

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan *Market Basket Analysis* (MBA) dengan algoritma *Apriori* dan *Markov Chain* pada data transaksi Shopee Toko “NC” tahun 2024, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Market Basket Analysis* berhasil mengidentifikasi 9 aturan asosiasi yang memenuhi *minimum support* dan *minimum confidence*. Aturan terkuat adalah $\{\text{Garut, PS}\} \rightarrow \{\text{RJ}\}$ dengan *Lift Ratio* 1,268173 yang menunjukkan pola pembelian bersamaan yang sangat kuat antar produk tersebut;
2. *Markov Chain* mampu memetakan alur pembelian berikutnya dan mengidentifikasi kondisi *steady state* dimana produk seperti 'RJ' (85,9%) dan 'Garut' (77,4%) termasuk kedalam kategori *recurrent states* atau produk jangka panjang serta produk 'SK' sebagai *transient states* atau produk sementara;
3. Sintesis kedua metode ini menghasilkan kerangka rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti, seperti membuat paket *bundling*, menerapkan *cross-selling* dan *retargeting* prediktif, serta memprioritaskan stok untuk produk-produk inti yang terbukti dapat mempertahankan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat menyertakan variabel lain seperti harga produk, data demografis pelanggan, dan pengaruh promosi untuk mendapatkan model perilaku yang lebih beragam;
2. Penelitian dapat dikembangkan dengan menggunakan model *Markov Chain* non-homogen yang juga memperhitungkan faktor waktu antar transaksi, sehingga dapat memberikan prediksi yang lebih dinamis;
3. Bagi *seller* Toko “NC” disarankan untuk melengkapi data SKU Induk untuk setiap produk dan variasinya guna memaksimalkan akurasi analisis *Market Basket Analysis* di masa depan.