BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Merujuk pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai analisis kontribusi *partner* pada *Event tersebut me Organizer* Evita Nada, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi CRM dan *data mining* menggunakan model *LRFM* (*Length, Recency, Frequency, Monetary*) serta algoritma *K-Means* dapat membantu dalam menganalisis kontribusi *partner*. Melalui pengelompokan (*clustering*) yang dihasilkan perusahaan dapat mengidentifikasi karakteristik kontribusi masing-masing *partner* secara mendetail, sehingga mendukung pengambilan keputusan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
2. Sistem informasi analisis kontribusi *partner* yang dibangun dengan mengintegrasikan teknik *data mining* dan CRM memberikan manfaat signifikan bagi operasional perusahaan. Sistem ini mampu menyederhanakan pengolahan data yang kompleks menjadi informasi yang akurat, sehingga mempermudah pihak *Event Organizer* dalam memantau loyalitas *partner* yang mengoptimalkan kolaborasi jangka panjang.

5.2. Saran

Pengembangan sistem selanjutnya disarankan untuk menambahkan mekanisme validasi yang lebih kuat, seperti pembatasan frekuensi pemesanan, verifikasi pengguna, atau fitur keamanan tambahan guna meminimalisir pesanan fiktif. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan metode *clustering* lain sebagai pembanding untuk meningkatkan akurasi hasil analisis.