

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data terhadap data transaksi penjualan secara *online* melalui akun resmi *platform* shoppe CV Rizky Anhu Kemala dengan Teknik data mining menggunakan algoritma apriori dengan minimal *support* 30% dan minimal *confidence* 80% yang telah dilakukan dengan bantuan *software orange data mining*. *Support* merupakan probabilitas sebuah transaksi yang mengandung item A dan B dibagi dengan keseluruhan transaksi. Sedangkan *Confidence* adalah semua transaksi yang mengandung item A dan item B dibagi dengan semua transaksi yang mengandung item A. Kesimpulan yang didapatkan ada 5 pola pembelian konsumen diantaranya jika konsumen membeli produk Silicon Oil maka akan membeli Counterdust dengan nilai *support* sebesar 39,1% dan nilai *confidence* sebesar 81,8 %, kemudian jika membeli produk Cocamidopropyl Betain maka akan membeli produk Counterdust dengan nilai *support* sebesar 39,1 % dan nilai *confidence* sebesar 85,7 %, lalu jika membeli produk Shampo Mobil/Motor maka akan membeli Counterdust dengan nilai *support* sebesar 35,9 % dan nilai *confidence* 86,8 %, lalu jika membeli produk Talc maka akan membeli produk Counterdust dengan nilai *support* sebesar 34,8 % dan nilai *confidence* sebesar 84,2 %, dan juga jika membeli produk Linear Alkylbenzene Sulfonate maka akan membeli produk Counterdust dengan nilai *support* sebesar 35,9% dan nilai *confidence* sebesar 89,2%.

5.2 Saran

Adapun saran yang bisa diberikan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan dapat menggunakan pola pembelian konsumen yang diperoleh untuk mengoptimalkan kegiatan penjualan dengan menerapkan strategi penjualan seperti menerapkan rekomendasi produk, kemudian menentukan paket *bundling*, menentukan potongan harga dan juga melakukan pembelian stock berdasarkan pola pembelian produk yang sering terjual.
2. Pada penelitian selanjutnya bisa membandingkan algoritma apriori dengan algoritma lain seperti fp-growth atau algoritma ECLAT supaya mendapatkan hasil Analisa yang lebih mendalam tentang analisis pola pembelian konsumen