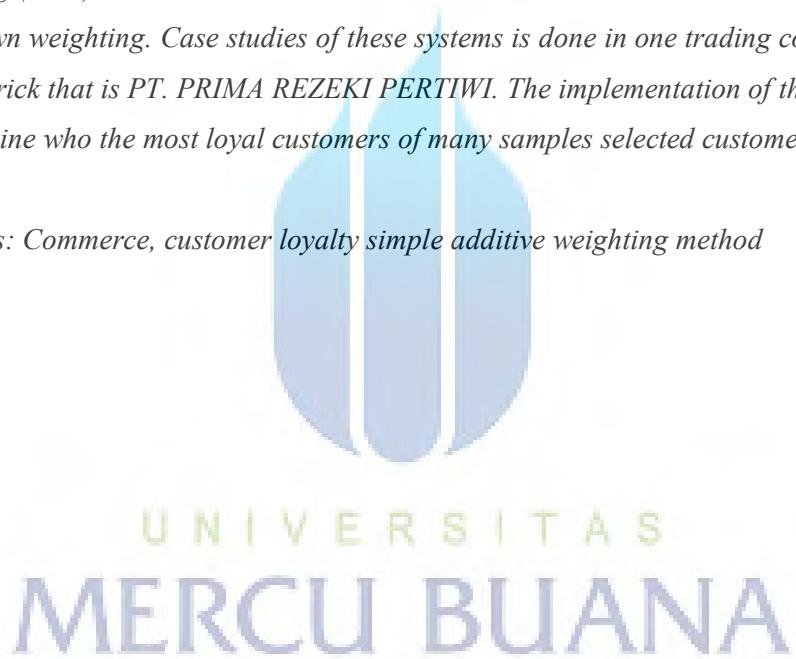


ABSTRACT

Commerce is a profitable relationship between both parties that the buyer and seller. The fact that there is in the field said that the company is more oriented to acquire new customers, but does not focus on the loss of customers (loss of customers). Though variable customer satisfaction very positive and significant influence on customer loyalty. And of course also affect the existence of the company itself. Therefore, companies should keep existing customers by giving awards such as "the most loyal customers" in this case the author makes an analysis system to determine customer loyalty using the Simple Additive Weighting (SAW) in this method there are several criteria that is used is in every criteria of has its own weighting. Case studies of these systems is done in one trading company engaged in light brick that is PT. PRIMA REZEKI PERTIWI. The implementation of this system is able to determine who the most loyal customers of many samples selected customers.

Keywords: Commerce, customer loyalty simple additive weighting method



ABSTRAK

Perdagangan adalah hubungan yang menguntungkan antara kedua belah pihak yaitu pembeli dan penjual. Fakta yang ada dilapangan menyebutkan bahwa perusahaan lebih berorientasi untuk memperoleh pelanggan baru namun tidak berfokus pada kehilangan pelanggan (*loss of customer*). Padahal variabel kepuasan pelanggan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan tentunya berpengaruh juga terhadap eksistensi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu perusahaan sebaiknya menjaga pelanggan yang ada dengan membeberikan penghargaan seperti “*the most loyal customer*” dalam hal ini penulis membuat analisa sistem untuk menentukan loyalitas pelanggan menggunakan metode *Simple Additive Weighting (SAW)* dalam metode ini ada beberapa kriteria yang digunakan yaitu pada setiap kriteria memiliki bobot tersendiri. Bobot yang telah diberikan berfungsi untuk memprioritaskan kriteria mana yang lebih diunggulkan. Setelah nilai yang telah ada dimasukkan kedalam rumus *simple additive weighting* akan menghasilkan nilai prioritas tertinggi pada semua konsumen. Studi kasus dari sistem ini dilakukan pada salah satu perusahaan dagang yang bergerak dibidang bataringan yaitu PT. PRIMA REZEKI PERTIWI. Hasil penerapan dari sistem ini adalah yang bisa menentukan siapa pelanggan paling loyal dari sekian banyak sampel pelanggan yang terpilih.

Kata kunci : Perdagangan, Loyalitas Pelanggan metode *simple additive weighting*

