

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian model *clustering* pembelian kredit tertinggi berdasarkan fidusia menggunakan algoritma *k-means* dan *k-medoids*, didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Hasil *clustering* algoritma *k-means* yang dilakukan menggunakan 2 cara yaitu dengan manual dan python memiliki hasil yang sama yaitu C1 adalah Matraman dinyatakan sebagai daerah dengan pembelian kredit tinggi, C2 adalah Karawang, Cikampek, Kelapa Gading, Cikarang dinyatakan sebagai pembelian kredit sedang, dan C3 adalah Bekasi 1 daerah pembelian kredit rendah. Sedangkan hasil perhitungan *k-medoids* memiliki hasil yang berbeda antara perhitungan manual dan perhitungan python. Hasil perhitungan manual *k-medoids* yaitu C1 adalah Bekasi dinyatakan sebagai pembelian kredit tinggi, C2 adalah Matraman dinyatakan sebagai pembelian kredit sedang, dan C3 adalah Karawang, Cikampek, Kelapa Gading, Cikarang, Purwakarta dinyatakan sebagai daerah pembelian kredit rendah. Kemudian hasil perhitungan *k-medoids* menggunakan python yaitu C1 adalah Matraman dan Bekasi dinyatakan sebagai daerah pembelian kredit tinggi, C2 adalah Karawang dan Kelapa Gading dinyatakan sebagai daerah pembelian kredit sedang, dan C3 adalah Cikampek, Cikarang, Purwakarta dinyatakan daerah pembelian kredit rendah. Hasil perhitungan ini berdasarkan data akta *repertorium* atau data fidusia yang didapat di Kantor Notaris Endang Noviyanti, S.H., M.Kn dapat menentukan tingkat pembelian kredit tertinggi.
2. Algoritma *k-means* lebih baik untuk *clustering* dibandingkan dengan algoritma *k-medoids*. Hal ini dibuktikan dengan hasil evaluasi yang telah dilakukan menggunakan evaluasi *silhouette coefficient*. Hasil evaluasi *k-means* adalah 0,4297 sedangkan hasil evaluasi *k-medoids* adalah 0,2307 yang artinya algoritma *k-means* lebih cocok untuk *clustering*.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian diatas saran yang bisa saya berikan adalah, sebagai berikut :

1. Untuk notaris dan kantor finance data ini dapat digunakan untuk mengetahui daerah mana saja yang rendah pembelian kendaraan bermotor, dan memaksimalkan promosi atau penjualan di daerah tersebut.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan data yang lebih banyak dan menggunakan algoritma pembandingan lainnya untuk mengetahui *clustering* yang lebih optimal.

