

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pengelompokan pengguna Blibli menggunakan metode k-means clustering, pengambilan data dilakukan tanggal 26 Maret - 01 April sehingga dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Algoritma k-means dalam pengelompokan pengguna Blibli untuk mengetahui ketepatan target pasar berdasarkan brand ambassador NCT 127 berhasil diterapkan.
2. Penerapan algoritma k-means terhadap data pengguna Blibli menunjukkan bahwa data berhasil dibagi menjadi 3 *cluster*. Anggota *cluster* 1 terdapat 40 data yang memiliki kategori potensial dimana pengguna berbelanja di Blibli terpengaruh NCT 127 sebagai BA. Pada *cluster* 2 terdapat 45 data berkategori sangat potensial dimana iklan NCT 127 sebagai BA Blibli dalam mempengaruhi pengguna dalam keputusan pembelian. Pada *cluster* 3 sejumlah 20 data yang memiliki kategori kurang potensial dimana pengguna menggunakan *e-commerce* Blibli untuk berbelanja sesuai kebutuhan.

5.2 SARAN

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya adalah untuk mengembangkan sistem *dashboard* pengelompokan data pengguna Blibli sehingga dapat melakukan perhitungan, pelabelan *cluster*, visualisasi grafik menggunakan dataset yang lebih besar serta bervariasi. Selain itu penelitian ini hanya menggunakan algoritma k-means, oleh sebab itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan berbagai algoritma untuk mengetahui tingkat akurasi metode yang memiliki kinerja sangat baik apabila dibandingkan dengan algoritma k-means.