara Collection," *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, vol. 7, no. 1, p. 35, Jan. 2022, doi: 10.31851/jmksp.v7i1.6359.
- [8] A. Prasetyo, R. Sastra, and N. Musyaffa, "IMPLEMENTASI DATA MINING UNTUK ANALISIS DATA PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA APRIORI (STUDI KASUS DAPOERIN'S)," *J. Khatulistiwa Inform.*, vol. 8, no. 2, Dec. 2020, doi: 10.31294/jki.v8i2.8994.
- [9] M. U. Albab and D. Hidayatullah, "Penerapan Algoritma Apriori pada Sistem Informasi Inventori Toko," *J. MEDIA Inform. BUDIDARMA*, vol. 6, no. 3, p. 1321, Jul. 2022, doi: 10.30865/mib.v6i3.4160.
- [10] E. Yıldız, C. Güngör Şen, and E. E. Işık, "A Hyper-Personalized Product Recommendation System Focused on Customer Segmentation: An Application in the Fashion Retail Industry," *J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res.*, vol. 18, no. 1, 2023, doi: 10.3390/jtaer18010029.
- [11] R. R. Ramadina, T. H. Pudjiantoro, and I. Santikarama, "Sistem Customer Relationship Management (CRM) Menggunakan Metode Asosiasi Algoritma Apriori Untuk Menentukan Rekomendasi Produk," *J. ICT Inf. Commun. Technol.*, vol. 19, no. 1, pp. 50–59, Sep. 2020, doi: 10.36054/jict-ikmi.v19i1.143.
- [12] M. Arhami and M. Nasir, *Data Mining Algoritma dan Implementasi*, 1st ed. Yogyakarta: 2020, 2020.
- [13] A. Nastuti and S. Z. Harahap, "TEKNIK DATA MINING UNTUK PENENTUAN PAKET HEMAT SEMBAKO DAN KEBUTUHAN HARIAN DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA FP-GROWTH (STUDI KASUS DI ULFAMART LUBUK ALUNG)," *J. Inform.*, vol. 7, no. 3, 2019, doi: 10.36987/informatika.v7i3.1381.
- [14] M. Fitriani, G. F. Nama, and M. Mardiana, "Implementasi Association Rule Dengan Algoritma Apriori Pada Data Peminjaman Buku UPT Perpustakaan Universitas Lampung Menggunakan Metodologi CRISP-DM," *J. Inform. dan Tek. Elektro Terap.*, vol. 10, no. 1, Jan. 2022, doi: 10.23960/jitet.v10i1.2263.
- [15] P. Widyaningih, "Aplikasi Identifikasi Pola Pembelian Konsumen Menggunakan Algoritma Apriori pada Sukoco Batik Solo," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 9, no. 1, pp. 340–351, Mar. 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i1.1471.
- [16] I. G. T. Isa, F. Elfaladonna, and I. Ariyanti, *Buku Ajar Sistem Pendukung Keputusan*. Penerbit NEM, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=aCJsEAAQBAJ>
- [17] A. Rahmawati, D. Novita, and I. Pradesan, "Analisis Penerimaan E-Tax Ditjen Pajak Kota Palembang Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)," *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 9, no. 2, pp. 1330–1342, Jun. 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i2.2519.
- [18] Fisa Wisnu Wijaya and D. Lomban, "SISTEM INFORMASI INVENTORI BARANG MENGGUNAKAN METODE WATERFALL," *J. Inform. Teknol. dan Sains*, vol. 4, no. 3, pp. 247–254, Aug. 2022, doi: 10.51401/jinteks.v4i3.1963.
- [19] M. M. M. S. Niel Ananto, M. B. A. Ronny H. Walean, and M. M. Cherry Frame Lumingkewas, *Konsep dan Terapan Analisis SEM – PLS dengan SmartPLS3.0 Dilengkapi dengan Contoh Terapan: (Panduan Penelitian untuk Dosen dan Mahasiswa)*. in 1. CV. Mitra Cendekia Media, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=i1WtEAAQBAJ>
- [20] R. Jumardi, "Evaluasi E-Learning Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model," *J. Technopreneursh. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 2, pp. 34–41, Oct. 2020, doi: 10.36085/jtis.v3i2.887.
- [21] A. M. Al-Rahmi *et al.*, "The influence of information system success and technology acceptance model on social media factors in education," *Sustain.*, vol. 13, no. 14, Jul. 2021, doi: 10.3390/su13147770.
- [22] *EKSPLORASI FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU ADOPTASI TRANSAKSI NONTUNAI DENGAN MODEL UTAUT PADA GENERASI MILLENNIAL*. Penerbit Jiara Media, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=7z1ZEAAQBAJ>

Jurnal Diana dan Benny Apriori dan TAM

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Tanjungpura Student Paper	5%
2	journal.stieputrabangsa.ac.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Lancang Kuning Student Paper	2%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	repository.teknokrat.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
7	M. Habibullah Arief, Khoirunnisa' Afandi, Emha Diambang Ramadhany, Stivaniyanti Atmanegara. "Pengaruh Kesadaran Risiko TI Terhadap Kepercayaan Pengguna (Studi Kasus : Facebook)", Jurnal Minfo Polgan, 2023 Publication	1%
8	www.researchgate.net Internet Source	

1 %

9

Sarah Hana Fitriyah, Dewi Sri Wahyuni, Aan Julia, Nidar Nadrotan Naim. "Analisis Evaluasi Technology Acceptance Model terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan E-Procurement di Pemerintahan Provinsi Jawa Barat", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022

Publication

1 %

10

Calvin Ivan Wiryawan, Yustina Retno Wahyu Utami, Didik Nugroho. "Algoritma Apriori Untuk Penentuan Asosiasi Penjualan Barang", Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKomSiN), 2021

Publication

1 %

11

ejurnal.seminar-id.com

Internet Source

1 %

12

pdfs.semanticscholar.org

Internet Source

<1 %

13

media.neliti.com

Internet Source

<1 %

14

repository.uhamka.ac.id

Internet Source

<1 %

15

Masnur, Alkadri. "Analisa Data Mining Menggunakan Market Basket Analysis untuk

<1 %

Mengetahui Pola Beli Konsumen", 'STMIK Amik Riau', 2021

Internet Source

16

jurnal.unprimdn.ac.id

Internet Source

<1 %

17

journal.uncp.ac.id

Internet Source

<1 %

18

123dok.com

Internet Source

<1 %

19

Submitted to Universitas Pamulang

Student Paper

<1 %

20

senafti.budiluhur.ac.id

Internet Source

<1 %

21

Ni Putu Natih Ayu Widiyanti, Kabul Wahyu Utomo, Martino Wibowo. "Pentingnya Peran Kepuasan Kerja sebagai Jembatan antara Kualitas Hubungan Pemimpin-Anggota dengan Komitmen Organisasional", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2023

Publication

<1 %

22

ejurnal.umri.ac.id

Internet Source

<1 %

23

journals.stikim.ac.id

Internet Source

<1 %

journal.uinjkt.ac.id

24

Internet Source

<1 %

25

publikasiilmiah.unwahas.ac.id

Internet Source

<1 %

26

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1 %

27

eprints.umm.ac.id

Internet Source

<1 %

28

Submitted to UPN Veteran Jawa Timur

Student Paper

<1 %

29

Arvian Furqon Yudanar, Sri Hariyati Fitriasih, Muhammad Hasbi. "Rekomendasi Barang Di Toko Elektrik Menggunakan Algoritma Apriori", Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKomSiN), 2020

Publication

<1 %

30

Feronikawati Lasmaria Sitorus, Agus Salim. "Penentuan Pola Pembelian Obat Pada Apotek Metro Medika Center Pejaten Barat", Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika, 2021

Publication

<1 %

31

Meilena Sarmilasari. "Sikap dan Kepuasan Pengguna Sistem Perbendaharaan dan Anggaran Negara (SPAN)", Indonesian

<1 %

Treasury Review Jurnal Perbendaharaan
Keuangan Negara dan Kebijakan Publik, 2016
Publication

32 dosen.amikom.ac.id <1 %
Internet Source

33 ejournal.polbeng.ac.id <1 %
Internet Source

34 etheses.uin-malang.ac.id <1 %
Internet Source

35 Genefaith Grace Augi, Roby Sambung, Olivia Wiinda Ony Panjaitan. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratik Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Menggunakan Motivasi Sebagai Variabel Moderator", Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 2020
Publication

36 Harridhi Mukminin 'Azmi, Dedi Junaedi, Muhammad Rizal Arsyad, Faisal Salistia. "Komunitas Pengusaha Muslim : Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Dukungan Finansial dan Peluang Pasar terhadap Niat Berwirausaha", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022
Publication

37 Submitted to Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai <1 %
Student Paper

38	Submitted to University of Bahrain Student Paper	<1 %
39	core.ac.uk Internet Source	<1 %
40	eprint.stimlog.ac.id Internet Source	<1 %
41	jurnal.unmer.ac.id Internet Source	<1 %
42	stiemuttaqien.ac.id Internet Source	<1 %
43	www.ejournal.ust.ac.id Internet Source	<1 %
44	www.scribd.com Internet Source	<1 %
45	Aditya Wadanur, Aprilisa Arum Sari. "Implementasi Algoritma Apriori dan FP-Growth pada Penjualan Spareparts", Edumatic: Jurnal Pendidikan Informatika, 2022 Publication	<1 %
46	Audi Ramadhan, Chandra Indira Septiarani, Faisal Dias, Deden Yoga Pratama. "Technological Acceptance Model (TAM) Terhadap Adopsi Aplikasi Trading Cryptocurrency Studi Kasus: Indodax Trading	<1 %

Platform", IJCIT (Indonesian Journal on
Computer and Information Technology), 2019
Publication

47	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
48	jacis.pubmedia.id Internet Source	<1 %
49	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
50	v3.publishing-widyagama.ac.id Internet Source	<1 %
51	Asep Permadi, Tri Irawati, Bebas Widada. "Analisis Perilaku Pengguna Website Sistem Informasi Akademik Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)", Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKomSiN), 2023 Publication	<1 %
52	e-jurnal.lppmunsera.org Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography On

Exclude matches Off

Jurnal Diana dan Benny Apriori dan TAM

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12
