

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis pada kedua metode untuk mengetahui pola pembelian barang di Syenny Mart, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan eksplorasi data yang telah dilakukan banyak konsumen Syenny Mart yang membeli 1 jenis barang saja dalam sekali transaksi. dari 600 transaksi, konsumen paling sedikit membeli 1 jenis barang dalam satu transaksi dan paling banyak membeli 34 jenis barang dalam satu transaksi. Salah satu jenis barang tersebut adalah TEH PUCUK HARUM 350 ML.
2. Berdasarkan analisis menggunakan *Association Rules Networks*, didapatkan 60 kelompok barang yang dibeli konsumen. Menurut *centrality*, TEH PUCUK HARUM 350 ML adalah barang yang paling berpengaruh dari seluruh transaksi. Sedangkan menurut nilai *page rank*, TEH PUCUK HARUM 350ML adalah barang yang paling penting dari seluruh transaksi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah didapatkan, beberapa saran untuk Syenny Mart di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Perencanaan strategi tata letak barang dapat disusun dengan menempatkan barang yang memiliki hubungan dengan barang lainnya dalam jarak yang berdekatan
2. Diadakannya promo dengan pembelian barang yang sering dibeli dengan barang lainnya yang tidak memiliki hubungan agar barang yang tidak memiliki hubungan tersebut juga dapat cepat terjual habis
3. Pemasangan iklan seperti brosur, spanduk, dan lain-lain dengan menampilkan produk-produk yang sering dibeli oleh konsumen.