

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari 30 sampel data dan berdasarkan keterangan dibawah, penjualan “Tertinggi” ada pada Cluster 1, Tingkat penjualan “Sedang” ada pada Cluster 2 dan Tingkat penjualan “Terendah” ada pada Cluster 3.

Data C1 merupakan Tingkat penjualan tertinggi berdasarkan wilayah kecamatan sekampung dengan jumlah 84.21%, dengan pekerjaan Ibu Rumah tangga 42.10%, melalui transaksi pembelian Cash 63.15%, berdasarkan jenis kendaraan Beat Street Series dengan jumlah 31.57%.

Data C2 merupakan Tingkat Penjualan Sedang berdasarkan wilayah kecamatan Batanghari 71.42%, rata rata pekerjaan sebagai Petani 42.85%, dengan melakukan transaksi pembelian Cash sebesar 85.71%, berdasarkan jenis kendaraan Beat Sporty Series dengan jumlah 42.85%.

Data C3 merupakan Tingkat Penjualan Terendah berdasarkan wilayah kecamatan Sribawono dan Bumi Agung dengan jumlah masing masing 25%, dengan rata rata pekerjaan sebagai Mahasiswa/Pelajar 50%, dan melalui transaksi pembelian Cash sebanyak 75%, berdasarkan jenis kendaraan Beat Street Sporty sebesar 75%.

Berdasarkan presentase komposisi dari masing-masing cluster diatas, dapat ditarik kesimpulan juga bahwa melakukan segmentasi konsumen terhadap PT. Tunas Dwipa Matra yaitu ialah, terbentuknya visualisasi mengenai karakteristik konsumen, hal tersebut dapat berguna untuk menentukan strategi penjualan agar dapat menyasar target pasar yang tepat. Hal tersebut tentunya dapat meningkatkan penjualan PT. Tunas Dwipa Matra.

## 5.2 Saran

Beberapa kesimpulan yang telah diuraikan maka saran yang diberikan untuk pengembangan selanjutnya yang lebih lanjut dari perhitungan data transaksi konsumen menggunakan metode *k-means clustering* agar dapat mengembangkan sistem yang lebih baik lagi berbasis *mobile* agar dapat digunakan menggunakan handphone, dan dapat direkomendasikan untuk pihak Perusahaan yang akan di teliti dan dapat menghasilkan perhitungan sehingga mudah membuat strategi pemasaran yang lebih menarik lagi.