

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Berdasarkan pengujian menggunakan metode Elbow, nilai K yang optimal adalah 3.
- 2 Dengan menggunakan algoritma K-Means yang dikombinasikan dengan model RFM, terbentuk 3 segmen pelanggan, yaitu Pelanggan Aktif (15 pelanggan), Pelanggan Baru (17 pelanggan), dan Pelanggan Tidak Aktif (6 pelanggan).
- 3 Hasil segmentasi pelanggan disajikan berdasarkan kriteria *Top 5 Loyal Customer*, *Top 5 Customer with Highest Recency*, dan *Top 5 Customer with Highest Monetary*. Pelanggan yang termasuk *Top 5 Loyal Customer* adalah WSH004, WSH001, WSH008, WSH011, dan WSH014. Pelanggan yang termasuk *Top 5 Customer with Highest Recency* adalah WSH006, WSH023, WSH037, WSH015, dan WSH024. Pelanggan yang termasuk dalam dan *Top 5 Customer with Highest Monetary* adalah WSH004, WSH001, WSH008, WSH011, dan WSH014. Penyajian hasil ini menggunakan grafik pada GUI yang telah dibuat. Selain itu, rekomendasi produk diperoleh menggunakan algoritma FP-Growth dan disajikan dalam tabel aturan asosiasi, dengan total 200 aturan asosiasi. Aturan asosiasi dengan nilai *confidence* tertinggi adalah 0,75 pada aturan "Jika Membeli SB dan BM maka membeli BH", dan nilai *confidence* terendah adalah 0,08 pada aturan "Jika Membeli BB maka membeli PP".

5.2.Saran

Adapun saran pada penelitian ini yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- 1 Menggunakan metode lain untuk mencari nilai K yang paling optimal.
- 2 Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai segmentasi pelanggan dengan mengaplikasikan algoritma lain sehingga dapat

memperoleh perbandingan algoritma yang paling sesuai untuk segmentasi pelanggan.

- 3 Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai penentuan rekomendasi produk dengan menggunakan algoritma lain sehingga dapat memperoleh perbandingan algoritma yang paling tepat untuk menentukan rekomendasi produk.

