

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap data transaksi penjualan di Indomaret Simpang Marbau menggunakan algoritma Apriori, dapat disimpulkan bahwa pola pembelian konsumen berhasil diidentifikasi melalui analisis asosiasi antar produk. Dari proses pembentukan 1-itemset hingga 2-itemset, diperoleh bahwa beberapa item seperti pocari sweat 500ml, rinso deterjen 1 kg , sprite 1.5 L , dan tea botol sosro 500ml ,merupakan produk yang paling sering muncul dalam transaksi. Selanjutnya, pembentukan aturan asosiasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar item, seperti pada aturan pocari sweat 500ml $\longrightarrow$ rinso deterjen 1 kg dengan nilai confidence 0,7 (70%), sprite 1.5L $\longrightarrow$ rinso deterjen 1 kg dengan nilai confidence 0,7 (70%), rinso deterjen 1 kg $\longrightarrow$ tea botol sosro 500ml dengan nilai confidence 0,7 (70%).

Hasil ini membuktikan bahwa konsumen cenderung membeli produk-produk tertentu secara bersamaan. Informasi ini dapat menjadi dasar bagi pihak toko untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti promosi bundling, penataan produk yang berdekatan, serta pengelolaan stok yang lebih terencana berdasarkan pola pembelian yang telah teridentifikasi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Pengembangan dataset sangat disarankan dengan memperluas periode transaksi ,dan jumlah item agar pola yang dihasilkan lebih akurat dan representatif terhadap perilaku belanja pelanggan.
2. Diperlukan integrasi sistem data mining dengan sistem manajemen penjualan atau Point of Sales (POS) agar proses analisis pola pembelian dapat dilakukan secara otomatis dan berkelanjutan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, bisa dikombinasikan dengan algoritma lain seperti Eclat atau FP-Growth untuk dibandingkan performa dan efektivitasnya terhadap data transaksi yang lebih kompleks.
4. Perlu dilakukan evaluasi berkala terhadap hasil rekomendasi agar tetap relevan dengan dinamika perilaku konsumen dan perubahan tren pembelian.