

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini ter-khususnya internet berdampak pada banyak bidang kehidupan, termasuk perdagangan. Perdagangan tidak hanya mengubah pemasaran produk, tetapi juga proses jual beli. Proses(kegiatan) perdagangan ini umumnya banyak dikenal sebagai perdagangan *electronic* atau singkatnya *E - Commerce* [1]. *E - Commerce* adalah sekumpulan aplikasi, teknologi, dan proses bisnis dinamis yang menghubungkan perusahaan maupun konsumen, serta masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, layanan, dan informasi melalui elektronik. Dalam perkembangan saat ini semakin banyak platform *E - Commerce* yang mengubah gaya hidup masyarakat, sehingga kami tertarik dengan Klasifikasi kepuasan pelanggan terhadap platform *E – Commerce* ini seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Bukalapat, Blibli, dan lain sebagainya. [2]

Semakin meningkatnya perkembangan *E – Commerce* yang ada di Indonesia saat ini terbilang sangatlah pesat. Hal itupun dapat dibuktikan dari banyaknya minat masyarakat dalam berbelanja online yang dapat kita lihat dari riset terbaru google dan termasuk dalam laporan *E-conomy SEA 2018* menunjukkan bshwasanya ekonomi digital Indonesia mengalami peningkatan hingga 500 % di tahun 2018 [3]. Ditahun 2019 – 2021 dimana berbelanja online meningkat drastis dan hal ini di sebabkan oleh *COVID-19* khusus nya di Indonesia. Hal ini dibuktikan oleh riset google satatistik data boks Sebanyak 88,1% pengguna internet yang ada di Indonesia memakai layanan *E - Commerce* guna membeli produk tertentu dalam kurun waktu beberapa bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia dalam hasil survei *We Are Social* pada April 2021 [4].

Data mining adalah proses mengumpulkan dan mengelolah data yang dimana bertujuan untuk mengekstrak informasi penting pada data. Proses pengumpulan dan ekstraksi informasi tersebut dapat dilakukan menggunakan perangkat lunak dengan bantuan perhitungan statistika, matematika, ataupun teknologi *Artificial Intelligence* [5].

Algoritma K-NN ialah algoritma untuk melakukan Klasifikasi terhadap objek dengan data pembelajaran yang jaraknya paling dekat dengan objek tersebut. KNN

dalam data mining bekerja berdasarkan jarak terpendek dari query instance ke training data. Salah satu cara untuk menghitung jarak dekat atau jauhnya tetangga menggunakan metode *euclidian distance* [6].

Algoritma ialah suatu upaya dengan urutan operasi yang disusun secara logis dan sistematis untuk menyelesaikan suatu masalah untuk menghasilkan suatu output tertentu [7].

Algoritma K-NN adalah metode untuk mengklasifikasikan fitur berdasarkan data pelatihan yang paling dekat dengan fitur tersebut. Data pelatihan diproyeksi ke ruang multidimensi di mana setiap dimensi mewakili fitur data [8]. K-NN atau k-tetangga terdekat adalah salah satu metode yang menerapkan algoritma *supervised*, algoritma tersebut dibagi menjadi 2 jenis yaitu *supervised learning* dan *unsupervised learning*. *Supervised learning* ialah suatu metode yang mengklasifikasi dimana setiap pengamat memiliki variabel prediktor yang berkaitan dengan variabel respon dengan tujuan guna mendapatkan pola baru, sedangkan tujuan dari *unsupervised learning* yaitu untuk mendapatkan pola dalam sebuah data [9]. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan dengan menggunakan K-NN salah satunya Klasifikasi terkait kepuasan konsumen [10].

Dengan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **"KLASIFIKASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PLATFORM E - COMMERCE MENGGUNAKAN METODE K-NEAREST NEIGHBORS (K-NN)"**.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana mengetahui kepuasan pelanggan dalam penggunaan platform *E - Commerce* menggunakan Metode K-NN.

1.3. Batasan Masalah

- a. Platform *E - Commerce* yang menjadi penelitian yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.
- b. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan analisis konsumen melalui kuisoner dengan melibatkan mahasiswa/i Universitas Prima Indonesia.
- c. Data yang digunakan sebanyak 1000 data Kuisoner.
- d. Pengujian data menggunakan *Phyton* dan metode K-NN.

1.4. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Menguji serta Menganalisis dari kepuasan pelayanan dari beberapa platfrom *E – commerce*.
- b. Untuk menguji dan menganalisis *trust* terhadap minat pembeli dalam menggunakan sistem *E-Commerce*

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan sarana informasi untuk seluruh masyarakat indonesia juga sebagai pengembangan teori di kampus untuk penelitian dimasa yang akan datang, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat di bangku perkuliah.