

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka akan dapat diambil kesimpulan dari implementasi metode SMART dalam rekomendasi pembelian *smartphone* sebagai berikut :

1. Penerapan metode SMART pada sistem rekomendasi *smartphone* dilakukan dengan memberikan bobot pada setiap kriteria, normalisasi bobot tiap kriteria, konversi data alternatif, normalisasi data alternatif, perhitungan nilai akhir, dan perankingan setiap total alternatif. Metode SMART terbukti efektif dalam memberikan rekomendasi *smartphone* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Dengan mempertimbangkan atribut seperti *body*, sistem, layar, memori, kamera, baterai, dan harga, metode ini mampu memberikan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi pengguna.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa bobot suatu atribut memiliki pengaruh signifikan terhadap rekomendasi yang diberikan. Atribut yang diberi bobot lebih tinggi akan lebih dominan dalam menentukan pilihan akhir, sehingga penting untuk menentukan bobot kriteria yang sesuai dengan preferensi pengguna. Hasil uji coba sistem rekomendasi *smartphone* (SIRESE) menggunakan metode SMART yang dilakukan oleh 10 responden menunjukkan tingkat kelayakan sebesar 93%, menunjukkan bahwa sistem ini dapat diandalkan dalam memberikan rekomendasi yang tepat. Meskipun efektif, terdapat beberapa keterbatasan dalam penerapan metode SMART, seperti kesulitan dalam penentuan bobot kriteria yang tepat dari pengguna dan pembaruan data *smartphone* secara berkala agar tetap relevan, pengguna mendapatkan rekomendasi *smartphone* sesuai secara algoritma, pengguna ingin mendapatkan data dengan *filter* dari *brand* yang dia inginkan, dalam menentukan bobot, pengguna bingung dalam penentuan bobot kriteria.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran kedepannya yang dapat diberikan kepada penelitian dan pengembangan lebih lanjut sebagai berikut :

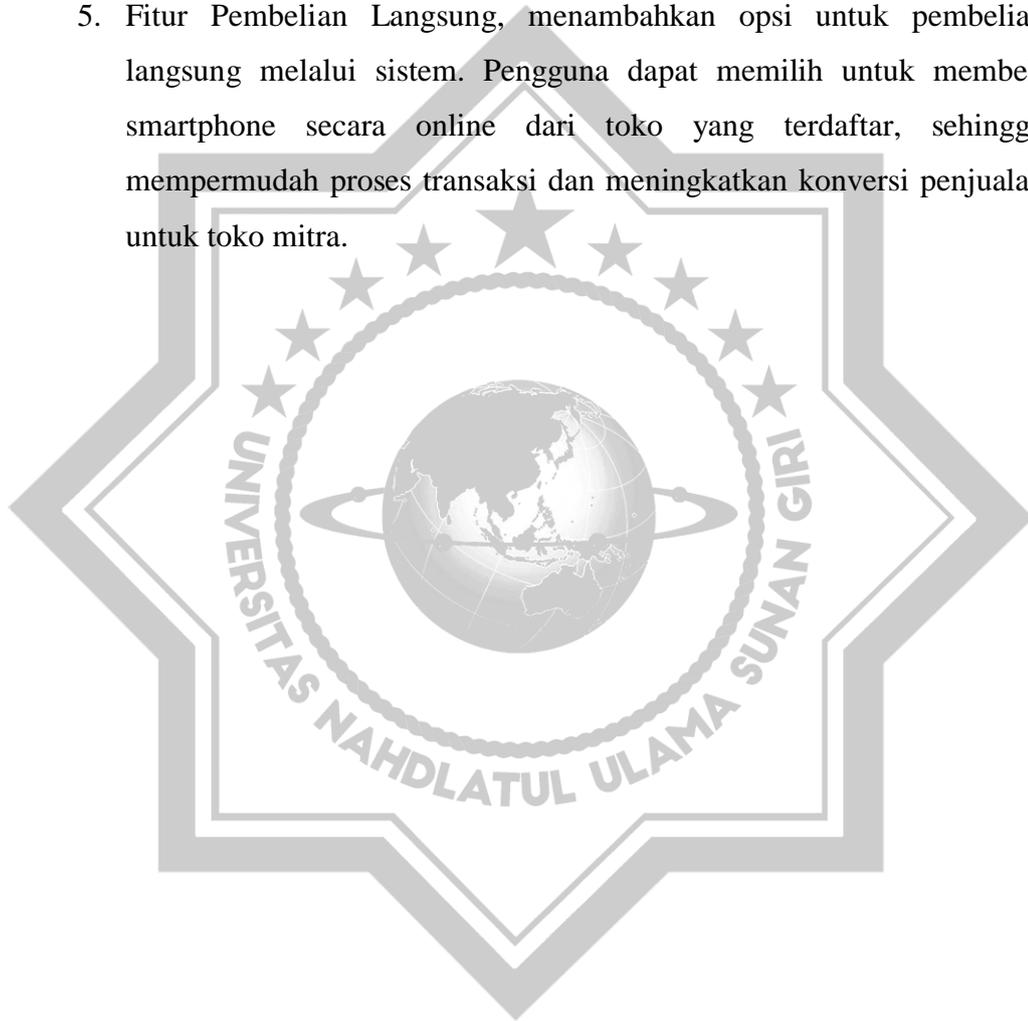
Saran kepada penelitian kedepannya :

1. Membuat mekanisme pemberian bobot kriteria yang lebih cepat dan mudah dipahami oleh pengguna.
2. Mengkombinasikan sistem dengan algoritma lain untuk meningkatkan efektivitas sistem rekomendasi. Algoritma tambahan dapat membantu dalam memberikan rekomendasi yang lebih akurat dan relevan.
3. Penggunaan data *smartphone* yang terbaru dan juga *smartphone* yang masih dijual oleh *brand* tersebut. Hal ini bertujuan agar pengguna dapat melakukan pembelian *smartphone* tersebut.
4. Diharapkan kedepannya akan ada penelitian selanjutnya yang bisa mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lainnya serta data kriteria yang lebih kompleks dengan data *smartphone* yang terbaru.

Saran terhadap pengembangan sistem yang berkelanjutan :

1. Pengembangan Antarmuka (UI), perlu adanya pengembangan antarmuka pengguna yang lebih *user-friendly* agar pengguna dapat lebih mudah memahami dan menggunakan sistem rekomendasi. Desain UI yang intuitif dan mudah dinavigasi akan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.
2. Integrasi Data Toko Mitra, mengintegrasikan data *smartphone* yang tersedia di toko-toko yang direkomendasikan sistem atau yang bekerja sama dengan sistem untuk memastikan data yang ditampilkan lebih relevan dan aktual sesuai dengan stok yang ada di toko mitra.
3. Informasi Toko pada Setiap Produk, memberikan keterangan mengenai toko pada setiap produk *smartphone* yang direkomendasikan, termasuk lokasi toko, jam operasional, ulasan pelanggan, dan ketersediaan produk. Informasi ini akan mempermudah pengguna dalam menemukan dan mengunjungi toko untuk membeli produk yang mereka inginkan.

4. Akun Toko Mitra, menyediakan fitur akun khusus untuk toko yang bekerja sama dengan sistem, sehingga toko dapat memasukkan dan memperbarui data smartphone yang mereka miliki secara mandiri. Fitur ini akan memastikan bahwa informasi yang ditampilkan selalu terbaru dan sesuai dengan inventaris toko.
5. Fitur Pembelian Langsung, menambahkan opsi untuk pembelian langsung melalui sistem. Pengguna dapat memilih untuk membeli smartphone secara online dari toko yang terdaftar, sehingga mempermudah proses transaksi dan meningkatkan konversi penjualan untuk toko mitra.



# UNUGIRI

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., Nanda, T., & Ayuningtiyas, D. (2020). Perilaku Generasi Muda Terhadap Penggunaan Ponsel Pintar. In *Journal Huriyah: Jurnal Evaluasi dan Penelitian Pendidikan* (Vol. 1, Issue 1).
- Amalia, M. N., & Ary, M. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Supplier Dengan Menggunakan SMART Pada CV. Hamuas Mandiri. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 7(2), 127–134. <https://doi.org/10.34128/jsi.v7i2.322>
- Dwi Kurniawan, W., Budijono, A. P., & Yunus, Y. (2020). PENGEMBANGAN WEB SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN TEKNIK MESIN JURUSAN TEKNIK MESIN UNESA. *JVTE: Journal of Vocational and Technical Education*, 2(1), 41–49. <https://doi.org/10.26740/jvte.v2n1.p41-49>
- Fahlepi, R. (2020). DECISION SUPPORT SYSTEMS EMPLOYEE DISCIPLINE IDENTIFICATION USING THE SIMPLE MULTI ATTRIBUTE RATING TECHNIQUE (SMART) METHOD. *Journal of Applied Engineering and Technological Science*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.37385/jaets.v1i2.67>
- Fitriani, P. (2020). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID DENGAN METODE MULTI ATTRIBUTE UTILITY THEORY (MAUT). *Jurnal Mantik Penusa*, 4(1), 6–11. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v7i1.1055>
- Herlambang, S. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN SMARTPHONE TERHADAP MINAT BELAJAR MAHASISWA MELALUI MEDIA ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19.
- Hidayat, A., Yani, A., Rusidi, R., & Saadulloh, S. (2019). MEMBANGUN WEBSITE SMA PGRI GUNUNG RAYA RANAU MENGGUNAKAN PHP DAN MYSQL. *JTIM: Jurnal Teknik Informatika Mahakarya*, 2(2), 41–52. <https://journal.unmaha.ac.id/index.php/jtim/article/view/35>
- Hutahaean, J., Nugroho, F., Kraugusteeliana, D. A., & Aini, Q. (2023). *Sistem Pendukung Keputusan* (M. Mesran & D. Siregar, Eds.). Yayasan Kita Menulis. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74552/1/FullBook%20Sistem%20Pendukung%20Keputusan.pdf>
- Kulkarni, S., & James, L. (2022). Product specific determinants of electronic gadget purchase intention – a case of the purchase behaviour of Indian youth. *Int. J. Management Practice*, 15(2), 205–234. <https://www.researchgate.net/publication/359392720>