

BAB I

PENDAHULUAN

Strategi pencapaian dalam penjualan membuat pesaing bisnis semakin tajam. Faktor utamanya adalah ketelitian konsumen dalam memilih suatu produk yang tidak hanya dilatar belakangi oleh harga yang ekonomis, namun dapat membantu kegiatan seluruh perusahaan baik barang maupun jasa, termasuk diperusahaan jasa foto. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya, salah satunya adalah Mari Photo Studio. Mari Photo Studio merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa paket foto diantaranya paket foto wisuda, paket foto *prawedding*, paket foto *wedding*, paket foto sekolah, dan paket foto *gold*.

Sebagai salah satu perusahaan bidang jasa, mempertahankan loyalitas pelanggan dapat meningkatkan penjualan harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan kinerja atau hasil yang dirasakan, serta merupakan evaluasi purna beli dimana alternative dipilih sekurang kurangnya dapat memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan. Sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan. Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dengan tingkat pelayanan yang diberikan secara maksimal akan memberikan kepuasan pelanggan.

Dimensi pelayanan service quality (Parasuraman, et.al., dalam Kotler dan Keller (2009 : 56)) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: 1. Reliabilitas (reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. 2. Daya tanggap (responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. 3. Jaminan (assurance), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya diri (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence). 4. Empati (empathy), berarti bahwa perusahaan

memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. 5. Bukti fisik (tangibles), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Dalam beberapa tahun terdapat banyak penelitian yang diusulkan untuk mengukur pelayanan seperti [1] mengusulkan metode C4.5 untuk mengukur kepuasan pelanggan hotel, kemudian [2] memprediksi kepuasan pelayanan pelanggan pada perusahaan Hinet Batam yang merupakan salah satu perusahaan layanan internet, selain itu penggabungan teknik fuzzy dengan metode Servqual (Fuzzy Servqual) merupakan salah satu metode yang menghasilkan akurasi yang baik untuk mengukur kepuasan pelanggan [3]–[5]. Pendekatan teknik Fuzzy Inferences System (FIS) merupakan salah satu metode yang banyak diusulkan dalam berbagai kasus yang berbeda seperti untuk mengukur kualitas pelayanan café [6], produk kendaraan [7], pelayanan dan harga kamar hotel [8], kualitas roti [9] menentukan status kesehatan tubuh seseorang [10], penerapan metode fuzzy tsukamoto dalam sistem pendukung keputusan pemilihan karyawan terbaik [11], sistem berbasis aturan menggunakan logika fuzzy tsukamoto untuk prediksi jumlah produksi roti [12], dalam sistem pengambilan keputusan penerimaan beasiswa [13], penentuan jumlah produksi pakaian [14], aplikasi pengambilan keputusan dengan metode tsukamoto pada penentuan tingkat kepuasan pelanggan [15], implementasi metode fuzzy - tsukamoto untuk diagnosis penyakit pada kelamin laki laki [16], penentuan jumlah produksi ud mega saputra menggunakan fuzzy tsukamoto [17] dan pengambilan keputusan pemberian kredit pemilikan rumah [18].

Berdasarkan hasil ulasan beberapa karya penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini kami mengusulkan teknik FIS untuk mengukur kualitas pelayanan dan produk Mari Photo Studio berdasarkan survey pelanggan berdasarkan 3 (tiga) kategori yaitu remaja, dewasa dan orang tua yang diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kualitas layanan di masa depan.

1.2. Rumusan Penelitian`

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah teknik Fuzzy Tsukamoto dapat diterapkan untuk mengukur kepuasan pelanggan ?

1.3. Batasan masalah

Berdasarkan indentifikasi rumusan masalah yang telah diuraikan, maka batasan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Data yang diolah adalah data kuesioner toko mari photo studio data
2. Algoritma yang digunakan adalah metode *fuzzy – tsukamoto*.
3. Menggunakan aplikasi SPSS

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami cara kerja teknik Fuzzy Inferences system model Tsukamoto untuk mengukur kepuasan pelanggan pada Mari Photo Studio.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengetahui hasil dari cara kerja teknik Fuzzy Inferences system model Tsukamoto untuk mengukur kepuasan pelanggan pada Mari Photo Studio.

1.6.Keterbaruan

Penelitian ini untuk penelitian Penilaian Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Fuzzy Tsukamoto pada Produk Knalpot di R1 Racing Exhaust Sokaraja [10] untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk knalpot R1 Racing Exhaust, sehingga perlu dibangun sistem penilaian kepuasan konsumen dengan menerapkan metode Fuzzy Tsukamoto sebagai proses perhitungannya. Variabel non Fuzzy yaitu harga dan garansi sedangkan untuk variabel output-nya yaitu kepuasan konsumen.

Penelitian ini untuk penelitian Fuzzy Inferensi System dengan Tsukamoto pada Penilaian Kepuasan Pelanggan di Cafe Pasco Pematangsiantar [6] Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Fuzzy Tsukamoto. Variabel yang digunakan untuk penilaian kepuasan yang diberikan pihak Cafe kepada konsumen adalah sarana prasarana (X), harga

(Z) dan Pelayanan (Z).

Penelitian ini untuk penelitian Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Tingkat Kepuasan Customer Terhadap Pelayanan Jasa Kebersihan Di Pt. Sas Menggunakan Metode Fuzzy Asosiative Memory [11] Metode Fuzzy Associative Memory mampu menyelesaikan permasalahan yang ada pada PT. SAS dalam menentukan tingkat kepuasan customer, karena metode Fuzzy Associative Memory yang dalam implementasinya akan menghasilkan nilai akhir alternatif berdasarkan perhitungan setiap kriteria yang ada.