

IMPLEMENTASI METODE *ANALYTIC HIERARCHY PROCESS* (AHP) DALAM MENDAPATKAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MEREK SEMEN

Nama mahasiswa : Fanny Gian Maya Sari
NIM : 2011510021
Pembimbing : Naning Aranti Wessiani, S.T., M.M.

ABSTRAK

Persaingan dalam industri semen saat ini semakin meningkat. Untuk mengetahui kondisi persaingan didalam industri persemenan perlu diadakan riset untuk mengetahui preferensi konsumen tentang merek semen yang paling diminati oleh konsumen. Selain itu diperlukan juga mengetahui prioritas konsumen dalam memilih merek semen.

Riset ini bertujuan untuk mengetahui merek semen yang paling diminati konsumen serta mengetahui faktor prioritas konsumen saat membuat keputusan untuk membeli merek tersebut. Pada riset ini menggunakan beberapa variabel yaitu: biaya, kualitas, *term of payment*. Variabel tersebut digunakan juga untuk mengetahui prioritas konsumen dalam memilih merek semen. Riset ini menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

Pada riset ini terdapat beberapa merek semen yang dominan. Pada merek yang dominan dilakukan penilaian terhadap masing-masing faktor tersebut untuk mengetahui merek semen yang paling unggul. Selain itu dilakukan pembobotan prioritas untuk mengetahui prioritas konsumen pada saat membuat keputusan saat membeli semen.

Kata kunci: Merek Semen yang Diminati , Konsumen, AHP

AN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS IN OBTAINING CONSUMER PREFERENCE FOR A CEMENT TRADEMARK

By : Fanny Gian Maya Sari
NIM : 2011510021
Lecturer : Naning Aranti Wessiani, S.T., M.M.

ABSTRACT

Competition in the cement industry is increasing. To know the condition of competition in cement industry need to be conducted research to know consumers preference about cement brand which most interested by consumer. In addition it is necessary also know the priority of consumers in choosing a brand of cement.

This research aims to find out the most popular cement brands and know the priority factor of consumer when making a decision to buy the brand. In this research using several variables, namely: cost, quality, term of payment. The variables are also used to determine the priority of consumers in choosing a brand of cement. This research uses Analytic Hierarchy Process method(AHP).

In this research there are several dominant brands of cement. In the dominant brand, an assessment of each factor is selected to find the most excellent cement brand. In addition, weighted priority to determine the priority of consumer when making decisions when buying cement.

Keywords: Brand of Cement are in Demand, Consumer, AHP