

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indeks yang dapat dilihat dan diukur dalam pelayanan sebuah perusahaan, kepuasan pelanggan telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan. Memiliki pelanggan memastikan bahwa perusahaan dalam penyedia layanan terus memperoleh keuntungan dalam mengembangkan bisnis mereka. [1]. Dengan cara ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus berupaya untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan dan menghilangkan pengalaman yang tidak menyenangkan. Pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan niat membeli, yang secara alami mengarah pada peningkatan pendapatan[2]. Hal ini penting sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kami agar pelayanan yang diberikan dapat menjamin kepuasan yang optimal[3]. Alasan logis dari bisnis ini adalah mampu menghasilkan keuntungan yang besar. Dengan pesatnya pertumbuhan industri restoran, jumlah restoran yang ada semakin bertambah sehingga menimbulkan persaingan dengan restoran lainnya[4]. Oleh karena itu, efektivitas strategi pemasaran akan mempengaruhi peningkatan penjualan restoran. Namun, jika strategi pemasaran tidak dilaksanakan dengan benar, penjualan juga dapat mengalami penurunan[5].

Dalam bisnis setiap perusahaan menghadapi persaingan yang sengit. Hal tersebut menjadikan perusahaan harus terus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Untuk bersaing dan mendominasi pasar, perusahaan harus memastikan bahwa mereka melebihi harapan pelanggan dengan menyediakan pelayanan yang lebih memuaskan dibandingkan pesaing. Hanya perusahaan yang berkualitas tinggi yang mampu mencapai hal ini[6].

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas mendorong konsumen untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan ini memungkinkan bisnis untuk memahami dengan seksama kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan sebanyak mungkin orang memiliki pengalaman yang menyenangkan dan sesedikit mungkin orang memiliki pengalaman yang tidak menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007)[7].

Pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda terkait pelayanan ataupun yang disajikan. Pelanggan merasa tidak puas jika makanan atau minuman yang dipesan tidak sesuai dengan ekspektasinya setelah dikonsumsi, namun sebaliknya jika makanan atau minuman tersebut sesuai dengan ekspektasinya maka mereka akan merasa puas, dan kembali lagi ke restoran tersebut suatu saat nanti. Pelanggan yang puas akan membagikan pengalamannya terkait pelayanan yang didapat serta makanan dan minuman yang disajikan kepada orang lain, teman, dan keluarga[8]. Sehingga ini menjadi acuan bagi restoran supaya tetap mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi pelayanan yang lebih baik lagi. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun pihak restoran akan sama-sama diuntungkan apabila mereka merasa puas[9]. Sebagai salah satu pusat ekonomi di Sumatera Utara, menyajikan berbagai pilihan restoran, termasuk Restoran Solaria. Restoran Solaria perlu memahami tingkat kepuasan pelanggannya agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan keunggulan bersaingnya[10]. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap Restoran Solaria di kota medan[11].

Analisis yang bisa dilakukan untuk mengetahui analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap restoran adalah dengan menggunakan teknik data mining dengan metode *K-Means Clustering*. Data mining adalah proses ekstraksi informasi penting dari data setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data yang tepat. Informasi yang dikumpulkan dapat berupa angka atau informasi yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan[12].

Salah satu metode yang diterapkan dalam data mining ialah metode *K-Means Clustering*, metode atau analisis *K-Means Clustering* untuk menemukan kelompok alami dalam kasus, *Clustering* juga dikenal sebagai segmentation memngelompokkan data yang memiliki karakteristik yang mirip[14]. *Clustering* adalah data mining yang unsupervised, karena semua atribut input diperlakukan sama karena tidak ada satu atribut pun yang digunakan untuk memandu proses pembelajaran[15]. Kebanyakan algoritma clustering membuat model melalui serangkaian pengulangan dan berhenti ketika model telah memusat atau berkumpul, suatu titik dimana batas segmentasi tetap[16]. Pada penelitian ini Metode *K-Means Clustering* digunakan untuk melakukan pengelompokkan suatu data yang dapat membantu restoran untuk meningkatkan kualitas restoran. Hal ini tentu saja akan dapat membantu restoran dalam meningkatkan kualitas dan pelayanan terhadap pelanggan yang datang ke restoran tersebut[17].

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan metode *K-Means Clustering* dalam menganalisis dan menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Restoran Solaria yang ada di Kota Medan?
2. Bagaimana cara melakukan pengelompokkan analisis kepuasan menggunakan metode *K-Means Clustering*

1.3 Batasan Masalah

Berikut ini akan diuraikan batasan masalah pada penelitian ini agar penelitian ini berjalan sesuai dengan perencanaan yaitu:

1. Metode yang digunakan adalah metode *K-Means Clustering*.
2. Penelitian ini dilaksanakan di salah satu restoran solaria yang ada di Kota Medan.
3. Dataset yang digunakan diambil dari hasil analisis atau survei menggunakan kuesioner online.
4. Pengolahan data dengan cara menggunakan website untuk melakukan analisis kepuasan menggunakan metode *K-Means Clustering*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi atau mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap Restoran Solaria yang ada di kota medan dan untuk merancang sistem pengelompokkan analisis kepuasan menggunakan metode *K-means Clustering*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat membantu meningkatkan layanan terhadap para pelanggan yang berkunjung ke Restoran Solaria.
2. Penelitian ini dapat membantu untuk mengembangkan inovasi menu – menu yang baru yang sesuai dengan selera para pelanggan.
3. Penelitian ini dapat membantu restoran dengan cara membuat kuesioner restoran mendapatkan umpan balik dengan cepat dari para pelanggan yang berkunjung.
4. Penelitian ini dapat membantu mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas produk yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan restoran kepada para pelanggan yang datang ke restoran solaria.