

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Kombinasi antara pupuk ZA, SP-36, dan Phonska menunjukkan pola yang sangat kuat dalam pembelian bersama dengan Urea, dengan tingkat confidence yang mencapai 100% pada setiap aturan asosiasi. Hal ini berarti bahwa konsumen yang membeli salah satu dari kombinasi pupuk tersebut kemungkinan besar juga akan membeli Urea, menunjukkan adanya kecenderungan pembelian yang saling mendukung antara produk-produk ini.
2. Setiap aturan asosiasi dalam data ini memiliki lift sebesar 1, yang menunjukkan bahwa hubungan antar produk tersebut adalah normal dan tidak lebih kuat atau lebih lemah dari yang diharapkan secara acak. Hal ini menandakan bahwa kombinasi pupuk tersebut tidak memiliki pengaruh luar biasa satu sama lain, namun tetap memiliki keterkaitan yang signifikan dalam transaksi yang terjadi.
3. Tingkat support yang tinggi pada kombinasi produk menunjukkan bahwa kombinasi pupuk seperti ZA + Phonska + SP-36 + Urea sangat sering dibeli bersama, yang mengindikasikan bahwa pola pembelian ini cukup konsisten. Ini memberi petunjuk bahwa ada preferensi yang kuat dari konsumen untuk membeli produk tersebut dalam satu paket atau kombinasi yang sama.

5.2. Saran

1. Meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualan, disarankan untuk memanfaatkan kombinasi produk seperti ZA, SP-36, Phonska, dan Urea dalam bundling atau paket promosi. Mengingat bahwa produk ini sering dibeli bersama, strategi bundling dapat mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak dalam satu transaksi, meningkatkan nilai penjualan rata-rata.
2. Pihak pemasaran juga bisa meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas kombinasi pupuk-pupuk tersebut di titik-titik penjualan utama atau tempat-tempat yang sering dikunjungi oleh petani. Dengan cara ini, konsumen lebih mudah menemukan paket produk yang mereka butuhkan dan memotivasi pembelian berdasarkan kebiasaan yang sudah ada.
3. Agar dapat memanfaatkan potensi ini lebih maksimal, perusahaan sebaiknya melakukan promosi yang menyoroti keuntungan membeli kombinasi produk yang sering dibeli bersama ini. Misalnya, memberikan diskon atau insentif bagi pelanggan yang membeli lebih dari satu jenis pupuk yang terkait, sehingga memperkuat kebiasaan pembelian dan memperluas pangsa pasar.