

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil dari implementasi metode asosiasi algoritma apriori untuk analisis pola transaksi berdasarkan *data record* transaksi penjualan bulan Januari sampai Desember 2019, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola asosiasi yang terbentuk dengan nilai *minimum support* 3,2% dan nilai *minimum confidence* 81% menghasilkan 2 aturan asosiasi. Dan *strong rules* yang didapatkan adalah MagnetToner HP Laserjet 85 A , Drum Toner HP Laserjet 85 A => Toner HP Laserjet 85 A dengan nilai *support* 3,42% dan nilai *confidence* 81,58%.
1. Penerapan Algoritma Apriori dalam penelitian ini menghasilkan pola pembelian Jika konsumen membeli MagnetToner HP Laserjet 85 A , Drum Toner HP Laserjet 85 A, maka konsumen juga akan membeli Toner HP Laserjet 85 A dan Jika konsumen membeli MagnetToner HP Laserjet 85 A, maka konsumen juga akan membeli Toner HP Laserjet 85 A.
2. Analisis pola yang dihasilkan dari aplikasi ini dapat dijadikan sebagai acuan pengambilan keputusan pihak Cv.Vifor Cipta Solusi dalam membuat promosi serta rekomendasi kombinasi tata letak *item*.
3. Rekomendasi produk dari hasil aplikasi ini yang bisa dijadikan sebagai promosi bagi perusahaan yaitu:
 - a. Paket 3 *item* MagnetToner HP Laserjet 85 A, Drum Toner HP Laserjet 85 A dan Toner HP Laserjet 85 A.
 - b. Paket 2 *item* MagnetToner HP Laserjet 85 A dengan Toner HP Laserjet 85 A.

5.2 Saran

Untuk pengembangan lebih lanjut, terdapat beberapa hal yang penulis sarankan agar aplikasi analisa pola belanja menjadi lebih baik yaitu :

1. Diharapkan pengembangan selanjutnya menambahkan atau menggunakan algoritma lain untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal, tidak hanya mempertimbangkan waktu, tetapi juga mempertimbangkan akurasi pola yang dihasilkan dan dapat memproses data dalam jumlah besar.
2. Melakukan perbandingan terhadap hasil metode *Data Mining* yang satu dengan yang lainnya untuk dapat sehingga mendapatkan perbandingan mana algoritma yang lebih baik untuk diterapkan.
3. Karena pola pembelian pembeli dapat berubah-ubah oleh sebab itu dengan analisis yang teratur dapat mengetahui pola pembelian tiap periodenya sehingga dapat digunakan untuk mengatur/mengubah pola penempatan barang sesuai dengan pola data-data transaksi tiap periodenya.