

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Data transaksi yang banyak tersimpan, dapat dimanfaatkan melalui *Market Basket Analysis* dengan menerapkan algoritma *FP-Growth* yang menghasilkan sebuah pengetahuan yang tidak bisa diketahui secara manual, berupa pola pembelian konsumen. Pola-pola yang diperoleh dapat dijadikan acuan untuk dijadikan pedoman dalam menyusun kebijakan dan strategi bisnis seperti penentuan tata letak item yang memudahkan konsumen untuk mendapatkannya secara bersamaan, mengenali perilaku konsumen, membaca kecenderungan selera pasar, serta untuk mendapatkan pasar baru bagi swalayan XYZ.

Hasil dari pengolahan data transaksi 3 bulan terakhir melalui aplikasi *Market Basket Analysis* dengan batasan minimum nilai *support* sebesar 1% dan *confidence* sebesar 50%, terdapat 3 pola asosiasi yang memenuhi syarat. Salah satu pola asosiasi yaitu **jika membeli telur ayam ras maka membeli mie instant dengan nilai *support* = 3.14%** dari 4078 data transaksi **dan nilai *confidence* = 72.73%** yang merupakan pola dengan nilai *support* dan *confidence* tertinggi.

Hasil ini juga menjelaskan bahwa, semakin banyak jenis kriteria *item* yang diteliti maka semakin kecil nilai *support*-nya.

Aplikasi ini nantinya bisa diterapkan untuk data transaksi penjualan lainnya yang memiliki struktur data yang sama dan bisa memanipulasi jenis kriteria yang ingin diteliti sesuai keinginan.

## **B. Saran**

Saran saya adalah sebagai berikut :

1. Volume data yang digunakan untuk uji coba disarankan ditambah serta lebih memadatkan jenis kriteria item sehingga dapat menghasilkan pola yang lebih efisien.
2. Sebaiknya, hasil penelitian dari *Market Basket Analysis* dapat diterapkan guna lebih memudahkan pemahaman kepada pihak manajer swalayan XYZ terhadap *Market Basket Analysis*.