

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan (*Conclusion*)**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Penerapan Algoritma Apriori untuk Menganalisis Pola Pembelian Produk pada Toko BeautyQueenzy”, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan algoritma Apriori melalui tahapan *Knowledge Discovery in Database* (KDD) berhasil dilakukan dalam mengolah 413 data transaksi produk skincare dan makeup. Dengan menggunakan minimum support sebesar 5% dan minimum confidence sebesar 20%, sistem mampu menghasilkan aturan asosiasi yang menunjukkan pola keterkaitan antar produk berdasarkan data transaksi.
2. Hasil analisis menggunakan algoritma Apriori menghasilkan 94 aturan asosiasi, di mana sebanyak 91 aturan memiliki nilai *lift ratio*  $> 1$ . Nilai *support*, *confidence*, dan *lift ratio* tersebut digunakan untuk menguji validitas aturan asosiasi yang dihasilkan, sehingga menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar produk.
3. Hasil aturan asosiasi yang diperoleh dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam memberikan rekomendasi strategi promosi, seperti *bundling* produk, *cross-selling*, dan pemberian diskon pada produk terkait. Rekomendasi ini disusun berdasarkan pola pembelian dengan nilai *confidence* dan *lift ratio* yang tinggi, sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi pihak Toko BeautyQueenzy dalam menentukan strategi promosi berbasis data.

#### **5.2 Saran (*Suggestion*)**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan di atas, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi toko dalam mengoptimalkan strategi pemasaran serta bagi penelitian selanjutnya.

1. Pihak Toko BeautyQueenzy disarankan untuk mengimplementasikan hasil analisis ini secara rutin dalam menentukan kebijakan promosi bulanan agar setiap strategi yang dijalankan lebih tepat dan berbasis data aktual.
2. Dashboard yang dibuat saat ini masih berfokus pada produk kosmetik dengan informasi *brand* dan jenis produk. Oleh karena itu, diharapkan ke depannya dashboard dapat dikembangkan agar lebih fleksibel dan bisa digunakan untuk jenis produk lain dengan menyesuaikan informasi yang ditampilkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan dataset pada kategori produk lain serta melakukan analisis perbandingan menggunakan algoritma lain (seperti *FP-Growth*) untuk menguji efektivitas pemrosesan pada jumlah data yang jauh lebih besar.