



**PENERAPAN PENDUKUNG KEPUTUSAN STRATEGI  
PEMASARAN DENGAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY  
PROCESS (AHP)* DAN *TECHNIQUE FOR ORDER OF  
PREFERENCE BY SIMILARITY TO IDEAL SOLUTION (TOPSIS)*  
DI KEDAI KOPI CANALEAF**

**LAPORAN SKRIPSI**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**RAHMAT YASIN  
41619010022**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK/PROGRAM SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**



**PENERAPAN PENDUKUNG KEPUTUSAN STRATEGI  
PEMASARAN DENGAN METODE *ANALITYCAL HIERARCHY  
PROCESS (AHP)* DAN *TECHNIQUE FOR ORDER OF PREFERENCE  
BY SIMILARITY TO IDEAL SOLUTION (TOPSIS)* DI KEDAI  
KOPI CANALEAF**

**LAPORAN SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

**MERCU BUANA**

**RAHMAT YASIN  
41619010022**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK/PROGRAM SARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Yasin

NIM : 41619010022

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Judul : Penerapan Pendukung Keputusan Strategi Pemasaran Dengan Metode *Analytical Hierarchy Process (Ahp)* Dan *Technique For Order Of Prefence By Similarity To Ideal Solution (Topsis)* Di Kedai Kopi Canaleaf

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 09 Juni 2023



(Rahmat Yasin)

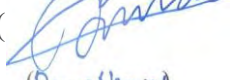
## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:


Nama : Rahmat Yasin  
NIM : 41619010022  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Laporan Skripsi : Penerapan Pendukung Keputusan Pemasaran Dengan Metode *Analitycal Hierarchy Process* (Ahp) Dan *Technique For Order Of Prefence By Similarity To Ideal Solution* (Topsis) Di Kedai Kopi Canaleaf.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dimas Novrisal, ST, MT (  )  
NIDN : 0422117901 (Dimas Novrisal)

Ketua Penguji : Zulfa Fifi Ikatrinasari, Dr, MT (  )  
NIDN : 0307037202

Anggota Penguji : Atep Afia Hidayat, Ir, M.SI (  )  
NIDN : 031046603

Jakarta, 04 Juni 2023  
Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik



(Dr. Ir Zulfa Fitri Ikatrinasari, M.T.)

Ketua Program Studi Teknik Industri



(Dr. Uly Amrina, S.T., M.M.)

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt yang telah menciptakan semua makhluk, Tuhan yang maha esa bagi seluruh alam semesta, Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw. Berkat rahmat Allah Swt dan Karomah Nabi Muhammad yang menjadi teladan, telah mendorong dan memberi kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini yang berjudul “ Penerapan Pendukung Keputusan Strategi Pemasaran Dengan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dan *Technique For Order Of Prefence By Similarity To Ideal Solution (TOPSIS)* di Kedai Canaleaf”.

Laporan Skripsi ini dikerjakan sebagai syarat kelulusan dan juga mengaplikasikan keilmuan yang telah diperoleh penulis dalam studi Teknik Industri selama perkuliahan. Laporan Skripsi ini juga dapat bermanfaat dan dijadikan sumber wawasan baru bagi pembacanya.

Dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, saya mengucapkan terimakasih banyak atas bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Uly Amrina, S.T., M.M., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dimas Novrisal, S.T, M.T, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu membimbing penulis dari penentuan topik, hingga penyusunan Laporan Skripsi ini.
5. Kedua Orang Tua, yang telah mendidik, menanamkan serta menjadi teladan dan tidak kenal lelah memberi dukungan moril maupun materil, sehingga sampai saat ini bisa berkuliah dengan baik dan lancar.

6. Akram S.T, selaku Owner dan Ardhika Nugraha, S.T selaku Manager Kedai Kopi Canaleaf yang telah memberi kesempatan penulis untuk menjadikan Kedai Kopi Canaleaf sebagai objek penelitian.
7. Seluruh keluarga penulis, yang terus membimbing dan memberikan dukungan bagi penulis dalam pelaksanaan kerja praktik dan penyusunan Laporan Skripsi.
8. Pihak-pihak yang terus memberikan bantuan, yang tidak bisa penulis tuliskan satu per satu.

Penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penulisan selanjutnya yang lebih baik. Akhir kata, berharap agar laporan ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 09 Juni 2023

Rahmat Yasin



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Yasin  
NIM : 41619010022  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Laporan Skripsi : Penerapan Pendukung Keputusan Strategi Pemasaran Dengan Metode *Analytical Hierarchy Process (Ahp)* Dan *Technique For Order Of Prefence By Similarity To Ideal Solution (Topsis)* Di Kedai Kopi Canaleaf.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Juni 2023

Yang menyatakan,



Rahmat Yasin

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Permasalahan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Konsep dan Teori.....	6
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	6
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	6
2.1.3 Strategi Pemasaran Bauran / 4P.....	7
2.1.4 Pengambilan Keputusan .....	8
2.1.5 <i>Multiple Criteria Decision Making</i> (MCDM) .....	9
2.1.7 Tahapan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) .....	12
2.1.8 Perhitungan Matematis Metode AHP .....	13
2.1.9 <i>Technique For Order Of Prefence By Similarity To Ideal Solution</i> (TOPSIS) .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18



2.3	Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Jenis Data dan Informasi.....	25
3.2.1	Data Primer .....	25
3.2.2	Data Sekunder .....	26
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4	Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	28
3.5	Langkah-langkah Penelitian.....	29
BAB IV PEMBAHASAN.....		31
4.1	Pengumpulan Data .....	31
4.1.1	Hasil Penyebaran Kuisisioner AHP.....	34
4.1.2	Hasil Kuisisioner TOPSIS .....	35
4.2	Pengolahan Data .....	36
4.2.1	Hierarki Pemilihan Strategi Pemasaran .....	36
4.2.2	Pembobotan Kriteria menggunakan metode AHP .....	38
4.2.3	Pemilihan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode TOPSIS .....	54
4.3	Analisa dan Pembahasan.....	59
4.3.1	Analisa dan Pembahasan Pembobotan Kriteria dan Subkriteria. ....	61
4.3.2	Analisis dan Pembahasan Pemilihan Strategi Pemasaran.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		66
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA .....		68
LAMPIRAN.....		71

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 Tingkat Kepentingan.....	11
Tabel 2. 3 <i>Consistency Index</i> .....	15
Tabel 2. 4 Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Kriteria dan Sub Kriteria.....	26
Tabel 3. 2 Alternatif Strategi.....	28
Tabel 4. 1 Nama-nama Responden .....	32
Tabel 4. 2 Kriteria dan Sub kriteria.....	32
Tabel 4. 3 Alternatif Strategi.....	33
Tabel 4. 4 Rata-rata Perbandingan Kriteria.....	34
Tabel 4. 5 Rata-Rata Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria 1).....	34
Tabel 4. 6 Rata-Rata Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria 2).....	34
Tabel 4. 7 Rata-Rata Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria 3).....	35
Tabel 4. 8 Rata-Rata Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria 4).....	35
Tabel 4. 9 Rata-Rata Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria 5).....	35
Tabel 4. 10 Rata-rata penilaian Sub kriteria terhadap alterntif Strategi.....	35
Tabel 4. 11 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Responden Owner .....	38
Tabel 4. 12 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Responden Manager ...	39
Tabel 4. 13 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Responden Head Bar ..	39
Tabel 4. 14 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria .....	39
Tabel 4. 15 Matriks perbandingan berpasangan sub kriteria K1 (Owner).....	39
Tabel 4. 16 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria K1 (Manager).....	40
Tabel 4. 17 Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria K1 (Head Bar).....	40
Tabel 4. 18 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K1 .....	40
Tabel 4. 19 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K2 (Owner) .....	40
Tabel 4. 20 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K2 (Manager).....	40
Tabel 4. 21 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K2 (Head Bar) .....	41
Tabel 4. 22 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K2 .....	41

Tabel 4. 23 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K3 (Owner) .....	41
Tabel 4. 24 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K3 (Manager) .....	41
Tabel 4. 25 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K3 (Head Bar) .....	41
Tabel 4. 26 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K3 .....	42
Tabel 4. 27 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K4 (Owner) .....	42
Tabel 4. 28 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K4 (Manager) .....	42
Tabel 4. 29 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K4 (Head Bar) .....	42
Tabel 4. 30 Rataan geometris Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K4 .....	42
Tabel 4. 31 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K5 (Owner) .....	42
Tabel 4. 32 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K5 (Manager) .....	43
Tabel 4. 33 Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria K5 (Head Bar) .....	43
Tabel 4. 34 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Berpasangan Subkriteria K5 .....	43
Tabel 4. 35 Rataan geometris Matriks perbandingan berpasangan.....	43
Tabel 4. 36 Normalisasi kriteria.....	43
Tabel 4. 37 Rataan Geometris Matriks perbandingan Sub kriteria (Kriteria K1) .	45
Tabel 4. 38 Matriks normalisasi sub kriteria (Kriteria K1).....	45
Tabel 4. 39 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Berpasangan Sub Kriteria (K2) .....	47
Tabel 4. 40 Matriks Normalisasi Kriteria .....	47
Tabel 4. 41 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria K3)	48
Tabel 4. 42 Matriks Normalisasi Sub Kriteria (Kriteria K3) .....	49
Tabel 4. 43 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria K4)	50
Tabel 4. 44 Matriks Normalisasi Sub Kriteria (Kriteria K4) .....	50
Tabel 4. 45 Rataan Geometris Matriks Perbandingan Sub Kriteria (Kriteria K5)	51
Tabel 4. 46 Matriks Normalisasi Sub Kriteria (Kriteria K5) .....	52
Tabel 4. 47 Bobot Keseluruhan.....	53
Tabel 4. 48 Rataan Penilaian Strategi .....	54
Tabel 4. 49 Normalisasi Matriks Rating Keputusan .....	55

Tabel 4. 50 Rating Bobot Ternormalisasi .....	56
Tabel 4. 51 Matriks Solusi Ideal .....	57
Tabel 4. 52 Jarak Solusi Ideal .....	58
Tabel 4. 53 Nilai preferensi strategi .....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Hirarki Analytical Hierarchy Process</i> .....	11
Gambar 2. 2 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	13
Gambar 2. 3 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	14
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Logo Kedai Canaleaf.....	31
Gambar 4. 2 Hierarki Pemilihan Strategi Pemasaran.....	38
Gambar 4. 3 Bobot Kriteria.....	61
Gambar 4. 4 Bobot Sub kriteria .....	62
Gambar 4. 5 Bobot Global .....	63
Gambar 4. 6 Peringkat Prioritas Strategi Pemasaran .....	64

