

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah menganalisis Berdasarkan hasil analisis promosi yang paling populer, yang dilakukan melalui perhitungan manual di Microsoft Excel dan verifikasi dengan perangkat lunak RapidMiner 5.3, penulis berhasil merumuskan beberapa kesimpulan dari penelitian ini seperti berikut.

1. Evaluasi dan pengelompokan penjualan di PT Pulau Bintang Emas menggunakan teknik data mining dengan metode k-means memungkinkan pengelompokan dan segmentasi promosi yang ditawarkan oleh perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi terbagi menjadi tiga kelompok: klaster 0 untuk promosi dengan penjualan menengah, klaster 1 untuk promosi yang kurang diminati, dan klaster 2 untuk promosi yang sangat laris. Klaster 0 didominasi oleh individu berusia 31-40 tahun dengan jenis kelamin pria, klaster 1 oleh individu berusia 41-50 tahun dengan jenis kelamin wanita, dan klaster 2 oleh individu berusia 21-30 tahun juga dengan jenis kelamin wanita. Data ini dapat digunakan oleh PT Pulau Bintang Emas untuk mengelompokkan promosi berdasarkan tingkat penjualannya
2. Analisis menggunakan metode clustering yang diuji dengan perangkat lunak RapidMiner 5.3 menunjukkan bahwa pengelompokan promosi sesuai dengan topik skripsi ini adalah sebagai berikut: kluster 0 = 130 data,

kluster 1 = 111 data, dan kluster 2 = 157 data. Hasil dari pengujian manual dan perangkat lunak menunjukkan kesesuaian.

## **5.2 Saran**

Berikut adalah beberapa saran dari penulis bagi peneliti di masa depan yang ingin meneliti media promosi yang paling diminati:

1. Penulis merekomendasikan agar peneliti yang akan mengeksplorasi kasus serupa mengumpulkan data dalam skala yang lebih besar dan melibatkan lebih banyak responden dalam sampel
2. Penulis berharap bahwa studi-studi berikutnya yang menerapkan metode data mining dengan teknik pengelompokan dapat mempertimbangkan jenis lain selain clustering K-Means, untuk membandingkan hasil yang telah diperoleh dan menambah wawasan, khususnya bagi pembaca