

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Setelah melaksanakan analisis segmentasi terhadap data konsumen pada Cv. Lombok Mas Kraksaan yang sedang berjalan serta mencoba memberikan solusi dengan mengelola data konsumen.

Setelah merancang dan mengelompokkan data Pekerjaan dan Type Motor dalam sebuah program, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan data konsumen yang diambil dari CV.Lombok Mas Kraksaan Periode Januari – Desember pada tahun 2020.
2. Dalam penelitian ini metode *agglomerative hierarchical clustering* yang digunakan dapat dengan baik mengelompokkan data nilai siswa dengan 3 metode dan mampu menghasilkan *clustering* dengan cukup seimbang dalam pengelompokkan data konsumen. Metode *average linkage* memiliki obyek pada setiap *cluster* yang paling merata jika dibandingkan dengan metode *single linkage*, dan *complete linkage*.
3. Hasil dari perhitungan terakhir yaitu pada iterasi ke 3 cluster menunjukkan bahwa metode *single linkage* dan *complete linkage*  $C1 = 379$  dan  $C2 = 121$ , sedangkan *average linkage*  $C1 = 250$  dan  $C2 = 250$ . Dengan akurasi *single linkage* dan *complete linkage* = 15 % dan *average linkage* = 29%
4. Berdasarkan hasil yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa data mining pada analisis segmentasi konsumen di Cv. Lombok Mas Kraksaan lebih akurat menggunakan metode *average linkage*.

#### **5.2. Saran**

Adapun saran yang bisa digunakan sebagai acuan dalam pengembangan sistem kedepannya.

1. Perhitungan jarak kedekatan dapat dicoba dengan metode lain selain *single linkage* dan *complete linkage* *average linkage*
2. Untuk meningkatkan akurasi bisa ditambahkan variabel baru yang berkorelasi dengan Jenis pembelian sebagai pendukung dalam memaksimalkan penjualan.