

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Kesimpulan yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan data transaksi penjualan yang ada pada Toko Habas yang berjumlah 4.234 data transaksi penjualan yang berlangsung selama kurun waktu 2 tahun.
2. Dari perhitungan Algoritma Apriori menghasilkan hubungan *Associant Rule Analysis* antara produk Sarung, Baju koko dan Mukenah 50%, Sajadah, Peci dan Baju koko 52%, Sarung, Mukenah dan Sajadah 52%, Sarung, Baju koko dan Peci 53%, Peci dan Baju koko 53%, Mukenah, Baju koko dan Sajadah 55%, Sajadah, Baju koko dan Mukenah 57%, Sarung, Mukenah dan Baju koko 58%, Sajadah, Baju koko dan Sarung 62%, Sarung, Peci dan Baju koko 64%, Baju koko dan Sarung 65%, Sajadah, Peci dan Sarung 67%, Peci dan Sarung 67%, Mukenah, Baju koko dan Sarung 70%, Peci, Baju koko dan Sarung 81%. Aturan asosiasi tersebut menghasilkan 15 Rule, yaitu :
 - a) Jika konsumen membeli Sarung dan Baju koko maka juga akan membeli Mukenah dengan nilai *Confidence* 50%.
 - b) Jika konsumen membeli Sajadah dan Peci maka juga akan membeli Baju koko dengan nilai *Confidence* 52%.

- c) Jika konsumen membeli Sarung dan Mukenah maka juga akan membeli Sajadah dengan nilai *Confidence* 52%.
- d) Jika konsumen membeli Sarung dan Baju koko maka juga akan membeli Peci dengan nilai *Confidence* 53%.
- e) Jika konsumen membeli Peci maka juga akan membeli Baju koko dengan nilai *Confidence* 53%.
- f) Jika konsumen membeli Mukenah dan Baju koko maka juga akan membeli Sajadah dengan nilai *Confidence* 55%.
- g) Jika konsumen membeli Sajadah dan Baju koko maka juga akan membeli Mukenah dengan nilai *Confidence* 57%.
- h) Jika konsumen membeli Sarung dan Mukenah maka juga akan membeli Baju koko dengan nilai *Confidence* 58%.
- i) Jika konsumen membeli Sajadah dan Baju koko maka juga akan membeli Sarung dengan nilai *Confidence* 62%.
- j) Jika konsumen membeli Sarung dan Peci maka juga akan membeli Baju koko dengan nilai *Confidence* 64%.
- k) Jika konsumen membeli Baju koko maka juga akan membeli Sarung dengan nilai *Confidence* 65%.
- l) Jika konsumen membeli Sajadah dan Peci maka juga akan membeli Sarung dengan nilai *Confidence* 67%.
- m) Jika konsumen membeli Peci maka juga akan membeli Sarung dengan nilai *Confidence* 67%.

n) Jika konsumen membeli Mukenah dan Baju koko maka juga akan membeli Sarung dengan nilai *Confidence* 70%.

o) Jika konsumen membeli Peci dan Baju koko maka juga akan membeli Sarung dengan nilai *Confidence* 81%.

Aturan tersebut dihasilkan dari nilai *support* dan nilai *confidence* tertinggi dari keseluruhan nilai *support* dan nilai *confidence* item lainnya.

Nilai *support* tertinggi adalah sebesar 0.02 (2%) dan nilai *confidence* tertinggi adalah 0.50 (50%) yang didapatkan dari aturan tersebut.

3. Dari aturan asosiasi yang didapat dari analisis data transaksi penjualan pada Toko Habas dapat disimpulkan bahwa Toko Habas harus menambah persediaan stok barang yaitu Sajadah, Peci, Mukenah, Sarung, dan Baju koko.

6.2 SARAN

Analisa perhitungan Aturan Asosiasi Algoritma Apriori yang dilakukan peneliti ini masih jauh dari kata sempurna sehingga perlu dilakukan beberapa perbaikan. Saran - saran yang dapat peneliti sampaikan untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut, yaitu :

1. Data ini diharapkan dapat digunakan untuk perhitungan aturan asosiasi dengan menggunakan metode algoritma lain.
2. Penelitian ini diharapkan menggunakan data transaksi penjualan yang lebih banyak agar mendapat lebih banyak *rule* yang dihasilkan.

3. Dapat digunakan untuk pengambilan keputusan stok persediaan barang diwaktu yang akan datang.