

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Algoritma Apriori dan *FP-Growth* berhasil diterapkan untuk menemukan pola asosiasi antar produk pada data transaksi toko online SNR Solution. Dalam pengujian, kedua algoritma mampu menghasilkan jumlah aturan (*rules*) asosiasi yang sama, sehingga dapat menggambarkan kecenderungan konsumen dalam melakukan pembelian produk secara bersamaan.
2. Kinerja algoritma Apriori terbukti lebih cepat dan efisien dibandingkan *FP-Growth* pada dataset transaksi SNR Solution. Dengan pengujian beberapa parameter, selisih waktu pemrosesan keduanya terhitung cukup jauh. Seperti pada minimum *support* 0.01 dan *confidence* 0.2, Apriori menyelesaikan proses 0,39 detik, sedangkan *FP-Growth* memerlukan 2,2 detik. Begitu pula pada nilai *support* 0.003 dan *confidence* 0.2, Apriori membutuhkan waktu 1,4 detik, sementara *FP-Growth* memerlukan 15,4 detik. Kondisi ini dikarenakan struktur pola transaksi yang sederhana dan kombinasi item yang tidak terlalu banyak, sehingga Apriori dapat bekerja lebih optimal tanpa memerlukan pembentukan *FP-Tree* seperti pada *FP-Growth*.
3. Hasil analisis pola pembelian ini dapat dimanfaatkan untuk strategi peningkatan penjualan SNR Solution, terutama dalam rekomendasi bundling produk, diskon paket, mengelola stok produk, maupun penataan tampilan produk pada etalase toko untuk meningkatkan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pola pembelian pada toko online SNR Solution, diperoleh saran sebagai berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian selanjutnya disarankan menggunakan dataset transaksi yang lebih banyak dan bervariasi. Data yang lebih besar akan memberikan hasil pola asosiasi yang lebih akurat serta memungkinkan algoritma Apriori dan *FP-Growth* bekerja lebih optimal dalam menemukan pola.
2. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel tambahan seperti variasi produk, jumlah pembelian, waktu transaksi, dan sebagainya untuk dianalisis. Sehingga dapat memberikan pemahaman lebih mendalam terkait pola pembelian konsumen.

