

## Abstrak

Penelitian ini mencoba mengkorelasikan antara pergerakan fitur wajah dengan kepuasan konsumen, dan akhirnya mendeteksi pola dalam ekspresi wajah yang dapat memprediksi tingkat kepuasan konsumen.

Sebagian besar kepuasan konsumen bersifat emosional. Hal ini terjadi pada tingkat kesadaran dan alam bawah sadar manusia. Melalui pengalaman yang dilalui selama menggunakan produk, konsumen mengalami reaksi emosional positif dan negatif. Emosi pada penelitian ini dideskripsikan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paul Ekman. Emosi dibagi menjadi 6 bagian, yaitu senang, terkejut, netral, sedih, marah, dan jijik.

Ekspresi wajah responden dicatat ketika mereka berpartisipasi dalam percobaan produk kopiko 78°c di mana ekspresi mereka diamati. Kemudian fitur wajah responden akan diekstraksi berdasarkan *landmark* yang terdeteksi. Pergantian ekspresi wajah kemudian dianalisis menggunakan model *Artificial Intelligence*. Akhirnya, data yang dikumpulkan dianalisis dan diklasifikasikan berdasarkan emosi yang terdeteksi. Hasil klasifikasi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen. Hasil prediksi akan dibandingkan dengan kuesioner yang menanyakan apakah konsumen puas atau tidak.

Kata Kunci: Kepuasan konsumen, *facial expression*, emosi, *Artificial Intelligence*