

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa perubahan akan gaya hidup manusia, seperti gaya hidup, pemilihan barang antik dan peralatan komunikasi seperti *smartphone* dan perangkat lainnya. Saat ini telah diketahui bahwa koleksi barang-barang bermerek juga menjadi tren gaya hidup seperti tas, cincin, baju, dan fassion lainnya. Batam sebagai kota industri mendorong para inverstor untuk menanamkan modal di Batam, karena Batam merupakan kota yang paling strategis dan merupakan jalur perdagangan internasional yang berbatasan langsung dengan negara singapura. Banyak perusahaan industri di Batam yang menjalankan bisnisnya salah satunya PT Tas Import Sukses. Perusahaan ini bergerak dibidang supplier tas import yang telah ada di Batam sejak tahun 2010 yang belokasi di kawasan industri citra buana center park 1 blok k no 3 seraya, Batam. Dengan berkembangnya perusahaan ini, maka perusahaan juga memiliki website resmi yang dapat diakses di [www.tas.id](http://www.tas.id).

Website ini menjadi portal resmi bagi konsumen yang ingin membeli tas bermerek seperti JT81800-coffee Tas Handbag Fashion Wanita Elegan Import Terbaru. Harga-harga yang ditawarkan sangat bervariasi, mulai dari harga yang kualitas sedang sampai harga yang kualitas tinggi. Karna tingginya peminat konsumen akan pengguna tas bermerek maka perusahaan tersebut harus memperhatikan kepuasan dari konsumen, terutama produk tas yang ditawarkan.

Karena persaingan yang semakin sengit dan banyaknya pesaing, perusahaan harus terus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing mereka. Agar perusahaan dapat unggul atau bahkan bertahan, perusahaan memerlukan filosofi baru. Hanya perubahan yang dilakukan oleh perusahaan akan memungkinkan mereka bersaing dan menguasai pasar. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang (konsumen) setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan yang diharapkan. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai evaluasi purna beli, di mana kinerja produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan (Amanda, Windarto, and Qurniawan 2022).

Permasalahan yang sering terjadi di PT Tas Import Sukses dalam melayani konsumen yaitu produk barang yang dikirimkan tidak sesuai permintaan, sehingga konsumen mencurigai produk yang diperjual belikan tidak memiliki kualitas yang baik. Dan jika ada permasalahan pihak perusahaan merespon dengan waktu yang lambat. Selain itu jaminan terhadap tas atau produk yang diperjual belikan tidak memiliki jaminan yang berbentuk tertulis dan hanya berupa informasi dari website. Dengan permasalahan seperti ini, jika dibiarkan terus menerus terjadi maka dikhawatirkan pelanggan atau konsumen akan beralih ke tempat lain, sehingga mengakibatkan penjualan menurun. Semua ini diawali dengan ketidakpuasan terhadap layanan, harga, kualitas produk tas, Jaminan dan respon keluhan yang menghabiskan waktu yang relatif lama. Untuk mengetahui secara pasti berkaitan dengan kepuasan konsumen maka perlu dilakukan analisis kepada beberapa

konsumen yang sering membeli produk tas. Dengan tujuan untuk melakukan evaluasi terhadap layanan saat ini. Analisis kepuasa menggunakan beberapa metode seperti *Naïve bayes*, *KNN*, *Neural network* dan *SVM*. Akan tetapi pada penelitian ini menggunakan algoritma *naïve bayes*.

Metode *Naive Bayes* diciptakan oleh ilmuwan Inggris Thomas Bayes dan digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen adalah salah satu algoritma pembelajaran induktif yang paling efektif dan efisien untuk pengolahan data dan pembelajaran mesin. Penulis di masa mendatang akan menggunakan metode *Naive Bayes* untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen (Syarli and Muin 2016). Metode *Naive Bayes*, yang dikembangkan oleh ilmuwan Inggris Thomas Bayes, digunakan untuk mengklasifikasikan data besar dengan teknik probabilitas dan statistik. Penulis di masa mendatang akan menggunakan metode ini untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Metode ini memiliki tingkat akurasi yang sangat tinggi ketika diterapkan pada database yang memiliki banyak data (Bambang Hermanto 2019).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait dengan analisis kepuasan konsumen seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ama et al. 2022), penelitian ini telah menemukan bahwa suatu perusahaan harus dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar tidak terjadi sentiment antara pemilik usaha dengan pelanggan atau customer. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan mutu layanan dan image produk yang ditawarkan perusahaan. Ini terjadi di perusahaan Tokopedia yang selalu memberikan servis yang memuaskan kepada mitra seperti UKM yang berjas terhadap produk yang dijual di tokopedia. Metode yang

digunakan pada penelitian tersebut menggunakan naïve bayes dengan pembobotan TF-IDF yang menghasilkan tingkat akurasi yang baik dalam melakukan klasifikasi. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Amanda et al. 2022) suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga melakukan penelitian berkaitan dengan kepuasan menggunakan pendekatan *naïve bayes*. Karna 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 kostumer dan menganalisisnya menggunakan algoritma *naïve bayes*, dengan jumlah data sebanyak 75 data. Dan hasilnya memperlihatkan bahwa harga, kualitas, respon dan jaminan dapat meningkatkan kepuasa konsumen dengan tingkat akurasi mencapai 88%.

Karna itu maka penelitian ini mengangkat judul “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Menggunakan Algoritma Naive Bayes**”, agar perusahaan ini dapat melakukan evaluasi terhadap layanan yang selama ini telah lakukan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Untuk mengidentifikasikan permasalahan maka penulis mengetahui berdasarkan latar belakang yang ada:

1. Pesaing yang sangat banyak di Kota batam terkait dengan produk Tas Import.
2. Banyaknya keluhan dari konsumen yang berkaitan dengan produk tas dan respon yang kurang cepat.

3. Tempat yang kurang strategis dan akses kendaraan umum tidak bisa di jangkau.
4. Pengantaran barang yang terlambat dan tidak sesuai pesanan.
5. Sistem *website* yang dimiliki kadang tidak dapat diakses sehingga kosumen protes.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang lebih luas terkait dengan analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk menggunakan algoritma *naive bayes* yang ada di PT Tas Import Sukses, penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas kepuasan konsumen yang ada di PT Tas Import Sukses Batam.
2. Penelitian ini menggunakan Algoritma *Naïve Bayes* dalam melakukan analisis.
3. Hanya menggunakan 5 variabel yaitu harga, pelayanan, kualitas, Jaminan, Respon.
4. Kriteria konsumen dijabarkan menjadi dua kategori yaitu puas dan tidak puas.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Agar meningkatkan dan memperbaiki kinerja pelayanan maka peneliti menemukan permasalahan yang dapat disesuaikan dengan tema yang diambil sebagai bahan skripsi ini adalah:

- 1 Bagaimana menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ada di PT Tas Import Sukses menggunakan metode *Naïve Bayes*
- 2 Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk tas

- 3 Bagaimana tingkat akurasi dalam menentukan kepuasan dan kualitas produk dengan metode *Naïve Bayes*.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Setelah ditentukan masalah dalam penelitian ini tentunya peneliti harus menentukan tujuan dari penelitian ini guna untuk mengarahkan dan memperjelas penelitian ini yang dimana penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ada di PT Tas Import Sukses menggunakan metode *Naïve Bayes*.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk tas.
3. Untuk mengetahui tingkat akurasi dalam menentukan kepuasan dan kualitas produk dengan metode *Naïve Bayes*.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian seperti yang dijelaskan berikut ini:

#### **1.6.1 Aspek Teoritis**

Berikut uraian secara teoritis dari penelitian ini:

1. Bagi mahasiswa menambah wawasan dan menjadikan penelitian ini sebagai referensi pada penelitian lainnya.
2. Bagi pembaca dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan bahan acuan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dengan metode *naïve bayes*.

#### **1.6.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini memiliki manfaat praktis yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penelitian ini dapat mengukur kepuasan konsumen dan dapat membantu perusahaan menawarkan produk secara lebih baik, efektif dan dapat langsung diimplementasikan dan di kembangkan sesuai kebutuhan perusahaan.
2. Bagi peneliti implementasi metode *naïve bayes* dalam melakukan analisis menggunakan pendekatan data *mining* dan *machine learning* dengan algoritma *naïve bayes* dan dapat menambah pengetahuan seta dapat mengembangkan penelitian selanjutnya.