

I. PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan salah satu aspek kunci dalam mempertahankan keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis, terutama dalam industri kuliner seperti restoran dan kafe. Kepuasan konsumen berperan penting dalam mendorong pembelian ulang dan rekomendasi kepada banyak orang lain. Oleh karena itu, bisnis perlu memahami tingkat kepuasan pelanggan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Dalam konteks ini, *Inos Coffee and Kitchen* menghadapi tantangan di tengah persaingan yang sangat ketat dalam industri kuliner. Untuk tetap kompetitif, mereka harus memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan. Secara spesifik, kepuasan konsumen diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap tiga aspek utama[1]: 1) kualitas pelayanan, seberapa baik pelanggan merasa dilayani, mencakup keramahan, kecepatan, dan kemampuan staf dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. 2) kenyamanan tempat, tingkat kenyamanan yang dirasakan pelanggan saat berada di lokasi, meliputi suasana, kebersihan, tata letak, pencahayaan, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi pengalaman di tempat. 3) kualitas produk, penilaian pelanggan terhadap kualitas makanan dan minuman, termasuk rasa, penyajian, dan konsistensi. Kepuasan ini diukur menggunakan skala Likert lima poin (1–5), mulai dari Sangat Tidak Puas hingga Sangat Puas, dan hasilnya kemudian dikelompokkan ke dalam dua kategori: 1) Puas (untuk skor tinggi pada aspek-aspek di atas). 2) Tidak Puas (untuk skor rendah). Dengan demikian, kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah tingkat keselarasan antara harapan pelanggan dan pengalaman nyata yang mereka rasakan terkait layanan, tempat, dan produk di *Inos Coffee & Kitchen*. Hal ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga menjadi indikator kunci untuk strategi perbaikan dan peningkatan layanan.

Analisis data seperti ulasan, tanggapan, dan preferensi pelanggan terhadap berbagai aspek layanan termasuk kualitas makanan dan minuman, harga, serta suasana tempat—merupakan cara efektif untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dengan memahami umpan balik ini, *Inos Coffee and Kitchen* dapat melakukan perbaikan yang diperlukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan atau konsumen di pasar yang sangat kompetitif [1]. Untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau konsumen, *Inos Coffee & Kitchen* dapat menggunakan algoritma C4.5, yang merupakan salah satu metode pohon keputusan. Algoritma ini dirancang untuk menangani data yang kompleks dan mampu menghasilkan model yang menggambarkan hubungan antara berbagai variabel dan tingkat kepuasan konsumen. Dengan menggunakan C4.5, manajemen *Inos Coffee & Kitchen* dapat mengidentifikasi pola atau aturan yang ada dalam data kepuasan pelanggan, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih baik atau akurat dalam meningkatkan pengalaman pelanggan atau konsumen [2].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen di *Inos Coffee & Kitchen* dengan menggunakan algoritma C4.5. Diharapkan, hasil analisis ini dapat memberikan wawasan bagi manajemen dalam mengambil keputusan yang lebih tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, *Inos Coffee & Kitchen* dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di pasar yang kompetitif [3] [4]. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, pengolahan data konsumen dengan teknik data mining, seperti algoritma C4.5, menjadi semakin penting dalam bisnis modern. Penggunaan teknologi ini memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data dengan mengumpulkan data di google formulir dan mengolah data dengan aplikasi RapidMiner. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi *Inos Coffee & Kitchen* dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta berperan dalam pengembangan penelitian terkait analisis kepuasan konsumen di industri kuliner. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu *Inos Coffee & Kitchen* dalam mengoptimalkan strategi marketing dan operasional mereka, sehingga mereka dapat tetap bersaing di pasar kuliner yang semakin dinamis[5].