

Sistem Pendukung Keputusan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Toko Gypsum Dan Platform Keshya Menggunakan Metode (SAW)

Rio Rahmat Yusran

Universitas Mohammad Natsir, Propinsi Sumatra Barat, Indonesia

E-Mail: riorahmatyusran@gmail.com

ABSTRACT

The satisfaction of gypsum and platform customers at Toko Keshya is the most important thing in running a business and services. Because by providing more satisfaction will increase revenue in the long term and attract more customers. To increase customer satisfaction, the quality provided must also be considered so that consumers are not disappointed with the products that have been given to consumers. The problem of this research is the lack of information or a system in determining customer satisfaction in the sale of gypsum and the platform at Toko Keshya so that a decision-making system is needed to determine the level of customer satisfaction with the services provided. This study uses the Simple Additive Weighting (SAW) method with the concept of decision making using weighted summation. In determining customer satisfaction several criteria have been established, namely, Product Quality, Price, Service Quality, Responsibility and ease of obtaining goods. The final results of this study obtained the highest score in number 1 on behalf of Wualandari Coroline and the second highest score was obtained on behalf of Putri Asa with a value of 0.9235. The decision-making system can be used as a standard for determining customer satisfaction.

Keyword : customer satisfaction, product quality, criteria alternative SPK, simple additive weighting (SAW) method

PENDAHULUAN

Toko Gypsum Dan Platform Keshya merupakan toko yang menjual alat alat Gypsum Dan Platform serta jasa pemasangan, Toko ini menyediakan berbagai model Gypsum Dan Platform terbaru sesuai dengan perkembangan model terkini. Ditoko ini sangat menjaga kenyamanan dan kepuasan pelanggan agar pelanggan puas terhadap layanan serta hasil pemasangan yang diberikan oleh toko tersebut. Namun untuk meningkatkan kepuasan pelayanan toko, masih belum mempunyai system yang sistematis dalam menentukan kepuasan layanan secara mendetail, sehingga dibutuhkan sebuah system pengambilan keputusan untuk mempermudah menilai kepuasan pelanggan.

Perdagangan merupakan proses tukar menukar barang dan jasa dari suatu wilayah dengan wilayah lainnya. perdagangan timbul karena manusia mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas sedangkan alat pemenuhan kebutuhan terbatas. Terutama pelayanan baik dari segi interior dan exterior yang membuat nyaman konsumen serta kualitas produk sangat dibutuhkan. Perusahaan harus membuat suatu strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut konsumen, maka itu dibutuhkan analisis perilaku konsumen untuk mengetahui sejauh mana tingkat

kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan suatu produk (Jangko et al., 2023).

Kepuasan pelanggan berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai pada pelanggan (Afnina & Hastuti, 2018). Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidakpuasan antara tingkat kepentingan sebelumnya, kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga kualitas merupakan prioritas utama bagi perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan bersaing. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan system kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan konsumen (Sulistiyawati, 2015). (Riyani et al., 2021) Menurut Hasil Penelitian Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang maupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan oleh pelanggan”

Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang sesuai dengan apa yang didapatkan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Jika pelanggan merasa puas akan terhadap perusahaan maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada perusahaan (Mahrizon, 2022). Menurut Supranto (2001:201), kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, oleh karena itu kebutuhan manusia bersifat dinamis, yaitu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Made & Lestariyanti, 2017).

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Wibisono & , 2016). Sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan berada diatas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Perusahaan juga harus memahami apa kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Riyani et al., 2021).

Indikator kepuasan konsumen adalah (Ahmad Zikri, 2022) :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan pelanggan
3. Konfirmasi harapan
4. Niat beli ulang
5. Kesediaan untuk merekomendasikan (Tjiptono, 2019)

Indikator kualitas pelayanan menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020) Adalah sebagai berikut:

1. Realibilitas (*Realibility*)
Seberapa besar pelayanan yang diberikan dapat diandalkan oleh orang yang membutuhkan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
Secepat apa daya tanggap dari orang yang memberikan pelayanan terhadap kebutuhan.
3. Jaminan (*assurance*)
Jaminan apa yang dapat diberikan kepada penerima pelayanan.
4. Empati (*empathy*)
Bagaimana kita bisa ikut serta dalam merasakan apa yang dirasakan oleh orang-orang
5. Bukti fisik (*tangibles*)

Pelayanan yang menunjukkan perlunya tampak wujud agar dapat diketahui keasliannya.

Sistem pendukung keputusan merupakan sistem yang berfungsi untuk mendukung para pengambil keputusan manajerial dalam situasi situasi tertentu Sistem pendukung keputusan dimaksudkan untuk menjadi alat bantu bagi para pengambil keputusan untuk memperluas kapabilitas pengambil keputusan, namun tidak untuk menggantikan (Katadata Insign Center (KIC), 2021). Metode di dalam penelitian ini menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) atau sering juga dikenal istilah metode penjumlahan terbobot. Konsep dasar metode SAW adalah mencari penjumlahan terbobot dari rating kinerja pada setiap alternative pada semua atribut. Metode SAW membutuhkan proses normalisasi matriks keputusan (X) ke suatu skala yang dapat diperbandingkan dengan semua rating alternatif yang ada (Ramdani & Nurmiati, 2019)

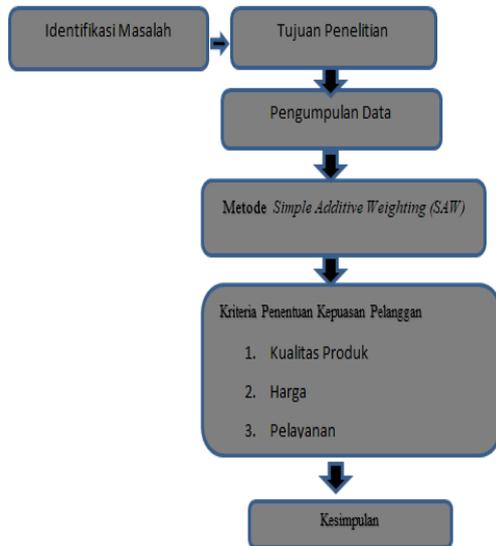
Sistem pendukung keputusan adalah sebuah sistem informasi yang dirancang dan dibangun berbasis komputer yang dapat menghasilkan berbagai alternatif keputusan yang membantu manajemen dalam menangani berbagai permasalahan yang terstruktur ataupun tidak terstruktur dengan menggunakan data atau model. Sistem pendukung keputusan secara khusus dibangun untuk mencari solusi atas permasalahan yang ada atau untuk mengevaluasi suatu peluang atau kesempatan yang memungkinkan. Sistem tersebut didukung oleh sebuah sistem informasi berbasis komputer dapat membantu seseorang meningkatkan kinerjanya dalam pengambilan keputusan. Sistem pengambilan keputusan mendayagunakan sumber daya dari individu-individu dengan kemampuan komputer untuk meningkatkan kualitas keputusan. Oleh sebab itu sistem pendukung keputusan yang berbasis komputer ini dapat digunakan untuk manajemen pengambilan keputusan yang berhubungan dengan masalah-masalah yang semi terstruktur (Marsono et al., 2020).

Metode Simple Additive Weighting merupakan metode penjumlahan terbobot [10]. Konsep dasar metode SAW adalah mencari penjumlahan terbobot dari ranking kinerja pada setiap alternatif pada semua kriteria [11]. Metode SAW membutuhkan proses normalisasi matriks keputusan (X) ke suatu skala yang dapat diperbandingkan dengan semua alternatif yang ada. Metode SAW mengenal adanya dua atribut yaitu kriteria keuntungan (*benefit*) dan kriteria biaya (*cost*) [12]. Perbedaan mendasar dari kedua

kriteria ini adalah dalam pemilihan kriteria ketika mengambil keputusan.

METODOLOGI PENELITIAN

Langkah langkah yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian dalam penentuan kepuasan pelanggan diantaranya:



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Metode SAW

Adapun langkah penyelesaian dalam menggunakan metode SAW [13] adalah:

- a. Menentukan kriteria-kriteria yang akan dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan, yaitu Cj.
- b. Menentukan alternatif-alternatif yang akan dipilih menjadi keputusan, yaitu Aj.
- c. Menentukan bobot preferensi atau tingkat kepentingan (W) setiap kriteria

$$W = [W_1, W_2, W_3, \dots, W_j] \quad (1)$$

- d. Menentukan tabel rating kecocokan setiap alternatif pada setiap kriteria.

Tabel 2. Kualitas Produk

nilai rata-rata	Bobot	Keterangan
Nilai Kualitas Produk		
C1 ≤ 20	20 % = 0,20	Tidak Bagus
C1 = 45-65	25 % = 0,25	Cukup Bagus
C1 = 65-79	20 % = 0,20	Bagus
C1 ≥ 81	35 % = 0,35	Sangat Bagus

- e. Membuat matriks keputusan (X) yang dibentuk dari tabel rating kecocokan dari setiap alternatif pada setiap kriteria. Nilai X setiap alternatif (Ai) pada setiap kriteria (Cj) yang sudah ditentukan, dimana

$$i=1,2,\dots,m \text{ dan } j=1,2,\dots,n \quad (2)$$

- f. Melakukan normalisasi matrik keputusan X dengan cara menghitung nilai rating kinerja ternormalisasi (rij) dari alternatif (Ai) pada kriteria (Cj).
- g. Hasil dari nilai rating kinerja ternormalisasi (rij) membentuk matrik ternormalisasi (R)

$$R = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \dots & r_{1j} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r_{i1} & r_{i2} & \dots & r_{ij} \end{bmatrix} \quad (3)$$

- h. Menghitung nilai akhir preferensi. Hasil akhir preferensi (Vi) diperoleh dari penjumlahan dan perkalian elemen baris matrik ternormalisasi (R) dengan bobot preferensi (W) yang bersesuaian dengan elemen kolom matrik (W).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Data

Data mentah yang belum diolah belum memiliki nilai yang dapat dijadikan acuan dalam sebuah pemilihan sehingga diperlukan pengolahan dan analisis data agar data tersebut memiliki nilai yang bisa dijadikan sumber informasi. Data yang diperlukan dalam penentuan Kepuasan Pelanggan diantaranya Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Tanggung Jawab, kemudahan dalam memperoleh barang yang dibeli. Data ini akan diolah menjadi kriteria data teknis yang merupakan kriteria untuk proses tahapan evaluasi penentuan Kepuasan Pelanggan. Penilaian ini berdasarkan tahapan kriteria yang sudah ditetapkan.

Kriteria Kepuasan Pelanggan

Kriteria yang telah ditetapkan pada Kelengkapan Data sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria yang dibutuhkan

kriteria	keterangan	atribut
C1	Kualitas Produk	Benefit
C2	Harga	Benefit
C3	Kualitas Pelayanan	Benefit
C4	Tanggung Jawab	Benefit
C5	Kemudahan dalam memperoleh Barang	Benefit

Tabel 3. Harga

nilai rata-rata	Bobot	Keterangan
Nilai Kinerja		
C1<=20	20 % = 0,20	Tidak Bagus
C1=45-65	25 % = 0,25	Cukup Bagus
C1=65-79	20 % = 0,20	Bagus
C1>=81	35 % = 0,35	Sangat Bagus

Tabel 4. Kualitas Pelayanan

nilai rata-rata	Bobot	Keterangan
Tanggung Jawab		
C1<=20	20 % = 0,20	Tidak Bagus
C1=45-65	25 % = 0,25	Cukup Bagus
C1=65-79	20 % = 0,20	Bagus
C1>=81	35 % = 0,35	Sangat Bagus

Tabel 5. Tanggung Jawab

nilai rata-rata	Bobot	Keterangan
Disiplin Kerja		
C1<=20	20 % = 0,20	Tidak Bagus
C1=45-65	25 % = 0,25	Cukup Bagus
C1=65-79	20 % = 0,20	Bagus
C1>=81	35 % = 0,35	Sangat Bagus

Tabel 6. Kemudahan dalam memperoleh Barang

Hasil Kerja	Bobot	Keterangan
Disiplin Kerja		
C1<=20	20 % = 0,20	Tidak Bagus
C1=45-65	25 % = 0,25	Cukup Bagus
C1=65-79	20 % = 0,20	Bagus
C1>=81	35 % = 0,35	Sangat Bagus

Tabel 1 bobot preferensi

Kriteria	Bobot Preferensi (W)	Bobot Preferensi (W) %
Kualitas Produk	0,30	30 %
Harga	0,25	25 %
Kualitas Pelayanan	0,20	20 %
Tanggung Jawab	0,15	15 %
Kemudahan dalam memperoleh Barang	0,10	10%

Masukan data

Langkah berikutnya yaitu menginputkan Data dalam bentuk konfersi nilai masing masing kriteria yang sudah ditentukan dalam bentuk nilai bobot.

Alternatif	C1	C2	C3	C4	C5
A1	0,35	0,35	0,35	0,35	0,35
A2	0,25	0,35	0,35	0,25	0,35
A3	0,25	0,25	0,35	0,25	0,35
A4	0,20	0,25	0,20	0,25	0,35
A5	0,35	0,35	0,25	0,20	0,35
A6	0,25	0,25	0,35	0,20	0,35
A7	0,35	0,35	0,35	0,20	0,35
A8	0,25	0,25	0,35	0,25	0,35
A9	0,25	0,25	0,35	0,20	0,35
A10	0,25	0,25	0,35	0,20	0,35

Hasil Normalisasi

Setelah mencocokkan nilai pada setiap alternatif, maka proses selanjutnya melakukan perhitungan dengan konsep dan rumus keputusan menggunakan ternormalisasi (Rij) dapat dilihat pada penjabaran dibawah ini:

1. Analilisi Perhitungan SAW
2. Mencocokkan nilai masing-masing krtiteria pada setiap alternaatif
3. Normalisasi untuk keputusan pada setiap alternative.
4. Nilai preferensi setiap aplikasi merangking alternative

Dari nilai tersebut kemudian pengambil keputusan memberikan bobot preferensi sebagai berikut :

W=[0,10 ; 0,25 ; 0,20 ; 0,15; ,30]

Matrik Keputusan Berdasarkan Kriteria Adapun matrik keputusan berdasarkan kriteria tersebut, yaitu :

X=

X11	X12	X13	X14	X15
X21	X22	X23	X24	X25
X31	X32	X33	X34	X35
X41	X42	X43	X44	X45
X51	X52	X53	X54	X55
X61	X62	X63	X64	X65
X71	X72	X73	X74	X75
X81	X82	X33	X84	X85
X91	X92	X93	X94	X95
X101	X102	X103	X104	X105

a. **Proses pencarian Kriteria(C1)**

$$R_{11} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{12} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 0,83$$

$$R_{13} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 0,83$$

$$R_{14} = \frac{(0,20)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 0,57$$

$$R_{15} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{16} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 0,83$$

$$R_{17} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{18} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 0,83$$

$$R_{19} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{20} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,20;0,35;0,25;0,35;0,25;0,35;0,35)} = 1$$

b. Proses pencarian Kriteria(C2)

$$R_{21} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 1$$

$$R_{22} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 1$$

$$R_{23} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 0,83$$

$$R_{24} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 0,83$$

$$R_{25} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 1$$

$$R_{26} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 0,83$$

$$R_{27} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 1$$

$$R_{28} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 0,83$$

$$R_{29} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 0,83$$

$$R_{30} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,25;0,25;0,35;0,25;0,35;0,25;0,25;0,25)} = 0,83$$

c. Proses pencarian Kriteria(C3)

$$R_{31} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{32} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{33} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{34} = \frac{(0,20)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 0,57$$

$$R_{35} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 0,83$$

$$R_{36} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{37} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{38} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{39} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{40} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,20;0,25;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

d. Proses pencarian Kriteria(C4)

$$R_{41} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 1$$

$$R_{42} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,83$$

$$R_{43} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,83$$

$$R_{44} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,83$$

$$R_{45} = \frac{(0,20)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,57$$

$$R_{46} = \frac{(0,20)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,57$$

$$R_{47} = \frac{(0,20)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,57$$

$$R_{48} = \frac{(0,25)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,83$$

$$R_{49} = \frac{(0,20)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,57$$

$$R_{50} = \frac{(0,20)}{\text{MAX}(0,35;0,25;0,25;0,25;0,20;0,20;0,20;0,25;0,20;0,20)} = 0,57$$

e. Proses pencarian Kriteria(C5)

$$R_{51} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{52} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{53} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{54} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{55} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{56} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{57} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{58} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{59} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

$$R_{60} = \frac{(0,35)}{\text{MAX}(0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35;0,35)} = 1$$

Hasil Akhir

Setelah melakukan proses pencarian nilai akhir kepuasan pelanggan sesuai dengan rumus dan aturan maka diperoleh hasil dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 8. Data Kepuasan Pelanggan

ID- Pelanggan	Nama	Kualitas Produk	Harga	Kualitas Pelayanan	Tanggung Jawab	Kemudahan dalam memperoleh Barang
001	Wulandari Caroline	1	1	1	1	1
002	Putri Asa	0,83	1	1	0,83	1
003	M. Agung	0,83	0,83	1	0,83	1
004	Ridwan Putra	0,57	0,83	0,57	0,83	1
005	Desi Putri	1	1	0,83	0,57	1
006	Albert M	0,83	0,83	1	0,57	1
007	Zahara Putri	1	1	1	0,57	1
008	Insani Putri	0,83	0,83	1	0,83	1
009	Dilla Mentari	1	1	1	0,57	1
010	Ardilla	1	1	1	0,57	1

; 0,25; 0,20 ; 0,15 ; 0,10]

Hasil perengkingan Strategi Pemasaran pemberian Reword adalah:

$$V_{11} = [(1*0,30) + (1*0,25) + (1*0,20) + (1*0,15) + (1*0,10)] = 0,3+ 0,25 + 0,2 + 0,15 + 0,1 = 1$$

$$V_{12} = [(0,83*0,30) + (1*0,25) + (1*0,20) + (0,83*0,15) + (1*0,10)] = 0,249 + 0,25 + 0,2 + 0,1245+ 0,1 = 0,9235$$

$$V_{13} = [(0,83*0,30) + (0,83*0,25) + (1*0,20) + (0,83*0,15) + (1*0,10)] = 0,249 + 0,2075 + 0,2 + 0,1245+ 0,1 = 0,881$$

$$V_{14} = [(0,57*0,30) + (0,83*0,25) + (0,57*0,20) + (0,83*0,15) + (1*0,10)] = 0,171 + 0,2075 + 0,114 + 0,1245+ 0,1 = 0,662$$

$$V_{15} = [(1*0,30) + (1*0,25) + (0,83*0,20) + (0,57*0,15) + (1*0,10)] = 0,3+ 0,25 + 0,166 + 0,0855+ 0,1 = 0,8515$$

$$V_{16} = [(0,83*0,30) + (0,83*0,25) + (1*0,20) + (0,57*0,15) + (1*0,10)] = 0,249 + 0,2075 + 0,2 + 0,0855+ 0,1 = 0,842$$

$$V_{17} = [(1*0,30) + (0,83*0,25) + (1*0,20) + (0,57*0,15) + (1*0,10)] = 0,3 + 0,2075 + 0,2 + 0,0855+ 0,1 = 0,893$$

$$V_{18} = [(0,83*0,30) + (0,83*0,25) + (1*0,20) + (0,83*0,15) + (1*0,10)] = 0,249 + 0,2075 + 0,2 + 0,1245+ 0,1 = 0,881$$

$$V_{19} = [(1*0,30) + (0,83*0,25) + (1*0,20) + (0,57*0,15) + (1*0,10)] = 0,3 + 0,2075 + 0,2 + 0,0855+ 0,1 = 0,893$$

$$V_{20} = [(1*0,30) + (0,83*0,25) + (1*0,20) + (0,57*0,15) + (1*0,10)] = 0,3 + 0,2075 + 0,2 + 0,0855+ 0,1 = 0,893$$

Nilai akhir preferinsi pada setiap alternatif dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 9 Nilai akhir preferensi

Alternatif	Nilai	Nilai akhir preferensi	Keterangan
A1	Wulandari Caroline	1	Peringkat Ke- 1
A2	Putri Asa	0,9235	Peringkat Ke- 2
A3	M. Agung	0,881	
A4	Ridwan Putra	0,662	
A5	Desi Putri	0,8515	
A6	Albert M	0,842	
A7	Zahara Putri	0,893	
A8	Insani Putri	0,881	
A9	Dilla Mentari	0,893	
A10	Ardilla	0,893	

Setelah melakukan pengolahan data secara keseluruhan maka nilai akhir A1 yang memiliki nilai tertinggi berdasarkan nilai bobot dari keseluruhan nilai kriteria yang ada. Kriteria 1 memenuhi kriteria dan di anggap konsumen yang paling puas terhadap layanan yang diberikan oleh toko Gypsum Dan Platform Keshya. Pelanggan yang paling puas atas pelayanan toko Gypsum Dan Platform Keshya atas nama Wulandari Caroline.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa Sistem pengambilan Keputusan dalam penentuan kepuasan konsumen terdapat pelayanan yang diberikan Toko Gypsum Dan Platform Keshya dapat dijadikan acuan sebagai pemilihan alternatif kepuasan konsumen, karena system

pengambilan keputusan ini sangat fleksibel dan mudah digunakan dalam system komputerisasi dan system penilaian dikerjakan secara sistematis. Kriteria yang digunakan dalam kepuasan konsumen terdapat lima kriteria diantaranya: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Tanggung Jawab, kemudahan dalam memperoleh barang yang dibeli. Dari 10 Data konsumen dapat dinilai konsumen yang memiliki penilaian sangat puas terhadap pembelian Gypsum Dan Platform dan hasil jasa pemasangan yang sudah selesai. Hasil akhir penelitian ini memperoleh nilai tertinggi berapa Pada angka 1 atas nama wuandari Coroline dan nilai tertinggi kedua diperoleh atas nama Putri asa dengan nilai 0,9235. Sistem pengambilan keputusan bisa dijadikan standar penentuan kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada **Universitas Mohammad Natsir yang telah mensuport dan memfasilitasi semua kebutuhan yang berhubungan dengan penelitian ini hingga penelitian ini bisa selesai** Tepat waktu. Dan Terima kasih saya ucapkan kepada pengelola Jurnal MEANS yang telah menerbitkan hasil penelitian saya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Jangko, R., Hinely, R., Maruwae, A., Panigoro, M., Mahmud, M., & Dama, M. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Journal of Economic and Business Education*, 1(1), 86–95. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i1.18684>
- [2] Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- [3] Sulistyawati, N. M. (2015). Kepuasan Pelanggan Restoran Indus. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/viewFile/959/667>
- [4] Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- [5] Mahrizon, D. (2022). *Sistem Pengambilan Keputusan Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Berkah dengan Metode Simple Additive Weighthing*. 9(5), 1460–1465. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i5.5018>
- [6] Made, P., & Lestariyanti, D. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT . POS INDONESIA CABANG GIANYAR* *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. 4(2), 78–85.
- [7] Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- [8] Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- [9] Wibisono, A., & S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE “Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2), 32. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>
- [10] Hermanto, H., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Aneka Tata Niaga. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(01), 46–57. <https://doi.org/10.52657/jjem.v11i01.1193>
- [11] Katadata Insign Center (KIC). (2021). *kepuasan masyarakat terhadap pelayanan vaksin Covid-19*. 6(1), 347–352.
- [12] Ramdani, M. L., & Nurmia, S. (2019). Sistem Penunjang Keputusan Kepuasan Konsumen Pada PT. Lotte Shopping Indonesia Bogor. *Sainstech: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Sains Dan Teknologi*, 29(2), 43–49. <https://doi.org/10.37277/stch.v29i2.338>
- [13] Marsono, M., Boy, A. F., & Saripurna, D. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan di Toko Indomaret Menggunakan Metode Fuzzy Associative Memory (FAM). *J-SISKO TECH (Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer TGD)*, 3(1), 78. <https://doi.org/10.53513/jsk.v3i1.198>
- [14] B.F.T. Sopian, Ermatita, "Penerapan metode simple additive weighting (saw) pada sistem pendukung keputusan dalam pemilihan paket layanan internet", *Seminar Nasional Mahasiswa Ilmu Komputer dan Aplikasinya (SENAMIKA)* vol.2 no.1, April 2021.
- [15] F. Sembiring, M.T. Fauzi, S. Khalifah,

- A.K.Khotimah, Y.Rubiati,"Sistem pendukung keputusan penerima bantuan Covid 19 menggunakan metode simple additive weighting (saw) ".*Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*,vol,11,no.2, Desember 2020,doi: 10.36448/jsit.v11i2.1563
- [16] T. Adriantama, Y. Brianorman,"Sistem Pendukung Keputusan dalam seleksi tempat tinggal (kost) mahasiswa dengan metode simple additive weighting(saw)", *Jurnal Digital Teknologi Informasi*,vol.4,no.1, 2021, doi: 10.32502/digital.v4i1.2645
- [17] G. Ginting, Mesran, Y.F.Manalu,"Penerapan metode Simple additive weighting dalam pemberian reward bagi pegawai honorer",*Prosiding seminar nasional riset dan information science (SENARIS)*,vol.3, 2021.

