

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, memiliki kesimpulan bahwa :

1. Dari hasil klasterisasi pelanggan menggunakan metode *K-Means Clustering* dan *K-Medoids Clustering*, di dapatkan hasil metode terbaik pada Metode *K-Means Clustering* dengan jumlah *cluster* (k) = 2 dan nilai *Davies Bouldin Index* (DBI) adalah 0.351.
2. Pada hasil segmentasi pelanggan, dihasilkan 2 *cluster* dimana *cluster* 1 terdiri dari 23 pelanggan dengan skor RFM antara 6-20. Pelanggan pada *cluster* ini termasuk ke dalam kelas pelanggan *Dormant Customer* yang memiliki karakteristik pelanggan dengan frekuensi, *monetary*, dan *recency* yang rendah. Rata-rata pelanggan pada kelas ini hanya melakukan 1 sampai 2 kali transaksi dengan jumlah uang yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi dan rentang waktu terakhir melakukan transaksi yang cukup jauh. Sedangkan *cluster* 2 terdiri dari 3 pelanggan dengan skor RFM antara 21-29. Pelanggan pada *cluster* ini termasuk ke dalam kelas pelanggan *Superstar* yaitu memiliki karakteristik pelanggan dengan tingkat *loyalty* tinggi, memiliki nilai *monetary* yang tinggi, memiliki frekuensi yang tinggi, dan memiliki nilai transaksi yang tinggi.
3. Pada kelas pelanggan *Dormant Customer*, perusahaan harus membuat beberapa rekomendasi strategi agar pelanggan kembali menggunakan jasa perawatan di PT. X yaitu dengan meningkatkan kualitas *service* dan memperkuat hubungan sosial dan emosional. Sedangkan pada kelas pelanggan *Superstar*, perusahaan harus membuat beberapa rekomendasi strategi agar pelanggan yang sudah loyal tetap bertahan dan tidak berpindah yaitu dengan menjalankan program *top customer retention*, memastikan kepuasan pelanggan *customer loyal* dan promosi jasa layanan, serta memberikan *reward*.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti usulkan untuk perbaikan dan penyempurnaan dalam penelitian selanjutnya, yaitu menggunakan metode *clustering* lainnya selain *K-Means Clustering* dan *K-Medoids Clustering* untuk melakukan klasterisasi pelanggan sehingga dapat dibandingkan kinerja dari masing-masing metode untuk menghasilkan segmentasi pelanggan yang terbaik.