

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pelanggan adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan, Sedangkan pengertian pelanggan (Customer) menurut Philip Kotler dalam bukunya *Prinsiples Of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Sedangkan menurut *Cambridge International Dictionaries* dalam Lupiyoadi (2001:143), pelanggan adalah “a person who buys goods or a services” atau pelanggan adalah seseorang yang membeli barang dan jasa.. Pendapat lain yakni menurut Griffin (2005:31), definisi pelanggan (customer) berasal dari kata *custom*, yang didefinisikan sebagai “Membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktikkan kebiasaan”. Zairi dalam Harkiranpal (2006:1), mengatakan “customers are the purpose of what we do and rather than them depending on us, we very much depend on them.”

Pelanggan adalah mereka yang sering bertransaksi di sebuah toko barang maupun jasa, dan juga dengan adanya pelanggan dan pembeli perekonomian dapat berjalan dengan semestinya. Lalu kepuasan merupakan faktor terpenting dalam proses menjalankan suatu bisnis entah itu produk maupun jasa.

Serta kepuasan pelanggan itu harus diutamakan karena dengan adanya hal tersebut dapat membuat pemilik toko barang maupun jasa dapat bekerja sebaik mungkin sehingga dapat membuat pelanggan tersebut senang dan puas dengan service atau pelayanan yang diberikan.

Dan hal itu juga sangat mempengaruhi kinerja dari pihak yang berkaitan sehingga dapat berjalan dengan baik maka dari itu diperlukan sebuah sistem untuk menentukan tingkat kepuasan dari para pelanggan atau customer yaitu dengan menggunakan sistem pendukung keputusan.

Maka dari itu dibuatlah sebuah sistem untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan di toko SRC Permata menggunakan metode SIMPLE WEIGHT WEIGHTING (SAW) dengan judul “Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Toko SRC Permata Menggunakan Metode SIMPLE WEIGHT WEIGHTING (SAW)”..

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang diatas dapat diambil beberapa hal yang dapat diteliti yaitu :

- a. Bagaimana proses pengambilan data kepuasan pelanggan yang ada di SRC Permata?
- b. Bagaimana model perancangan sistem pendukung keputusan tersebut ?.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan ini penulis membatasi masalah atau ruang lingkup penulisan pada hal-hal yang mengenai sistem pendukung keputusan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada Toko SRC Permata :

- a. Sistem ini hanya digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada toko SRC Permata.
- b. Pengembangan dilakukan berbasis web.
- c. Menggunakan metode *Simple Weight Weighting* (SAW).
- d. Kriteria sebagai berikut: kondisi toko, kelengkapan produk, kualitas produk, tingkat pelayanan.
- e. Perancangan menggunakan Flowchart, ERD dan DFD

1.4. Tujuan

Tujuan utama dibangunnya sistem pendukung keputusan ini adalah :

- a. Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada toko SRC Permata.
- b. Untuk merecord data dari penelitian.

1.5. Manfaat

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Manfaat penelitian bagi penulis:

1. Merupakan syarat utama untuk memperoleh gelar sarjana komputer pada Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus.
2. Merupakan sarana mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Muria Kudus.
3. Mengasah pikiran dalam menciptakan sistem informasi yang baik dan lebih bermutu

1.5.2 Manfaat Bagi Akademisi

Manfaat penelitian bagi akademisi yaitu:

1. Memudahkan para pengguna untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Sebagai sebuah sistem yang dapat digunakan oleh pemilik toko dan para pedagang.
3. Dapat dijadikan perbandingan dengan perguruan tinggi lain.
4. Menambah referensi perpustakaan untuk meningkatkan kualitas pendidikan.

1.5.3 Manfaat Bagi Pengguna

Beberapa manfaat bagi pengguna yaitu:

1. Mengetahui tingkatan kepuasan pelanggan terhadap toko.
2. Dapat digunakan sebagai perantara yang menghubungkan antara pelanggan dan penjual.

