

BAB I

PENDAHULUAN

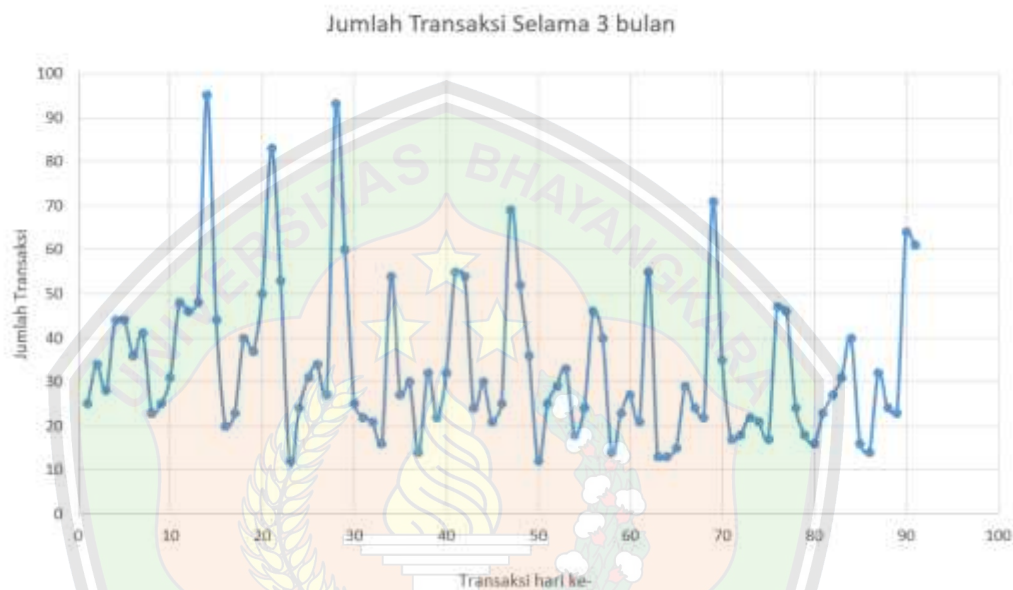
1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kedai kopi telah mengalami pertumbuhan yang *signifikan*. Kedai kopi bukan hanya tempat untuk menikmati minuman berkafein, tetapi juga menjadi tempat berkumpul, bekerja, dan bersantai. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen, tingkat persaingan antar kedai kopi semakin tinggi. Dalam hal ini kepuasan pelanggan menjadi faktor kritis yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah kedai kopi.

Tingkat kepuasan pelanggan diukur dengan sejauh mana produk dan layanan yang disediakan oleh sebuah kedai kopi memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat membawa berbagai manfaat seperti meningkatkan loyalitas pelanggan, mendorong rekomendasi mulut ke mulut, meningkatkan pendapatan, dan memberikan keunggulan kompetitif. Dalam industri yang sangat kompetitif seperti kedai kopi, memahami dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan dan mengembangkan basis pelanggan, baik pelanggan baru maupun pelanggan setia. Selain itu staff kedai kopi dan manajemen juga terlibat dalam proses ini untuk memberikan wawasan tentang operasional dan pelayanan yang diberikan. Analisis ini dilakukan di kedai kopi SCBD tempat pelanggan berinteraksi dengan produk dan layanan, observasi langsung dilokasi, pengumpulan data dari kuesioner akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang pengalaman pelanggan di kedai kopi tersebut.

Metode *Naive Bayes* diciptakan oleh ilmuwan Inggris Thomas Bayes dan digunakan untuk mengklasifikasikan data besar dengan teknik probabilitas dan statistik. Metode ini memiliki tingkat akurasi yang sangat tinggi ketika diterapkan pada database yang memiliki banyak data. Selain itu pada suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa juga melakukan penelitian berkaitan kepuasan dengan menggunakan pendekatan *Naive Bayes*. Karena saat ini pesaing terhadap jasa perawatan kecantikan semakin banyak, sehingga diperlukan kualitas layanan agar dapat bersaing secara terus menerus. Penelitian ini menggunakan pendekatan data

mining dengan mengumpulkan data dari customer dan menganalisisnya menggunakan algoritma *Naive Bayes* dengan jumlah data sebanyak 75 data. Dan hasilnya memperhatikan bahwa harga, kualitas, respon dan jaminan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan tingkat akurasi mencapai 88% [1]. Analisa kepuasan pelanggan ini dapat dilakukan secara periodik, misalnya setiap kuartal atau setiap tahun, untuk memantau perubahan dalam persepsi pelanggan dan mengevaluasi efektivitas dari inisiatif peningkatan yang telah diimplementasikan.



Gambar 1.1 Data transaksi kedai kopi SCBD

(Sumber : Data pribadi berdasarkan observasi)

Gambar 1.1 merupakan data transaksi kedai kopi SCBD selama 3bulan (Januari-Maret 2024). Jumlah transaksi harian sangat berfluktuasi, puncak tertinggi mendekati 100 transaksi dalam satu hari, hari-hari ini adalah hari spesial seperti akhir pekan, hari libur, atau hari dengan penawaran khusus yang menarik lebih banyak pelanggan. Terdapat juga beberapa hari dengan transaksi yang sangat rendah hal ini dikarenakan hari kerja biasa atau hari-hari dengan kondisi cuaca buruk.

Terdapat beberapa keluhan yang berkaitan dengan *store atmosphere* dari dimensi *exterior display* seperti kurang adanya suasana yang alami, disana tidak terdapat pemandangan alam yang dikarenakan lokasi kedai kopi terletak berdampingan dengan rumah penduduk sehingga konsep *exterior* di kedai kopi ini masih belum diterapkan. Dari dimensi interior juga terdapat keluhan seperti fasilitas pendingin ruangan yang kurang dingin hal ini menyebabkan pelanggan merasa

kurang nyaman. Hal tersebutlah yang menjadi permasalahan kedai kopi yang menyebabkan berkurangnya kepuasan konsumen sehingga terjadi penurunan jumlah pelanggan kedai kopi.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Klasifikasi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Di Kopi SCBD Dengan Menggunakan Metode Naive Bayes”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian yang terjadi di Kedai Kopi SCBD sebagai berikut:

1. Belum adanya sistem penilaian kepuasan pelanggan yang dapat dijadikan pertimbangan dalam peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan di kedai kopi SCBD.
2. Belum adanya analisa keterkaitan antara tingkat kepuasan pelanggan dengan tingkat penjualan produk di kedai kopi SCBD.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, sebagaimana dipaparkan diatas dan hasil dari penelitian pendahuluan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang atau membuat sistem penilaian kepuasan pelanggan yang dapat dijadikan pertimbangan dalam peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan di kedai kopi SCBD?
2. Bagaimana menganalisa keterkaitan antara tingkat kepuasan pelanggan dengan tingkat penjualan produk di kedai kopi SCBD?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penulisan skripsi ini meliputi :

1. Data transaksi penjualan produk diambil dalam rentang waktu selama 3 bulan yaitu bulan Januari hingga Maret 2024.

2. Data kuesioner diambil dalam rentang waktu selama 3 bulan yaitu bulan Januari hingga Maret 2024.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Mengetahui hasil kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ada.
2. Menghasilkan korelasi tingkat kepuasan pelanggan dengan tingkat penjualan produk di kedai kopi SCBD dengan menggunakan metode *Naive Bayes*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis khusus nya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis dan dapat menerapkan serta mengembangkan ilmu yang didapat selama menjadi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jaya

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penulis lainnya sebagai bahan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dengan metode *Naive Bayes*.

c. Bagi Tempat Penelitian

Manfaat bagi tempat penelitian yaitu dapat digunakan sebagai bahan masukan mengenai penting nya kualitas pelayanan, citra merk, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dan dapat digunakan sebagai strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan yang ada.

1.7 Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini penulis membagi sistematika pembahasan dalam lima bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub-sub yang secara terperinci menjelaskan isi dari masing-masing bab tersebut yang tersusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik penentuan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian data, teknik analisis, dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang diskripsi objek penelitian, data, dan diskripsi hasil penelitian, analisis hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menerangkan mengenai kesimpulan yang didapat dari pembahasan tersebut dan memberikan saran yang berguna.