

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan dan saran yang didapatkan berdasarkan hasil pengolahan data dan implementasi yang telah dilakukan.

6.1. Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian,

- a. Hasil dari pengolahan data yang dilakukan untuk mencari keterkaitan antar produk sepeda menunjukkan ada 6 jenis sepeda yang saling berkaitan antara lain Selis Butterfly Le Tubless, Selis Butterfly, Selis Go Green, BMX Champion, BMX Ventura, dan BMX Artini 9922. Berikut ini adalah hasil keterkaitan item yang berlaku pada periode bulan Maret 2016-September 2017:
 1. Jika membeli Selis Butterfly Le Tubless maka membeli Selis Butterfly
 2. Jika membeli Selis Butterfly maka membeli Selis Butterfly Le Tubless
 3. Jika membeli Selis Go Green maka membeli Selis Butterfly Le Tubless
 4. Jika membeli Selis Butterfly Le Tubless maka membeli Selis Go Green
 5. Jika membeli BMX Champion maka membeli BMX Ventura
 6. Jika membeli BMX Ventura maka membeli membeli BMX Champion
 7. Jika membeli BMX Artini 9922 maka membeli BMX Champion
 8. Jika membeli BMX Champion maka membeli BMX Artini 9922

- b. 6 jenis sepeda yang saling berkaitan tersebut bisa digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan dan kebijakan oleh pemilik, salah satunya digunakan sebagai paket penjualan sepeda. Berikut adalah hasil kebijakan penjualan yang dibuat pemilik:
 1. setiap pembelian sepeda BMX Champion dan BMX Ventura mendapat bonus masing-masing 5 unit pada pembelian diatas 150 unit.
 2. setiap pembelian sepeda BMX Champion dan BMX Artini 9922 mendapat bonus masing-masing 5 unit pada pembelian diatas 150 unit.
 3. untuk pembelian semua tipe BMX (Champion, Ventura, dan Artini) dalam jumlah masing-masing diatas 100 maka dilakukan pemberian potongan harga sebesar Rp. 10,000 untuk masing-masing unit sepeda.

6.2. Saran

Saran dari peneliti yang dapat diberikan kepada pemilik toko sepeda X ini adalah menggunakan komputer untuk melakukan rekap transaksi dan berbagai informasi mengenai karakteristik setiap produk yang mereka sediakan supaya pengolahan data dapat dilakukan dengan mudah.



DAFTAR PUSTAKA

- Annie, L., Mc, C., & Kumar, A. D. (2012). Market Basket Analysis for a Supermarket based on Frequent Itemset Mining. *International Journal of Computer Science Issues(IJCSI)*, 9(5), 257–264.
- Anusha, K., Yashaswini, C., & Manishankar, S. (2016). Segmentation of retail mobile market using HMS algorithm. *International Journal of Electrical and Computer Engineering*, 6(4), 1818–1827. <https://doi.org/10.11591/ijece.v6i4.10295>
- Bala, P. K. (2008). Exploring Various Forms of Purchase Dependency in Retail Sale. *Proceedings of the Worlds Congress on Engineering and Computer Science 2008*, 22–25.
- Bălăşescu, M. (2014). Methodological and practical issues of scientific research on the retail market. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 7 (56)(1), 9–16.
- Bagdare, S. (2015). Emotional determinants of retail customer experience. *International Journal Of Marketing & Business Communication*, 4(2), 9–16.
- Berman, B., & Evans, J. (2001). *Retail Management Strategic Approach*.
- Gawande, K. M., Patil, D., & Shinde, S. K. (2012). Available Online at www.ijarcs.info
Frequent Pattern Mining Based On Clustering and Association Rule Algorithm. *International Journal of Advanced Research in Computer Science*, 3(3), 522–528.
- Gilbert. (2003). *Retail Marketing Management*, Pearson Education.
- Gupta, J., & Tiwari, A. (2016). Profitable Pattern Mining : A Survey Approach. *International Journal of Computing Science and Communication Technologies*, 1082–1089.

- Lail, R. A. (2016). A New Approach of Apriori-Based Algorithm for Association Rules Mining, *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 7(2), 48–54.
- Lysonski, S., & Durvasula, S. (2013). Consumer decision making styles in retailing: Evolution of mindsets and psychological impacts. *Journal of Consumer Marketing*, 30(1), 75–87. <https://doi.org/10.1108/07363761311290858>
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Retail* (pp. 51-52). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora (2003). *Membongkar Kotak Hitam Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tan (2006). *Introduction to Data Mining*. Pearson Education.
- Teunter, R. H. (2010). ABC Classification: Service Levels and Inventory Costs. *Production and Operations Management*, 19(3), 343–352.
- Thillainayagam, V. (2012). Data Mining Techniques and Applications-a Review. *I-Manager's Journal on Software Engineering*, 6(3), 44–49.
- Venkatachari, K., & Chandrasekaran, I. D. (2016). Market Basket Analysis Using Fp Growth and Apriori Algorithm: a Case Study of Mumbai Retail Store. *BVIMSR Journal of Management Research*, 8(1), 56–63.
- Venkatachari, K. (2016). Market Basket Analysis: Understanding Indian Consumer Buying Behavior of Spain Market. *BVIMSR Journal of Management Research*, 8(1), 49–55.
- Wilson, M. (2005). *Warehouse Management: Liquidating Dead stock, A Necessary Evil*.