

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

AHASS Karya Servis merupakan bengkel resmi di bawah naungan Honda, terintegritas dalam jaringan *Astra Honda Authorized Service Station* (AHASS). Penunjukan AHASS diberikan oleh PT Astra Honda Motor (AHM) untuk memfasilitasi pemeliharaan, perbaikan, dan penyediaan komponen asli (*Honda Genuine Part*) bagi kendaraan bermotor yang bermerek Honda yang terletak di Kawasan kota Medan. [1]. AHASS Karya Servis berdiri pada tahun 2006 dengan izin usaha yang dikeluarkan oleh DISPENDA Kota Medan dengan izin usaha terbaru nomor 503/02335/DISPENDA/XI/2024. [2]

Bengkel AHASS Karya servis menghadapi berbagai masalah antara lain adanya keluhan dari konsumen yang diajukan ke bengkel setelah melakukan servis seperti hasil servis yang dirasa kurang memuaskan, motor mengalami gangguan kembali setelah diperbaiki, serta penanganan keluhan pelanggan yang dinilai lambat dan kurang profesional. [3] Fenomena lain yang terjadi di bengkel AHASS Karya Servis adalah jumlah konsumen yang datang ke bengkel untuk melakukan servis dan perbaikan lainnya masih terus tidak konsisten (berfluktuatif) [4].

Metode K-Means Clustering adalah salah satu metode analisis data yang digunakan untuk mengelompokkan data ke dalam beberapa kelompok atau cluster berdasarkan kesamaan karakteristik. [5] Pada penelitian ini, metode ini digunakan untuk mengelompokkan pelanggan bengkel AHASS Karya Servis berdasarkan persepsi dan tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Diharapkan dengan adanya pengelompokan ini, pihak bengkel dapat lebih memahami perbedaan kebutuhan antar kelompok pelanggan, serta mampu menyusun strategi pelayanan yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan preferensi masing-masing segmen pelanggan. [6].

Metode K-Means dipilih karena memiliki keunggulan dalam hal kesederhanaan dan efisiensi dalam proses pengolahan data yang besar serta mampu memberikan hasil pengelompokan yang jelas dan mudah diinterpretasikan. [7]. Investigasi ini dilakukan secara menyeluruh dengan tujuan merumuskan model

segmentasi pengguna di Karya AHASS Servis yang didasarkan pada tingkat kepuasan pelanggan. Segmentasi tersebut diantisipasi untuk membantu bengkel karya dalam memahami karakteristik yang berbeda dari setiap kelompok pelanggan, sehingga memungkinkan perumusan strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan masing-masing segmen. [8].

Namun demikian, sifat harapan konsumen yang terus berkembang dan lingkungan kompetitif memerlukan pengawasan dan modifikasi layanan yang berkelanjutan untuk menegakkan tingkat kepuasan yang tinggi. Penggabungan umpan balik kualitatif dengan hasil pengelompokan kuantitatif dapat menghasilkan pemahaman yang lebih holistik tentang kebutuhan dan antisipasi konsumen. Metodologi ini memberdayakan perusahaan untuk menyesuaikan strategi mereka dengan kemandirian yang lebih besar, sehingga memastikan mereka mempertahankan daya saing dan tetap responsif terhadap fluktuasi permintaan konsumen.. [9]

“Penerapan Metode K-Means Clustering untuk Menentukan Kepuasan Pelanggan”. [10]. Ditulis oleh Pradana, Musthofa GalihNurchahyo, Azriel ChristianSaputro, Pujo Hari. “Penerapan Data Mining untuk Menganalisis Kepuasan Pelanggan dengan Customer Service.” [11]. Ditulis oleh Zunaidi, M Erwansyah, K. “Analisis Cluster Kepuasan Pengguna dengan Layanan Shopee Memanfaatkan Algoritma K-Means.” [12].Ditulis oleh Patimah, Endah Ermatita, Ermatita Chamidah, [13] Pada penelitian ini yang menjadi variabel kualitas pelayanan jasa pada bengkel AHASS Karya Servis dalam upaya pemenuhan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen. [14].

Konsumen AHASS Karya servis mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dapat di lihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah pelanggan di AHASS Karya Servis dari tahun 2022-2024

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN
2020	1.367
2021	1.544
2022	1.754

2023	1.570
2024	1.438
JUMLAH	4.762

Sumber : AHASS Karya Servis 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa konsumen AHASS Karya Servis mengalami penurunan yang di mulai pada tahun 2020 dengan jumlah pelanggan 1.367 pelanggan dan terakhir tahun 2024 dengan jumlah pelanggan 1.438. Oleh karena itu peneliti mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis kepuasan pelanggan terhadap bengkel AHASS Karya Servis di Kota Medan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumus masalah dalam penelitian berdasarkan uraian latar uraian latar belakang adalah:

1. Bagaimana penerapan metode K-Means Clustering dalam mengelompokkan pelanggan berdasarkan tingkat kepuasan mereka terhadap pelayanan di bengkel AHASS Karya Servis?
2. Bagaimana metode K-Means Clustering dapat membantu mengidentifikasi pola kepuasan pelanggan yang berbeda di bengkel AHASS Karya Servis?
3. Bagaimana hasil pengelompokkan menggunakan metode K-Means Clustering dapat menjadi dasar dalam meumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan di bengkel AHASS Karya Servis?.

## **1.3 Batasan masalah**

Adapun batas masalah dalam penelitian berdasarkan rumus masalah yang dihadapi

1. Penelitian ini dilakukan di AHASS Karya Servis dan berfokus pada analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di bengkel AHASS Karya Servis dengan menggunakan metode K-Means Clustering dengan mengelompokkan pelanggan berdasarkan kesamaan Tingkat.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kepuasan pelanggan yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dan data historis selama 5 tahun terakhir (2020-2024). Data yang dianalisis dalam penelitian

ini berjumlah 300 data pelanggan.

3. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer, yaitu hasil pengisian kuesioner oleh pelanggan bengkel AHASS Karya Servis, dan data sekunder yang diperoleh dari Perusahaan terkait profil Perusahaan dan jumlah pelanggan.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan pada subbab sebelumnya. Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel AHASS Karya Servis berdasarkan lima dimensi kualitas jasa (Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, dan Assurance).
2. Mengelompokkan pelanggan berdasarkan kesamaan tingkat kepuasan menggunakan metode K-Means Clustering.
3. Mengidentifikasi karakteristik masing-masing kelompok pelanggan hasil pengelompokan dengan metode K-Means Clustering.

#### **1.5 Manfaat Penelitian:**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti:

Menambah wawasan dan pemahaman tentang metode K-Means Clustering dalam menganalisis kepuasan pelanggan. Menjadi pengalaman praktis dalam penerapan metode analisis data kuantitatif dalam penelitian terkait manajemen pemasaran dan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Menjadi referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan analisis kepuasan pelanggan atau penerapan metode K-Means Clustering. Memberikan gambaran tentang cara penerapan metode pengelompokan pelanggan berdasarkan tingkat kepuasan, khususnya di sektor jasa otomotif.