

## BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

### 4.1 Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung untuk kemudian dilakukan pengolahan data. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah penilaian pakar (*expert judgment*) dengan menggunakan tingkatan skala prioritas untuk proses pembobotan. Dalam melakukan pembobotan digunakan metode ANP. Metode ANP ini dapat dilihat pada kuesioner yaitu dengan adanya perbandingan berpasangan pada tiap-tiap perspektif dan strategi objek. Sedangkan Data sekunder adalah data yang digunakan sebagai pendukung data-data primer yang telah didapatkan. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan jenis paket indihome.

#### 4.1.1 Profil Perusahaan

PT. Telkom Indonesia adalah Suatu Badan Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa Telekomunikasi. PT Telkom Indonesia Pekanbaru menyediakan sarana dan jasa layanan telekomunikasi dan informasi kepada masyarakat luas sampai ke pelosok daerah di seluruh Indonesia. Sejarah PT. Telkom di Indonesia pertama kali berawal dari sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf yang didirikan kolonial Belanda pada tahun 1882. Pada tahun 1905 pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan telekomunikasi sebanyak tiga puluh delapan perusahaan. Kemudian pada tahun 1906 pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (*Post, Telegraph en Telephone Dienst* atau PTT).

Pada tahun 1961 status jawatan diubah menjadi perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965 pemerintah memisahkannya menjadi perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Pada tahun 1974

Perusahaan Negara Telekomunikasi disesuaikan menjadi perusahaan umum Telekomunikasi (PERUMTEL) yang menyelenggarakan jasa Telekomunikasi Nasional dan Internasional. Pada tahun 1980 Indonesia mendirikan suatu badan usaha untuk jasa Telekomunikasi Internasional yang bernama PT. Indonesian Satellite Corporation (INDOSAT) yang terpisah dari PERUMTEL. Pada tahun 1989 pemerintah Indonesia mengeluarkan UU No.3/1989 mengenai Telekomunikasi, yang isinya tentang peran swasta dalam penyelenggaraan Telekomunikasi. Pada tahun 1991 PERUMTEL berubah bentuk menjadi perusahaan perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No.25/1991 sampai sekarang. Perubahan di lingkungan PT. Telkom Indonesia, Tbk terus berlanjut mulai dari perusahaan jawatan sampai perusahaan publik. Perubahan-perubahan besar terjadi pada tahun 1995 meliputi restrukturisasi internal, kerjasama internal, intial publik offering (IPO).

Jenis usaha PT. Telkom Indonesia adalah penyelenggara jasa telekomunikasi dalam negeri dan bidang usaha terkait seperti jasa sistem Telepon Bergerak ( STBS ) sirkuit pelanggan, teleks, penyewaan transponder satelit, VSAT (*Very Small Aperture Terminal*) dan jasa nilai tambah tertentu. Pada tanggal 1 Juli 1995 organisasi PT. Telkom Indonesia, Tbk berhasil menrekstruktur jenis jasa telekomunikasi menjadi tujuh divisi *regional* dan satu divisi *network* yang keduanya mengelola bidang usaha utama. Divisi *regional* sebagai pengganti struktur WITEL yang memiliki daerah teritorial tertentu, namun hanya menyelenggarakan jasa telepon lokal dan mendapat bagian dari jasa SLJJ dan SLI. Divisi *network* menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh. Unit-unit bisnis PT. Telkom Indonesia terdiri dari divisi, *centre*, yayasan, dan anak perusahaan.

Tahun 2001, Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia, yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dengan Indosat. Dengan transaksi ini, telkom menguasai 72,72% saham telkomsel. Telkom membeli 90,32% saham Dayamitra dan mengkonsolidasikan laporan keuangan Dayamitra ke dalam laporan keuangan Telkom.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tahun 2002 Telkom membeli seluruh saham Pramindo melalui 3 tahap, yaitu 30% saham pada saat ditandatanganinya perjanjian jual-beli pada tanggal 15 Agustus 2002, 15% pada tanggal 30 September 2003 dan sisa 55% saham pada tanggal 31 Desember 2004. Telkom menjual 12,72% saham Telkomsel kepada Singapore Telecom, dan dengan demikian Telkom memiliki 65% saham Telkomsel. Sejak Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal.

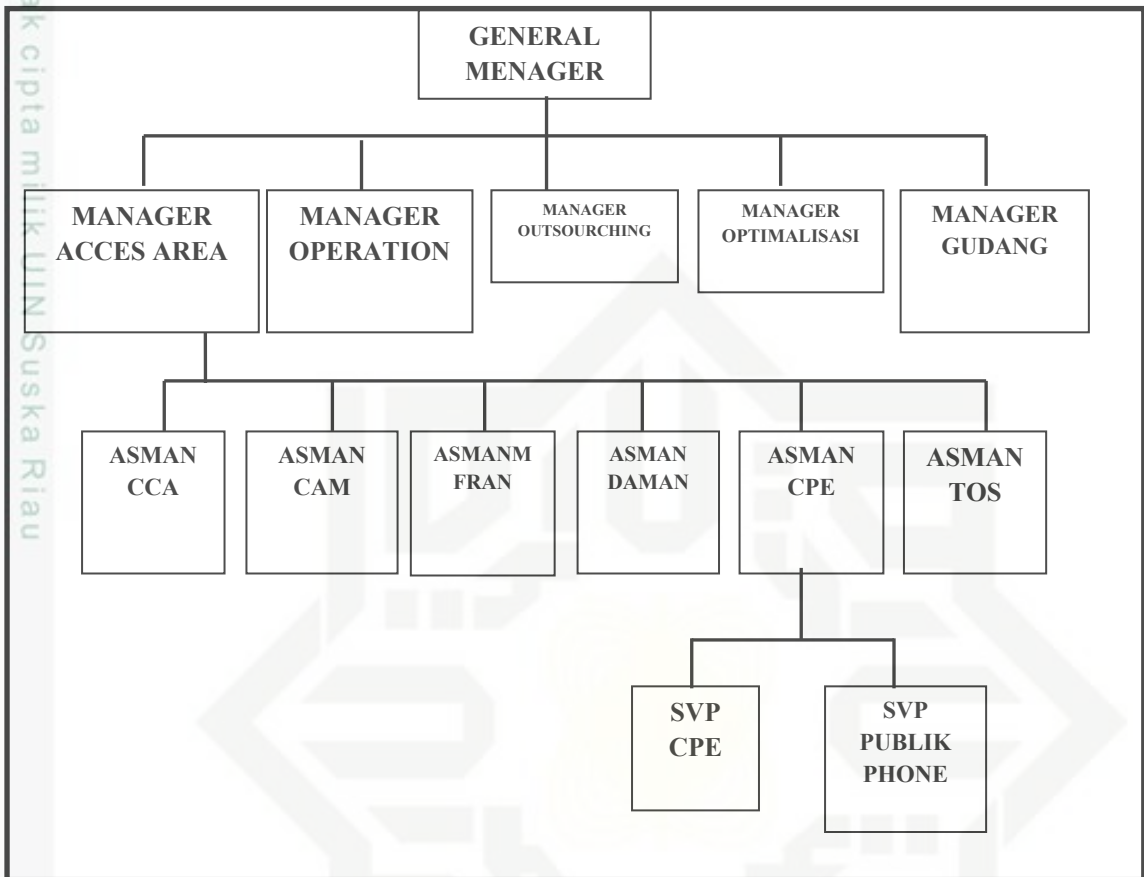
#### 4.1.2 Visi dan Misi PT. Telkom Indonesia Pekanbaru

Visi dari PT. Telkom Indonesia Pekanbaru yaitu PT. Telkom Indonesia Pekanbaru berusaha untuk menempatkan diri sebagai perusahaan InfoCom terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik. Sedangkan misi dari PT. Telkom Indonesia Pekanbaru yaitu :

1. PT. TELKOM Indonesia Pekanbaru berupaya memberikan pelayanan *One Stop InfoCom* yang berkualitas tinggi dengan menetapkan *system management modern* yang dominan pada kepuasan para pelanggan dengan harga yang kompetitif.
2. Telkom Indonesia Pekanbaru memberikan layanan yang terbaik dengan mengoptimalkan SDM yang unggul melalui manajemen modern (TQM) dan melakukan setiap kegiatan dengan teknologi yang bersifat komputerisasi.
3. Melakukan kerja sama dengan *Share Holder* (pemegang saham) yang saling menguntungkan secara *Win-win solution* melalui *Business partner* yang sinergi.

### 4.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi pada PT. Telkom adalah sebagai berikut:



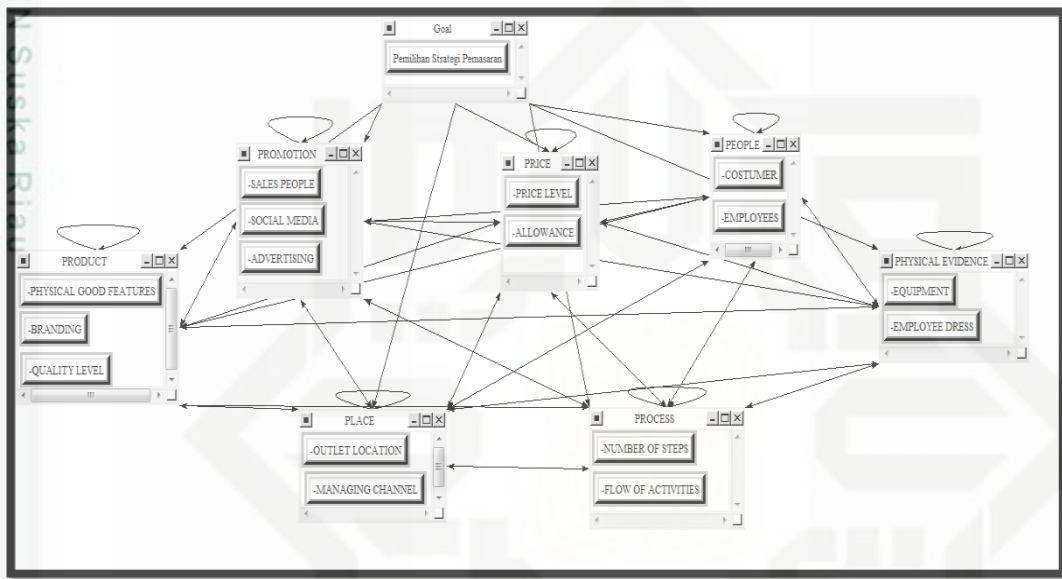
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Telkom Pekanbaru, 2016  
(Sumber: PT. Telkom Pekanbaru, 2016)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 4.2 Pengolahan Data

### 4.2.1 Desain *Network* Kriteria Pemasaran PT. Telkom Pekanbaru

Desain *network* kriteria pemasaran ini didasari konsep 7P dalam *marketing mix*. Hubungan antar kriteria pemasaran dibuat berdasarkan penilaian pakar pemasaran PT. Telkom Pekanbaru. Desain *Network* kriteria pemasaran ini dibuat dengan menggunakan *software super decisions versions 2.0.8*. Desain *network* kriteria pemasaran dapat dilihat pada Gambar 4.2



Gambar 4.2 Desain *Network* Kriteria Pemasaran Indihome, 2016  
 (Sumber: PT. Telkom Pekanbaru, 2016)

### 4.2.2 Matriks Berpasangan

Matriks berpasangan diperoleh dari hasil kuesioner ANP yang diberikan kepada pakar pemasaran di PT. Telkom Pekanbaru, hasil perbandingan berpasangan seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Teknik Pemasaran Responden 1

|   | A   | B | C   | D   | E   | F   | G   |
|---|-----|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| A | 1   | 4 | 3   | 1   | 5   | 3   | 3   |
| B | 1/4 | 1 | 1/3 | 1/3 | 1/5 | 1/4 | 1/9 |
| C | 1/3 | 3 | 1   | 5   | 4   | 3   | 5   |
| D | 1   | 3 | 1/5 | 1   | 2   | 4   | 5   |
| E | 1/5 | 5 | 1/4 | 1/2 | 1   | 1   | 5   |
| F | 1/3 | 4 | 1/3 | 1/4 | 1   | 1   | 9   |
| G | 1/3 | 9 | 1/5 | 1/5 | 1/5 | 1/9 | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.2 Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Teknik Pemasaran Responden 2

|   | A   | B | C   | D   | E   | F   | G   |
|---|-----|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| A | 1   | 6 | 1   | 3   | 5   | 4   | 3   |
| B | 1/6 | 1 | 1/5 | 1/3 | 1/5 | 1/7 | 1/9 |
| C | 1   | 5 | 1   | 3   | 3   | 1   | 5   |
| D | 1/3 | 3 | 1/3 | 1   | 3   | 5   | 3   |
| E | 1/5 | 5 | 1/3 | 1/3 | 1   | 3   | 1/5 |
| F | 1/4 | 7 | 1   | 1/5 | 1/3 | 1   | 1/5 |
| G | 1/3 | 9 | 1/5 | 1/3 | 5   | 5   | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.3 Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Teknik Pemasaran Responden 3

|   | A   | B | C   | D   | E   | F   | G   |
|---|-----|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| A | 1   | 5 | 3   | 1/2 | 4   | 4   | 1   |
| B | 1/5 | 1 | 1/5 | 1/7 | 1/2 | 1/4 | 1/7 |
| C | 1/3 | 5 | 1   | 3   | 2   | 3   | 2   |
| D | 2   | 7 | 1/3 | 1   | 4   | 5   | 5   |
| E | 1/4 | 2 | 1/2 | 1/4 | 1   | 2   | 1/3 |
| F | 1/4 | 4 | 1/3 | 1/5 | 1/2 | 1   | 1/5 |
| G | 1   | 7 | 1/2 | 1/5 | 3   | 5   | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.4 Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Teknik Pemasaran Responden 4

|   | A   | B | C   | D   | E   | F   | G   |
|---|-----|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| A | 1   | 5 | 3   | 1   | 3   | 3   | 1   |
| B | 1/5 | 1 | 1/5 | 1/3 | 1/3 | 1/7 | 1/9 |
| C | 1/3 | 5 | 1   | 7   | 2   | 3   | 1   |
| D | 1   | 3 | 1/7 | 1   | 3   | 5   | 3   |
| E | 1/3 | 3 | 1/2 | 1/3 | 1   | 5   | 1/3 |
| F | 1/3 | 7 | 1/3 | 1/5 | 1/5 | 1   | 1/5 |
| G | 1   | 9 | 1   | 1/3 | 3   | 5   | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.5 Rekapitulasi Kuesioner Kriteria Teknik Pemasaran Responden 5

|   | A   | B | C   | D   | E   | F   | G   |
|---|-----|---|-----|-----|-----|-----|-----|
| A | 1   | 6 | 3   | 1   | 5   | 5   | 5   |
| B | 1/6 | 1 | 1/5 | 1/5 | 1/8 | 1/3 | 1/5 |
| C | 1/3 | 5 | 1   | 1   | 3   | 4   | 3   |
| D | 1   | 5 | 1   | 1   | 3   | 2   | 3   |
| E | 1/5 | 8 | 1/3 | 1/3 | 1   | 3   | 1/5 |
| F | 1/5 | 3 | 1/4 | 1/2 | 1/3 | 1   | 1/7 |
| G | 1/5 | 5 | 1/3 | 1/3 | 5   | 7   | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Keterangan:

A: *Product*

B: *Place*

C : *Promotion*

D : *Price*

E : *People*

F : *Physical Evidence*

G : *Process*

Dibawah ini adalah hasil penilaian pakar terhadap masing-masing alternatif dari tiap-tiap kriteria. Penilaian alternatif *product* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Penilaian Alternatif Kriteria Produk Responden 1

|   | A | B   | C   |
|---|---|-----|-----|
| A | 1 | 1/7 | 1/3 |
| B | 7 | 1   | 7   |
| C | 3 | 1/7 | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.7 Penilaian Alternatif Kriteria Produk Responden 2

|   | A | B   | C   |
|---|---|-----|-----|
| A | 1 | 1/3 | 1/3 |
| B | 3 | 1   | 9   |
| C | 3 | 1/9 | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.8 Penilaian Alternatif Kriteria Produk Responden 3

|   | A | B   | C |
|---|---|-----|---|
| A | 1 | 1/5 | 1 |
| B | 5 | 1   | 5 |
| C | 1 | 1/5 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.9 Penilaian Alternatif Kriteria Produk Responden 4

|   | A | B   | C |
|---|---|-----|---|
| A | 1 | 1/5 | 1 |
| B | 5 | 1   | 9 |
| C | 1 | 1/9 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.10 Penilaian Alternatif Kriteria Produk Responden 5

|   | A | B   | C |
|---|---|-----|---|
| A | 1 | 1/5 | 1 |
| B | 5 | 1   | 9 |
| C | 1 | 1/9 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Keterangan:

A: *Physical Good Features*

B: *Quality Level*

C: *Branding*

Dibawah ini adalah hasil penilaian pakar terhadap alternatif kriteria *place*.

Penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Penilaian Alternatif Kriteria *Place* Responden 1

|   | A | B |
|---|---|---|
| A | 1 | 1 |
| B | 1 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.12 Penilaian Alternatif Kriteria *Place* Responden 2

|   | A | B   |
|---|---|-----|
| A | 1 | 1/3 |
| B | 3 | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.13 Penilaian Alternatif Kriteria *Place* Responden 3

|   | A   | B |
|---|-----|---|
| A | 1   | 3 |
| B | 1/3 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.14 Penilaian Alternatif Kriteria *Place* Responden 4

|   | A   | B |
|---|-----|---|
| A | 1   | 3 |
| B | 1/3 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.15 Penilaian Alternatif Kriteria *Place* Responden 5

|   | A | B |
|---|---|---|
| A | 1 | 1 |
| B | 1 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)



Keterangan:

A: *Outlet Location*

B: *Managing Channel*

Dibawah ini adalah hasil penilaian pakar terhadap alternatif kriteria promotion. Penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Penilaian Alternatif Kriteria *Promotion* Responden 1

|   | A   | B | C |
|---|-----|---|---|
| A | 1   | 3 | 1 |
| B | 1/3 | 1 | 1 |
| C | 1   | 1 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.17 Penilaian Alternatif Kriteria *Promotion* Responden 2

|   | A | B   | C |
|---|---|-----|---|
| A | 1 | 1/5 | 1 |
| B | 5 | 1   | 1 |
| C | 1 | 1   | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.18 Penilaian Alternatif Kriteria *Promotion* Responden 3

|   | A   | B | C |
|---|-----|---|---|
| A | 1   | 5 | 3 |
| B | 1/5 | 1 | 1 |
| C | 1/3 | 1 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.19 Penilaian Alternatif Kriteria *Promotion* Responden 4

|   | A   | B | C |
|---|-----|---|---|
| A | 1   | 2 | 2 |
| B | 1/2 | 1 | 1 |
| C | 1/2 | 1 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.20 Penilaian Alternatif Kriteria *Promotion* Responden 5

|   | A | B | C   |
|---|---|---|-----|
| A | 1 | 1 | 1   |
| B | 1 | 1 | 1/3 |
| C | 1 | 3 | 1   |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Keterangan:

A: *Sales People*

B: *Advertising*

C: *Social Media*

Dibawah ini adalah hasil penilaian pakar terhadap alternatif kriteria *price*.

Penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21 Penilaian Alternatif Kriteria *Price* Responden 1

|   | A   | B |
|---|-----|---|
| A | 1   | 5 |
| B | 1/5 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.22 Penilaian Alternatif Kriteria *Price* Responden 2

|   | A   | B |
|---|-----|---|
| A | 1   | 3 |
| B | 1/3 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.23 Penilaian Alternatif Kriteria *Price* Responden 3

|   | A   | B |
|---|-----|---|
| A | 1   | 3 |
| B | 1/3 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.24 Penilaian Alternatif Kriteria *Price* Responden 4

|   | A   | B |
|---|-----|---|
| A | 1   | 5 |
| B | 1/5 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.25 Penilaian Alternatif Kriteria *Price* Responden 5

|   | A   | B |
|---|-----|---|
| A | 1   | 3 |
| B | 1/3 | 1 |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Keterangan:

A: *Price Level*

B: *Allowance*

Dibawah ini adalah hasil penilaian pakar terhadap alternatif kriteria *people*. Penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26 Penilaian Alternatif Kriteria *People* Responden 1

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 1        |
| <b>B</b> | 1        | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.27 Penilaian Alternatif Kriteria *People* Responden 2

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 9        |
| <b>B</b> | 1/9      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.28 Penilaian Alternatif Kriteria *People* Responden 3

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 9        |
| <b>B</b> | 1/9      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.29 Penilaian Alternatif Kriteria *People* Responden 4

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 9        |
| <b>B</b> | 1/9      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.30 Penilaian Alternatif Kriteria *People* Responden 5

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 3        |
| <b>B</b> | 1/3      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Keterangan:

A: *Costumer*

B: *Employees*

Dibawah ini adalah hasil penilaian pakar terhadap alternatif kriteria *Process*. Penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.31 Penilaian Alternatif Kriteria *Process* Responden 1

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 1/2      |
| <b>B</b> | 2        | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.32 Penilaian Alternatif Kriteria *Process* Responden 2

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 3        |
| <b>B</b> | 1/3      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.33 Penilaian Alternatif Kriteria *Process* Responden 3

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 1        |
| <b>B</b> | 1        | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.34 Penilaian Alternatif Kriteria *Process* Responden 4

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 1        |
| <b>B</b> | 1        | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.35 Penilaian Alternatif Kriteria *Process* Responden 5

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 1        |
| <b>B</b> | 1        | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Keterangan:

A: *Number of Steps*

B: *Flow of Activities*

Dibawah ini adalah hasil penilaian pakar terhadap alternatif kriteria *Physical evidence*. Penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.36 Penilaian Alternatif Kriteria *Physical Evidence* Responden 1

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 3        |
| <b>B</b> | 1/3      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.37 Penilaian Alternatif Kriteria *Physical Evidence* Responden 2

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 3        |
| <b>B</b> | 1/3      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.38 Penilaian Alternatif Kriteria *Physical Evidence* Responden 3

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 4        |
| <b>B</b> | 1/4      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.39 Penilaian Alternatif Kriteria *Physical Evidence* Responden 4

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 4        |
| <b>B</b> | 1/4      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Tabel 4.40 Penilaian Alternatif Kriteria *Physical Evidence* Responden 5

|          |          |          |
|----------|----------|----------|
|          | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b> | 1        | 5        |
| <b>B</b> | 1/5      | 1        |

Sumber: Pengumpulan Data (2016)

Keterangan:

A: *Equipment*

B: *Employee Dress*

#### 4.2.3 Perhitungan Rata-rata Pembobotan Kriteria dan Subkriteria

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk masing-masing kriteria adalah dengan menggunakan rata-rata geometrik. Nilai rata-rata geometrik ini dianggap sebagai hasil penilaian kelompok dari nilai-nilai yang diberikan oleh 5 orang responden.

Berikut ini adalah contoh perhitungan rata-rata geometrik untuk kriteria A (*Product*) dengan B (*Place*):

Responden 1 : 4

Responden 2 : 6

Responden 3 : 5

Responden 4 : 5

Responden 5 : 6

Maka rata-rata geometriknya adalah

$$= \sqrt[5]{4 \times 6 \times 5 \times 5 \times 6} = 5,1435$$

Dengan cara yang sama, rata-rata geometrik setiap kriteria teknik pemasaran dapat dicari, dapat dilihat pada Tabel 4.41 berikut:

Tabel 4.41 Rata-rata Geometris Kriteria Teknik Pemasaran

|  |          |          |          |          |          |          |          |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|  | <b>A</b> | <b>B</b> | <b>C</b> | <b>D</b> | <b>E</b> | <b>F</b> | <b>G</b> |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|

|               |        |         |        |        |         |         |         |
|---------------|--------|---------|--------|--------|---------|---------|---------|
| <b>A</b>      | 1      | 5,1435  | 2,4082 | 1,0845 | 4,3173  | 3,728   | 2,1411  |
| <b>B</b>      | 0,1944 | 1       | 0,2215 | 0,254  | 0,2422  | 0,2117  | 0,1314  |
| <b>C</b>      | 0,4152 | 4,5144  | 1      | 3,1598 | 2,7019  | 2,5508  | 2,724   |
| <b>D</b>      | 0,9221 | 3,9362  | 0,3165 | 1      | 2,9301  | 3,981   | 3,6801  |
| <b>E</b>      | 0,2316 | 4,129   | 0,0167 | 0,3413 | 1       | 2,4595  | 0,467   |
| <b>F</b>      | 0,2682 | 4,7237  | 0,028  | 0,2511 | 0,4066  | 1       | 0,4003  |
| <b>G</b>      | 0,467  | 7,6095  | 0,367  | 0,2717 | 2,1411  | 2,4978  | 1       |
| <b>jumlah</b> | 3,4985 | 31,0563 | 4,3579 | 6,3624 | 13,7392 | 16,4288 | 10,5439 |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk kriteria *product* dapat dilihat pada Tabel 4.42 dibawah ini.

Tabel 4.42 Rata-rata Geometris Kriteria Produk

|               |          |          |          |
|---------------|----------|----------|----------|
|               | <b>A</b> | <b>B</b> | <b>C</b> |
| <b>A</b>      | 1        | 0,207    | 0,6444   |
| <b>B</b>      | 4,8286   | 1        | 7,6095   |
| <b>C</b>      | 1,5518   | 0,1314   | 1        |
| <b>jumlah</b> | 7,3804   | 1,3384   | 9,2539   |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk kriteria *place* dapat dilihat pada Tabel 4.43 dibawah ini.

Tabel 4.43 Rata-rata Geometris Kriteria Place

|               |          |          |
|---------------|----------|----------|
|               | <b>A</b> | <b>B</b> |
| <b>A</b>      | 1        | 1,2457   |
| <b>B</b>      | 0,8027   | 1        |
| <b>jumlah</b> | 1,8027   | 2,2457   |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk kriteria *promotion* dapat dilihat pada Tabel 4.44 berikut.

Tabel 4.44 Rata-rata Geometris Kriteria Promotion

|               |          |          |          |
|---------------|----------|----------|----------|
|               | <b>A</b> | <b>B</b> | <b>C</b> |
| <b>A</b>      | 1        | 1,4309   | 1,4309   |
| <b>B</b>      | 0,6988   | 1        | 0,8027   |
| <b>C</b>      | 0,6988   | 1,2457   | 1        |
| <b>jumlah</b> | 2,3976   | 3,6766   | 3,2336   |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk kriteria *price* dapat dilihat pada Tabel 4.45 dibawah ini.

Tabel 4.45 Rata-rata Geometris Kriteria *Price*

|               | A      | B      |
|---------------|--------|--------|
| A             | 1      | 3,6801 |
| B             | 0,2717 | 1      |
| <b>jumlah</b> | 1,2717 | 4,6801 |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk kriteria *people* dapat dilihat pada Tabel 4.46 di bawah ini.

Tabel 4.46 Rata-rata Geometris Kriteria *People*

|               | A      | B      |
|---------------|--------|--------|
| A             | 1      | 4,6555 |
| B             | 0,2148 | 1      |
| <b>jumlah</b> | 1,2148 | 5,6555 |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk kriteria *physical evidence* dapat dilihat pada Tabel 4.47 sebagai berikut:

Tabel 4.47 Rata-rata Geometris Kriteria *Physical Evidence*

|               | A      | B     |
|---------------|--------|-------|
| A             | 1      | 3,728 |
| B             | 0,2682 | 1     |
| <b>jumlah</b> | 1,2682 | 4,728 |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan rata-rata pembobotan untuk kriteria *process* dapat dilihat pada Tabel 4.48 sebagai berikut:

Tabel 4.48 Rata-rata Geometris Kriteria *Process*

|               | A      | B      |
|---------------|--------|--------|
| A             | 1      | 1,0844 |
| B             | 0,2148 | 1      |
| <b>Jumlah</b> | 1,2148 | 2,0844 |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

#### 4.2.4 Perhitungan Bobot Parsial dan Konsistensi Rasio (CR)

Perhitungan bobot parsial dilakukan untuk mendapatkan suatu nilai bobot yang akan digunakan untuk mengetahui relatif nilai suatu kriteria dengan kriteria lainnya. Konsistensi matriks dihitung untuk melihat apakah jawaban yang diberikan oleh pakar dinilai konsisten atau tidak konsisten. Perhitungan rasio konsistensi menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Perhitungan Rasio Konsistensi  
 = (Matriks Perhitungan Rata-rata Pembobotan) x (Vektor Bobot tiap baris)
- b. Perhitungan Konsistensi Vektor  
 = (Rasio Konsistensi / Bobot Parsial tiap baris)
- c. Rata-rata entri ( $\lambda_{maks}$ )

$$\lambda_{maks} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Konsistensi Vektor}}{n}$$

d. Consistency Index (CI)

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

e. Consistency Ratio (CR)

$$CR = \frac{CI}{\text{Random Consistency Index}}$$

Tabel 4.49 Random Consistency Index

| N  | 1 | 2 | 3    | 4   | 5    | 6    | 7    | 8    | 9    | 10   |
|----|---|---|------|-----|------|------|------|------|------|------|
| RI | 0 | 0 | 0,58 | 0,9 | 1,12 | 1,24 | 1,32 | 1,41 | 1,45 | 1,49 |

Dimana jawaban responden akan konsisten jika  $CR \leq 0,1$  dengan *random index*  $n=7$  adalah 1,32. Setelah melakukan perhitungan jumlah masing-masing elemen pada semua kriteria, berikutnya dibagi masing-masing angka di setiap sel dengan jumlah kolom masing-masing dan menghasilkan matriks normalisasi dimana angka di setiap kolom berjumlah 1 (satu). Sementara bobotnya diperoleh dengan menghitung rata-rata setiap baris yang didapat dengan cara menjumlahkan dan membaginya dengan jumlah data. Misalnya:

$$A_{11} = 1,000 / 3,4985 = 0,2858$$

$$\text{Bobot baris 1} = (0,2858 + 0,1656 + \dots + 0,2030) / 7 = 0,2552$$

Perhitungan ini dilakukan pada setiap sel, sehingga didapatkan rekapitulasi seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.50.

Tabel 4.50 Matriks Normalisasi dan Rata-rata Baris untuk Kriteria



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

|               | A             | B             | C             | D             | E             | F             | G             | Bobot         |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| A             | 0,2858        | 0,1656        | 0,5526        | 0,1705        | 0,3142        | 0,2269        | 0,2031        | <b>0,2741</b> |
| B             | 0,0556        | 0,0322        | 0,0508        | 0,0399        | 0,0176        | 0,0129        | 0,0125        | <b>0,0316</b> |
| C             | 0,1187        | 0,1454        | 0,2259        | 0,4966        | 0,1967        | 0,1553        | 0,2583        | <b>0,2286</b> |
| D             | 0,2636        | 0,1267        | 0,0726        | 0,1572        | 0,2133        | 0,2423        | 0,3490        | <b>0,2035</b> |
| E             | 0,0662        | 0,1330        | 0,0038        | 0,0536        | 0,0728        | 0,1497        | 0,0443        | <b>0,0748</b> |
| F             | 0,0767        | 0,1521        | 0,0064        | 0,0395        | 0,0296        | 0,0609        | 0,0380        | <b>0,0576</b> |
| G             | 0,1335        | 0,2450        | 0,0842        | 0,0427        | 0,1558        | 0,1520        | 0,0948        | <b>0,1297</b> |
| <b>Jumlah</b> | <b>1,0000</b> | <b>1,0000</b> | <b>1,0000</b> | <b>1,0000</b> | <b>1,0000</b> | <b>1,0000</b> | <b>1,0000</b> | <b>1,0000</b> |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Perhitungan Rasio Konsistensi (CR):

|        |        |        |        |        |        |        |          |          |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|----------|
| 1      | 5,1435 | 2,4082 | 1,0845 | 4,3173 | 3,728  | 2,1411 | 0,2741   | 2,0234   |
| 0,1944 | 1      | 0,2215 | 0,254  | 0,2422 | 0,2117 | 0,1314 | 0,0316   | 0,2346   |
| 0,4152 | 4,5144 | 1      | 3,1598 | 2,7019 | 2,55   | 2,724  | 0,2286   | 1,8307   |
| 0,9221 | 3,9362 | 0,3165 | 1      | 2,9301 | 3,981  | 3,6801 | x 0,2035 | = 1,5790 |
| 0,2316 | 4,129  | 0,0167 | 0,3413 | 1      | 2,4595 | 0,467  | 0,0748   | 0,5444   |
| 0,2682 | 4,7237 | 0,028  | 0,2511 | 0,4066 | 1      | 0,4003 | 0,0576   | 0,4204   |
| 0,467  | 7,6095 | 0,367  | 0,2717 | 2,1411 | 2,4978 | 1      | 0,1297   | 0,9417   |

Perhitungan Konsistensi Vektor:

|        |          |          |
|--------|----------|----------|
| 2,0234 | 0,2741   | 7,3820   |
| 0,2346 | 0,0316   | 7,4147   |
| 1,8307 | 0,2286   | 8,0071   |
| 1,5790 | : 0,2035 | = 7,7578 |
| 0,5444 | 0,0748   | 7,2807   |
| 0,4204 | 0,0576   | 7,3009   |
| 0,9417 | 0,1297   | 7,2583   |

$$\lambda_{\text{maks}} = \frac{7,3820 + 7,4147 + \dots + 7,2583}{7} = 7,4859$$

$$\text{dimana CI} = \frac{7,4859 - 7}{7 - 1} = 0,0810$$

$$\text{CR} = \frac{0,0810}{1,32} = 0,0614$$

karena  $CR \leq 0,1$  maka jawaban responden konsisten. Perhitungan yang sama dilakukan pada semua elemen alternatif dari kriteria. Rekapitulasinya dapat dilihat pada Tabel 4.51

Tabel 4.51 Rekapitulasi Perhitungan CR

| Elemen            | n | CI     | RI   | CR     | Keterangan |
|-------------------|---|--------|------|--------|------------|
| Kriteria          | 7 | 0,0810 | 1,32 | 0,0614 | Konsisten  |
| Produk            | 3 | 0,0457 | 0,58 | 0,0787 | Konsisten  |
| Place             | 2 | -      | -    | -      | 2 Elemen   |
| Promotion         | 3 | 0,0026 | 0,58 | 0,0046 | Konsisten  |
| Price             | 2 | -      | -    | -      | 2 Elemen   |
| People            | 2 | -      | -    | -      | 2 Elemen   |
| Physical Evidence | 2 | -      | -    | -      | 2 Elemen   |
| Process           | 2 | -      | -    | -      | 2 Elemen   |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Dari Tabel 4.51 dapat dilihat bahwa ada beberapa elemen tidak dilakukan perhitungan, hal ini karena hanya ada dua elemen dalam alternatif tersebut sehingga tidak diperlukan perhitungan konsistensi. Dari Tabel 4.51 juga dapat disimpulkan bahwa semua jawaban pakar terhadap kriteria maupun alternatif adalah konsisten.

#### 4.2.5 Penyusunan Supermatriks *Analytical Network Process* (ANP)

Supermatriks ANP dihitung dalam 3 langkah:

1. *Unweighted Supermatrix* (Supermatriks tanpa pembobotan), dibuat secara langsung dari semua prioritas lokal yang berasal dari perbandingan berpasangan antar elemen yang mempengaruhi satu sama lain.
2. *Weighted Supermatrix* (Supermatriks berbobot), dihitung dengan mengalikan nilai dari supermatriks tanpa pembobotan dengan bobot *cluster* yang terkait.
3. Komposisi dari *Limiting Supermatrix* (supermatriks terbatas), dibuat dengan meningkatkan supermatriks berbobot sampai stabil. Stabilisasi dicapai ketika semua kolom dalam supermatriks yang sesuai untuk setiap node memiliki nilai yang sama. Langkah-langkah ini dilakukan

dalam *software super decisions version 2.0.8*. Hasil perhitungan supermatriks dapat dilihat pada lampiran A-1.

Pada *limit* supermatriks nilai bobot setiap baris sudah sama, artinya supermatriks dalam keadaan stabil. Nilai bobot supermatriks yang memiliki persentase terbesar akan dijadikan bahan dalam perhitungan TOPSIS sebagai dasar bobot pemilihan teknik pemasaran terbaik. Dari hasil pengolahan ANP (*supermatrix*) dihitung bobot kriteria terbaik dengan melihat bobot *goal* terhadap masing-masing kriteria. Kemudian bobot tersebut diberi *ranking*. Tabulasi *ranking* dapat dilihat pada Tabel 4.52

Tabel 4.52 Tabulasi *Ranking* Kriteria Teknik Pemasaran

| Kriteria | Bobot  | Persentase | Peringkat |
|----------|--------|------------|-----------|
| A        | 0,1782 | 17,90%     | II        |
| B        | 0,1090 | 10,95%     | VII       |
| C        | 0,1794 | 18,02%     | I         |
| D        | 0,1493 | 14,99%     | III       |
| E        | 0,1219 | 12,24%     | V         |
| F        | 0,1144 | 11,49%     | VI        |
| G        | 0,1436 | 14,42%     | IV        |
|          | 0,9958 | 100,00%    |           |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Dari hasil pada Tabel 4.55 dapat dilihat bahwa kriteria dengan persentase tertinggi adalah kriteria C yaitu *Promotion*, artinya promosi menjadi pilihan terbaik menurut pakar jika dibandingkan dengan berbagai pilihan kriteria lainnya. Tetapi informasi ini masih belum cukup dalam pengambilan keputusan pemasaran. Bentuk promosi seperti apa yang akan dilakukan oleh pihak manajemen belum jelas. Oleh karena itu, melalui penilaian pakar alternatif dari kriteria promosi dirumuskan agar dapat menjadi bentuk promosi yang memberikan *feedback* terbaik. Pemilihan alternatif ini menggunakan metode TOPSIS karena menggunakan prinsip bahwa alternatif yang terpilih harus mempunyai jarak terdekat dari solusi ideal positif dan terjauh dari solusi ideal negatif.

#### 4.2.6 *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS)

TOPSIS membutuhkan *Rating* kinerja setiap alternatif  $A_i$  pada setiap kriteria  $C_i$  yang ternormalisasi. *Rating* kinerja ini didapatkan dari hasil perhitungan berikut:

Tabel 4.56 Matriks ternormalisasi R

$$R = \begin{bmatrix} 0,5298 & 0,7071 & 0,7453 & 0,5571 & 0,7276 & 0,7428 & 0,8111 \\ 0,5298 & 0,4243 & 0,5962 & 0,7428 & 0,4851 & 0,3714 & 0,3244 \\ 0,6623 & 0,5657 & 0,2981 & 0,3714 & 0,4851 & 0,5571 & 0,4867 \end{bmatrix}$$

Matriks Y, dihitung dengan mengalikan matriks ternormalisasi R dengan bobot W, sebagai berikut:

$$Y_{11} = w_1 r_{11} = (5)(0,5298) = 2,6490$$

$$Y_{12} = w_1 r_{12} = (5)(0,5298) = 2,6490$$

$$Y_{13} = w_1 r_{13} = (5)(0,6623) = 3,3115$$

$$Y_{21} = w_1 r_{21} = (4)(0,7071) = 2,8284$$

$$Y_{22} = w_1 r_{22} = (4)(0,4243) = 1,6972$$

$$Y_{32} = w_1 r_{32} = (4)(0,5657) = 2,2628$$

Dan seterusnya, hingga diperoleh matriks Y:

$$Y = \begin{bmatrix} 2,6490 & 2,8284 & 2,9812 & 2,2283 & 2,1828 & 2,2284 & 1,6222 \\ 2,6490 & 1,6972 & 2,3848 & 2,9712 & 1,4553 & 1,1142 & 0,6488 \\ 3,3115 & 2,2628 & 1,1924 & 1,4856 & 1,4553 & 1,6712 & 0,9734 \end{bmatrix}$$

Solusi ideal positif ( $A^+$ ) dan solusi ideal negatif ( $A^-$ ) dapat ditentukan berdasarkan rating bobot ternormalisasi ( $y_{ij}$ ).

Adapun solusi ideal positif ( $A^+$ ) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$Y_1^+ = \max \{2,6490; 2,6490; 3,3115\}$$

$$= 3,3115$$

$$Y_2^+ = \max \{2,8284; 1,6972; 2,2628\}$$

$$= 2,8284$$

$$Y_3^+ = \max \{2,9812; 2,3848; 1,1924\}$$

$$= 2,9812$$

Rekapitulasi solusi ideal positif ( $A^+$ ) dapat dilihat pada Tabel 4.53

Tabel 4.53 Rekapitulasi Solusi Ideal Positif ( $A^+$ )

|            | A      | B      | C      | D      | E      | F      | G      |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>C1</b>  | 2,6490 | 2,8284 | 2,9812 | 2,2284 | 2,1828 | 2,2284 | 1,6222 |
| <b>C2</b>  | 2,6490 | 1,6972 | 2,3848 | 2,9712 | 1,4553 | 1,1142 | 0,6488 |
| <b>C3</b>  | 3,3115 | 2,2628 | 1,1924 | 1,4856 | 1,4553 | 1,6712 | 0,9734 |
| <b>Max</b> | 3,3115 | 2,8284 | 2,9812 | 2,9712 | 2,1828 | 2,2284 | 1,6222 |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Dari Tabel 4.53 diperoleh nilai A+ yaitu {3,3115; 2,8284; 2,9812; 2,9712; 2,1828; 2,2284; 1,6222}

Sedangkan solusi ideal negatif (A-) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Y_1^- = \min \{2,6490; 2,6490; 3,3115\} \\ = 2,6490$$

$$Y_2^- = \min \{2,8284; 1,6972; 2,2628\} \\ = 1,6972$$

$$Y_3^- = \min \{2,9812; 2,3848; 1,1924\} \\ = 1,1924$$

Rekapitulasi solusi ideal negatif (A-) dapat dilihat pada Tabel 4.54.

Tabel 4.54 Rekapitulasi Solusi Ideal Negatif (A-)

|            | A      | B      | C      | D      | E      | F      | G      |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>C1</b>  | 2,6490 | 2,8284 | 2,9812 | 2,2284 | 2,1828 | 2,2284 | 1,6222 |
| <b>C2</b>  | 2,6490 | 1,6972 | 2,3848 | 2,9712 | 1,4553 | 1,1142 | 0,6488 |
| <b>C3</b>  | 3,3115 | 2,2628 | 1,1924 | 1,4856 | 1,4553 | 1,6712 | 0,9734 |
| <b>Min</b> | 2,6490 | 1,6972 | 1,1924 | 1,4856 | 1,4553 | 1,1142 | 0,6488 |

Sumber: Pengolahan Data (2016)

Dari Tabel 4.54 diperoleh nilai A- yaitu {2,6490; 1,6972; 1,1924; 1,4856; 1,4553; 1,1142; 0,6488}

Jarak antara nilai terbobot setiap alternatif terhadap solusi ideal positif dihitung sebagai berikut:

$$D_1^+ = \sqrt{(2,6490 - 3,3115)^2 + (2,8284 - 2,8284)^2 + (2,9812 - 2,9812)^2 + \dots + (1,6222 - 1,6222)^2}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$= 0,9907$$

$$D_2^+ = \sqrt{(2,6940 - 3,3115)^2 + (1,6972 - 2,8284)^2 + (2,3848 - 2,9812)^2 + \dots + (0,6488 - 1,6222)^2}$$

$$= 4,7924$$

$$D_3^+ = \sqrt{(3,3115 - 3,3115)^2 + (2,2628 - 2,8284)^2 + (1,1924 - 2,9812)^2 + \dots + (0,9734 - 1,6222)^2}$$

$$= 6,9873$$

Sedangkan jarak antara nilai terbobot setiap alternatif terhadap solusi ideal negatif dihitung sebagai berikut:

$$D_1^- = \sqrt{(2,6940 - 2,6490)^2 + (2,8284 - 1,6972)^2 + (2,9812 - 1,1924)^2 + \dots + (1,6222 - 0,6488)^2}$$

$$= 7,7494$$

$$D_2^- = \sqrt{(2,6940 - 2,6490)^2 + (1,6972 - 1,6972)^2 + (2,3848 - 1,1924)^2 + \dots + (0,6488 - 0,6488)^2}$$

$$= 3,6288$$

$$D_3^- = \sqrt{(3,3115 - 2,6490)^2 + (2,2628 - 1,6972)^2 + (1,1924 - 1,1924)^2 + \dots + (0,9734 - 0,6488)^2}$$

$$= 1,1745$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun nilai preferensi untuk setiap alternatif dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$V_1 = \frac{7,7494}{0,9907 + 7,7494} = 0,8867$$

$$V_2 = \frac{3,6288}{4,7924 + 3,6288} = 0,4309$$

$$V_3 = \frac{1,1745}{6,9873 + 1,1745} = 0,1439$$

Dari nilai V ini dapat dilihat bahwa  $V_1$  memiliki nilai terbesar, sehingga dapat disimpulkan *alternative* pertama yang akan lebih dipilih yakni *sales people* menjadi prioritas utama untuk melakukan strategi pemasaran indihome.