

## ABSTRAK

PT Holcim merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai kebutuhan material bangunan dan perusahaan berencana untuk membuat jenis produk baru yaitu *Tile Adhesive* (Perekat Keramik) dengan mengetahui alternatif produk yang ada dipasaran dan ditetapkan tiga produk kompetitor yaitu Sika Tilefix 200, MU 420 dan Demix C1; maka pengelompokkan kriteria-kriteria spesifikasi produk yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari tiga kriteria yaitu Harga, Kualitas, dan Pelayanan. Penelitian ini mencari tahu apa yang menjadi kriteria utama dalam pengambilan keputusan pembelian perekat keramik pada setiap produk yang dimiliki oleh beberapa kompetitor. Dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*, kita dapat melihat secara jelas hal apa yang menjadi penilaian utama konsumen dalam penentuan keputusan pembelian produk perekat keramik. Wilayah penelitian hanya sekitar wilayah Cileungsi. Hanya menganalisa 1 responden. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kriteria utama dalam pengambilan keputusan pembelian perekat keramik pada setiap produk yang dimiliki oleh beberapa kompetitor, agar dapat menjadi acuan untuk PT Holcim dalam melakukan riset produk perekat keramik. Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode AHP, maka urutan peringkat dari besar ke kecil adalah Demix C1 (0,507), MU 420 (0,322), Sika Tilefix 200 (0,171).

**Kata Kunci:** *Tile Adhesive, Analytical Hierarchy Process, Kriteria Utama, Keputusan Pembelian.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*PT Holcim is a company that produces a wide range of needs of the building materials and the company plans to make the new product types i.e. Tile Adhesive (Adhesive Ceramic) and knowing the alternatives existing products in the market and set three competitor products namely Sika Tilefix 200, MU 420 and Demix C1; then the grouping criteria specification products used in this study consists of three criteria, namely price, quality, and service. This research finding out what became the main criteria in decision making the purchase a ceramic adhesive on each product that is owned by several competitors. By using the method of Analytical Hierarchy Process, we can see clearly what became the main consumer assessment in the determination of the adhesive product purchasing decisions. The research area is only about territory Cileungsi. Simply analyze 1 respondent. The purpose of this research is to know the main criteria in decision making the purchase a ceramic adhesive on each product are owned by some of the competitors, so that it can be a reference to PT Holcim in ceramic adhesive product research. Based on the results of the calculation by the method of AHP, then ranked from descending is MU 420 (0.471), Demix C1 (0.236), Sika Tilefix 200 (0.231).*

**Keywords:** *Tile Adhesive, Analytical Hierarchy Process, The Main Criteria, Purchasing Decisions*

