

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan eksplorasi data yang telah dilakukan, banyak jenis barang yang dibeli konsumen yang terbesar adalah 2 jenis barang saja dalam sekali transaksi. Dari 4096 transaksi, konsumen paling sedikit membeli 1 jenis barang dalam satu transaksi dan paling banyak membeli 21 jenis barang dalam satu transaksi. Salah satu jenis barang yang paling banyak dibeli adalah INDOMIE GORENG 85G sebanyak 168 kali transaksi.
2. Berdasarkan analisis menggunakan algoritma *FP-Growth* didapatkan 28 *rules* dengan nilai *minimum support* sebesar 0,003 dan *confidence* sebesar 0,9. Salah satu *Rule* dengan nilai *lift* tertinggi adalah jika konsumen membeli {MI-WON 145G} maka konsumen tersebut juga cenderung membeli {AJI-NO-MOTO 50G} dan kemudian produk AJI-NO-MOTO 50G dapat diletakkan berdekatan dengan produk MI-WON 145G.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diberikan untuk mengembangkan minimarket.

1. Item-item yang sering dibeli bersama-sama oleh konsumen diletakkan pada tempat yang berdekatan agar mampu meningkatkan penjualan.
2. Membuat paket promosi untuk item-item yang sering dibeli secara bersama-sama oleh konsumen.

Beberapa saran yang diberikan untuk perbaikan maupun pengembangan penelitian ini lebih lanjut antara lain.

1. Untuk meningkatkan nilai kebaikan model yang dihasilkan, disarankan menggunakan data pembelian pada *retail* yang digunakan sebagai tempat belanja bulanan konsumen, sehingga *rules* yang dihasilkan lebih beragam
2. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya mencari pola hubungan antar produk saja namun juga bisa menggunakan *rules* yang dihasilkan untuk pemetakan *layout* produk yang ada di minimarket, sehingga hal ini akan mempermudah bagi pihak bisnis ritel untuk membuat strategi-strategi peningkatan penjualan seperti paket pembelian atau *bundling*.
3. Membuat *group forecasting* pada item yang sering dibeli bersama-sama oleh konsumen untuk menentukan jumlah persediaan barang.
4. Penelitian selanjutnya juga bisa mencoba menggunakan algoritma data mining lain sehingga dapat dicari algoritma yang paling efisien dan efektif