

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil dari implementasi metode asosiasi algoritma apriori untuk analisis pola transaksi sebagai acuan dalam penentuan rekomendasi menu paket pada outlet ayam geprek berdasarkan *data record* transaksi outlet bulan Maret sampai Mei 2020, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode analisis asosiasi algoritma apriori digunakan dalam menemukan kombinasi menu *A La Carte* dengan menu *Beverage* yang dibeli secara terpisah diluar menu paket, sebanyak 949 *records* periode Maret sampai Mei 2020. Hasil aturan yang ditampilkan sistem berdasarkan 3 kriteria, jika nilai *support* aturan di atas *minimum support* yang sudah ditentukan, atau jika nilai *confidence* aturan diatas *minimum confidence* yang sudah ditentukan, atau jika *lift ratio* aturan lebih dari 1.
2. Pengujian dilakukan dengan menggunakan variasi nilai *minimum support* antara 10% sampai 50% dengan *increment* sebesar 10%, dan *minimum confidence* antara 50% sampai 90% dengan *increment* sebesar 10% pada data record transaksi outlet ayam geprek periode Maret sampai Mei 2020.
3. Aturan asosiasi *final* yaitu aturan “81.9% pembeli *Beverage* Milo, maka akan membeli *A La Carte* Ayam Geprek”, dengan nilai *support* 0.15806, nilai *confidence* 0.81967.
4. Akurasi dari aturan asosiasi *final* “81.9% pembeli *Beverage* Milo, maka akan membeli *A La Carte* Ayam Geprek” dapat dilihat dari *lift ratio* dengan nilai sebesar 1.8972.
5. Aturan asosiasi *final* dapat menjadi rekomendasi menu paket pada outlet ayam geprek, yaitu paket Milo dan Ayam Geprek.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari implementasi metode asosiasi algoritma apriori untuk analisis pola transaksi sebagai acuan dalam penentuan rekomendasi menu paket pada outlet ayam geprek berdasarkan *data record* transaksi outlet bulan Maret sampai Mei 2020, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Penambahan data uji dengan data pada bulan selanjutnya untuk menjaga agar hasil pengujian tetap *up to date*.
2. Melakukan pengujian secara berkala setiap bulannya untuk melihat perkembangan *trend* pembelian menu, dan pengambilan keputusan bisnis.