

---

**PEMILIHAN MEREK NUGGET TERLARIS PADA KIOS UNGGAS WAHIDIN PASURUAN DENGAN METODE AHP (ANALYTIC HIERARCHY PROCESS)**

**Risma Rossidha\***

Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia

Email: rismarossidha123@gmail.com

**Enik Sulistyowati**

Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia

Email: enik@itsnupasuruan.ac.id

---

**Article Info**

**Article history:**

Received: August 26, 2024

Accepted: September 18, 2024

Published: September 30, 2024

Page: 104 - 113

**Keyword:**

*nugget, sales, quality*

**\*Corresponding Author**

Risma Rossidha

---

**Abstract**

*Determining the best-selling nugget brand at Unggas Wahidin Pasuruan Stall is crucial for optimizing product distribution. A decision support system can be implemented to help predict which brands should be prioritized. The Analytical Hierarchy Process (AHP) method is used to analyze data, involving criteria selected by stall employees. The analysis in June 2024 focused on four criteria: price, taste, quality, and packaging. The alternative brands considered were Fiesta, Champ, Akumo, and Asimo. Based on the AHP calculations, the average scores for the criteria were 0.056702 for price, 0.29389 for taste, 0.554904 for quality, and 0.094504 for packaging. Among the alternatives, the Fiesta brand emerged as the best-selling option with a score of 0.51393, outperforming the other brands. This result helps guide future product decisions for the stall.*

Menentukan merek nugget terlaris di Kios Unggas Wahidin Pasuruan penting untuk memastikan distribusi produk yang tepat. Penerapan sistem pendukung keputusan dapat membantu memprediksi merek mana yang perlu diprioritaskan pengirimannya. Dalam analisis ini digunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP), yang melibatkan kriteria yang dipilih oleh karyawan kios. Pada bulan Juni 2024, empat kriteria yang digunakan untuk penilaian adalah harga, rasa, kualitas, dan kemasan. Merek yang dipertimbangkan sebagai alternatif adalah Fiesta, Champ, Akumo, dan Asimo. Berdasarkan hasil perhitungan AHP, kriteria harga memiliki rata-rata skor 0.056702, rasa 0.29389, kualitas 0.554904, dan kemasan 0.094504. Dari hasil perbandingan antar merek, Fiesta tercatat sebagai merek nugget terlaris dengan skor tertinggi, yaitu 0.51393. Temuan ini memberikan arahan untuk menentukan merek mana yang harus diprioritaskan dalam pengiriman ke Kios Unggas Wahidin Pasuruan pada masa mendatang.

---

*Copyright* © 2024 The authors. JTMSI is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

## Pendahuluan

Berkembangnya teknologi di era sekarang ini sangatlah pesat dilihat dari banyaknya bidang yang sudah berkembang, salah satunya yaitu bidang kuliner. Contoh perkembangannya yaitu seperti banyaknya makanan olahan cepat saji yang banyak digemari masyarakat seperti yang sudah populer saat ini yaitu nugget. Nugget adalah makanan yang pertama kali dikenalkan di Amerika Serikat sebagai makanan yang praktis dan cepat saji sesuai dengan aktivitas masyarakat yang padat<sup>[1]</sup>.

Di Indonesia terdapat banyak jenis nugget dari berbagai olahan daging maupun lainnya seperti jamur. Nugget ayam merupakan salah satu pangan dari olahan daging ayam yang mempunyai cita rasa tinggi dan banyak digemari oleh masyarakat. Nugget adalah hasil olahan daging, dan merupakan salah satu alternatif pengolahan daging dengan cara yaitu daging akan dipotong dengan bentuk yang kecil dan tidak bearturan kemudian dilekatkan dan akan dicetak dengan berbagai bentuk sehingga menjadi sebuah produk olahan dan dapat meningkatkan kualitas jual dari produk daging tersebut yang kemudian bisa dipasarkan pada berbagai macam toko, swalayan, maupun kios<sup>[2]</sup>.

Kios merupakan suatu tempat atau bangunan yang digunakan banyak orang sebagai tempat untuk berjualan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan lain-lain, tetapi tidak sedikit juga yang menjual bahan dapur seperti beras minyak goreng dan sembako lainnya. di Kabupaten maupun Kota Pasuruan banyak sekali terdapat kios yang menjual berbagai macam bahan pangan, seperti frozen food, sembako, maupun bahan pangan lainnya<sup>[3]</sup>.

Kios Unggas Wahidin adalah anak perusahaan dari CP Food Indonesia (PT Charoen Pokphand Indonesia) yang bergerak dalam industri pengolahan makanan berbahan baku ayam, telur dan bahan dapur lainnya. Kios Unggas Wahidin Pasuruan menyediakan berbagai olahan makanan diantaranya sosis, nugget, kentang, dan juga daging ayam dengan berbagai merek yaitu Fiesta, Champ, Akumo dan Asimo. Salah satu produk olahan makanan yang mempunyai keempat merek tersebut adalah nugget. Namun dalam implementasi penjualan sering terjadi ketidaksesuaian antara produk yang datang dan produk yang terjual, karena banyaknya merek yang tersedia dengan berbagai jenis rasa dan harga, sehingga angka penjualan setiap mereknya akan menghasilkan angka yang berbeda pula. Maka dari itu perlunya untuk mengetahui produk nugget dari merek apakah yang memiliki peminat paling banyak atau dengan kata lain nugget terlaris di kios tersebut (PT Charoen Pokphand Indonesia).

Dalam penentuan produk terlaris pada Kios Unggas Wahidin Pasuruan menggunakan beberapa kriteria dalam penilaian. Penilaian ini berdasarkan jenis rasa, harga, kualitas, dan kemasan. Demi ketepatan penjualan maka harus dilakukan pengambilan keputusan. Penulisan ini bertujuan untuk membangun sebuah sistem pendukung keputusan yang dapat menganalisa pemilihan merek produk terlaris dengan menggunakan metode *Analityc Hierarchy Process* (AHP). SPK (Sistem Pendukung Keputusan) bertujuan untuk menyediakan informasi, membimbing, memberikan prediksi serta mengarahkan kepada pengguna informasi agar dapat melakukan pengambilan keputusan dengan lebih baik<sup>[4]</sup>. Proses sistem pendukung keputusan penentuan produk terlaris akan dilakukan dengan menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process*. Hasil akhir diperoleh dari proses perangkangan yaitu penjumlahan dari perkalian matriks ternormalisasi dengan bobot kriteria sehingga diperoleh nilai terbesar yang dipilih sebagai alternatif terbaik<sup>[5]</sup>.

## Sistem Pendukung Keputusan

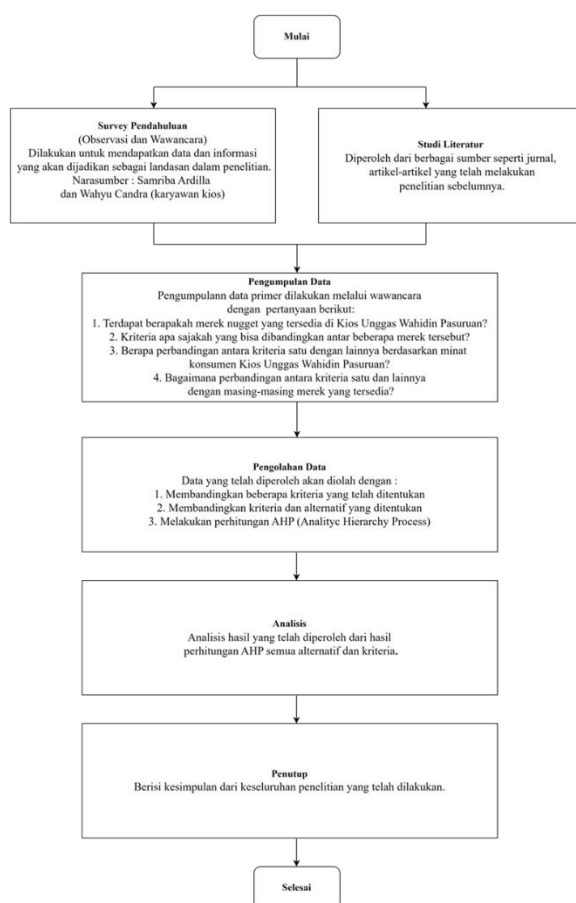
Kios Unggas Wahidin merupakan salah satu usaha menengah dibidang frozen food yang memiliki banyak mitra. Kios Unggas Wahidin menyediakan

berbagai macam produk olahan daging termasuk nugget yang didistribusikan kepada mitra yang memiliki berbagai jenis usaha seperti restoran, warung, dan hotel. Kios Unggas Wahidin juga menyediakan penjualan kepada pelanggan yang ingin mengkonsumsi frozen food secara pribadi dan tidak untuk diperjual belikan<sup>[6]</sup>.

Untuk menentukan merek nugget terlaris dilakukan dengan SPK (Sistem Pendukung Keputusan). Sistem Pendukung Keputusan adalah sebuah alternatif solusi atau alternatif tindakan guna menyelesaikan satu masalah, sehingga masalah tersebut dapat diselesaikan secara efektif dan efisien. Dan Sistem pendukung keputusan sendiri berfungsi sebagai kerangka berfikir secara sistematis, dapat membimbing dalam penerapan teknik-teknik pengambilan keputusan dan meningkatkan kualitas suatu keputusan<sup>[7]</sup>.

*Analytical Hierarchical Process (AHP)* merupakan hierarki dengan input atau masukan utama berupa pandangan manusia. Metode AHP ini membantu memecahkan persoalan yang kompleks dengan menstruktur suatu hirarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas<sup>[8]</sup>. Metode AHP atau singkatan dari metode *Analytic Hierarchy Process* merupakan salah satu metode pembobotan yang disediakan oleh sebuah sistem pendukung keputusan dengan tujuan memberikan kualitas yang tepat nilai kriteria sehingga proses penyeleksian lebih akurat<sup>[9]</sup>.

## Metode Penelitian



Gambar 1. Flowchart penelitian  
Sumber: Data Pribadi Peneliti

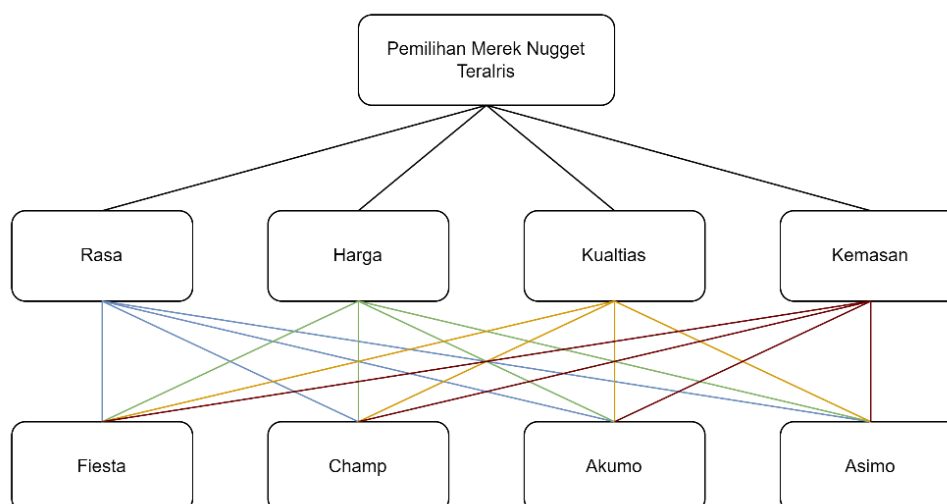
### Menentukan Masalah dan Pemilihan Kriteria

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mendapatkan cara penilaian pemilihan merek produk terlaris. Kriteria penilaian yang telah ditentukan akan diuji menggunakan metode AHP. Kriteria yang telah dipilih akan dimasukkan dalam tabel perbandingan dua kriteria berpasangan. Berdasarkan hasil wawancara terdapat empat merek nugget sebagai alternatif yang akan dibandingkan yaitu Fiesta, Champ, Akumo dan Asimo, dan juga terdapat empat kriteria yang telah ditetapkan di antaranya rasa, harga, kualitas, dan kemasan. Dalam menentukan nilai skala perbandingan dapat ditulis sebagaimana seperti tabel berikut:

Tabel 1. Skala Dasar Perbandingan Berpasangan

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua Elemen sama pentingnya
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting daripada yang lainnya
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting daripada elemen lainnya
9	Satu elemen mutlak penting daripada elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan-pertimbangan bagan yang berdekatan

Dalam penentuan keputusan penelitian ini terdapat objek, kriteria dan alternatif yang akan dibahas. Berikut gambar dari struktur Hierarchy keputusan yang digunakan.



Gambar 2. Struktur Hierarchy Keputusan

Sumber: Aulyardha (2012)

Dalam gambar tersebut semua kriteria dan alternatif saling dikaitkan untuk dibandingkan. Didalam mengambil keputusan nilai konsistensi yang digunakan sudah baik atau tidak. Adapun langkah-langkah menentukannya sebagai berikut:

1. Menghitung nilai perbandingan yang telah ditentukan dengan cara membagi nilai skala yang ada pada sel dengan nilai sel prioritas.
2. Mencari nilai eigen pada setiap sel dengan cara angka pada setiap sel dibagi dengan jumlah total masing-masing kolom.
3. Menghitung jumlah dan rata-rata nilai eigen pada tiap baris.
4. Melihat konsistensi nilai dengan menjumlahkan semua rata-rata eigen tersebut, jika hasilnya sama dengan 1 maka konsisten.
5. Menghitung nilai lamda ( $\lambda$ ) dengan cara mengalikan nilai rata-rata eigen tiap baris dengan jumlah total tiap kolom

6. Menghitung nilai lamda ( $\lambda$  max) dengan cara menjumlahkan semua hasil lamda ( $\lambda$ ).
7. Menentukan nilai indeks konsistensi dengan rumus  $CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n-1}$   
 Keterangan:  
 CI = Consistency Index  
 N = Jumlah kriteria yang digunakan
8. Menentukan rasio konsistensi dengan rumus  $CR = \frac{CI}{RI}$   
 Keternagan:  
 CR = Consistency Ratio  
 RI = Random Index Consistency
9. Memeriksa konsistensi hierarki, nilai rasio konsistensi tidak boleh lebih dari 10% atau 0,1. Maka jika nilai rasio konsistensi kurang atau sama dengan 0,1 dinyatakan benar, jika lebih dari 0,1 maka harus diulang perhitungannya.

Tabel 2. Daftar Nilai Indeks Random Konsistensi (RI)

n	RI
1	0,00
2	0,00
3	0,58
4	0,90
5	1,12
6	1,24
7	1,32
8	1,41
9	1,45
10	1,49
11	1,51
12	1,48
13	1,56
14	1,57
15	1,59

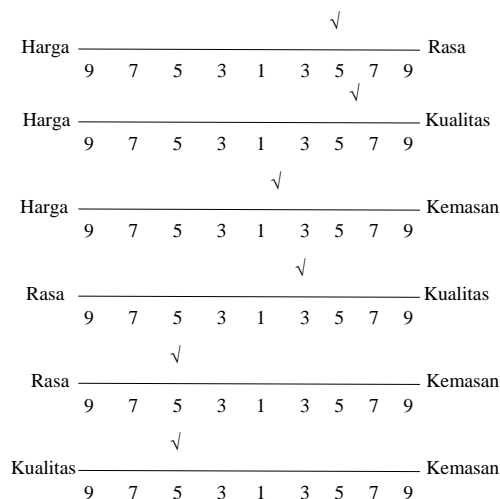
## Hasil dan Pembahasan

### 1. Pengolahan Data

Dalam penelitian ini observasi dan wawancara dilakukan langsung kepada dua karyawan Kios Unggas Wahidin Pasuruan, yang dimana sangat mengerti tentang penjualan barang pada kios tersebut. Data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu data pada bulan Juni 2024. Kriteria yang digunakan pada penelitian ini sebanyak empat kriteria diantaranya harga, rasa, kualitas dan kemasan. Sedangkan alternatif yang digunakan juga sebanyak empat yaitu, Fiesta, Champ, Akumo dan Asimo.

Perhitungan dilakukan dimulai dengan menghitung nilai prioritas dari semua kriteria sampai dengan menemukan hasil prioritas merek produk terlaris. Dari hasil perhitungan tersebut akan disajikan seperti data berikut:

PEMILIHAN MEREK NUGGET TERLARIS PADA KIOS UNGGAS WAHIDIN PASURUAN DENGAN METODE AHP (ANALITYC HIERARCHY PROCESS)



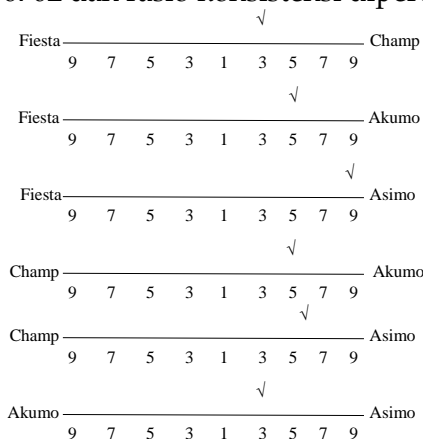
Gambar 3. Matriks Perbandingan Setiap Kriteria

Gambar 3. Merupakan hasil matriks perbandingan yang diberikan oleh narasumber atas pertanyaan pewawancara yaitu berapa perbandingan antara kriteria satu dan lainnya berdasarkan minat konsumen Kios Unggas Wahidin?. Angka perbandingan yang diberikan berdasarkan tabel skala dasar perbandingan berpasangan pada Tabel 1. Dari data matriks perbandingan setiap kriteria diatas, maka didapatkan nilai eigen, konsistensi rasio, dan konsistensi rasio sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks Perbandingan Kriteria

KRITERIA	Harga	Rasa	Kualitas	Kemasan	Nilai Eigen				Jumlah	Rata-rata
Harga	1	0,2	0,125	0,5	0,0625	0,045455	0,075377	0,043478	0,22681	0,056702
Rasa	5	1	0,333333	5	0,3125	0,227273	0,201005	0,434783	1,17556	0,29389
Kualitas	8	3	1	5	0,5	0,681818	0,603015	0,434783	2,219616	0,554904
Kemasan	2	0,2	0,2	1	0,125	0,045455	0,120603	0,086957	0,378014	0,094504
JUMLAH	16	4,4	4,4	11,5						1

Pada tabel 3 telah diperoleh nilai eigen, indeks konsistensi dan juga konsistensi rasio. Perhitungan tersebut sudah dikatakan benar dan konsisten karena jumlah dari rata-rata nilai eigen menunjukkan nilai 1, dan nilai rasio konsistensi dibawah 10% atau 0,1. Dimana dari hasil diatas diperoleh nilai perbandingan kriteria tertinggi yaitu pada kriteria harga sebesar 0,56702 dan rasio konsistensi diperoleh sebesar 0,076801.



Gambar 4. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Harga

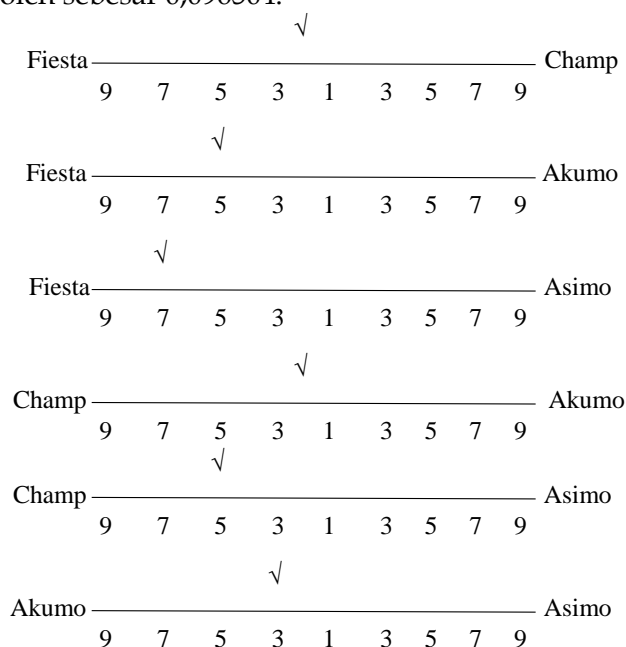
Gambar 4 merupakan hasil matriks perbandingan yang diberikan oleh narasumber atas pertanyaan pewawancara yaitu Bagaimana perbandingan kriteria

harga dengan masing-masing merek nugget?. Angka perbandingan yang diberikan berdasarkan tabel skala dasar perbandingan berpasangan pada Tabel 1. Dari data matriks perbandingan alternatif pada kriteria harga diatas, maka didapatkan nilai eigen, konsistensi rasio, dan konsistensi rasio sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Harga

HARGA	Fiesta	Champ	Akumo	Asimo	Nilai Eigen				Jumlah	Rata-rata
Fiesta	1	0,333333	0,2	0,111111	0,055556	0,027027	0,045455	0,068966	0,197003	0,049251
Champ	3	1	0,2	0,166667	0,166667	0,081081	0,045455	0,103448	0,396651	0,099163
Akumo	5	5	1	0,333333	0,277778	0,405405	0,227273	0,206897	1,117352	0,279338
Asimo	9	6	3	1	0,5	0,486486	0,681818	0,62069	2,288994	0,572249
JUMLAH	18	12,333333	4,4	1,611111						1

Pada tabel 4 telah diperoleh nilai eigen, indeks konsistensi dan juga konsistensi rasio. Perhitungan tersebut sudah dikatakan benar dan konsisten karena jumlah dari rata-rata nilai eigen menunjukkan nilai 1, dan nilai rasio konsistensi dibawah 10% atau 0,1. Dimana dari hasil diatas diperoleh nilai perbandingan alternatif pada kriteria harga tertinggi yaitu pada alternatif merek Champ sebesar 0,099163 dan rasio konsistensi diperoleh sebesar 0,096504.



Gambar 5. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Rasa

Gambar 5. Merupakan hasil matriks perbandingan yang diberikan oleh narasumber atas pertanyaan pewawancara yaitu Bagaimana perbandingan kriteria rasa dengan masing-masing merek nugget? Angka perbandingan yang diberikan berdasarkan tabel skala dasar perbandingan berpasangan pada Tabel 1. Dari data matriks perbandingan alternatif pada kriteria rasa diatas, maka didapatkan nilai eigen, konsistensi rasio, dan konsistensi rasio sebagai berikut:

Tabel 5. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Rasa

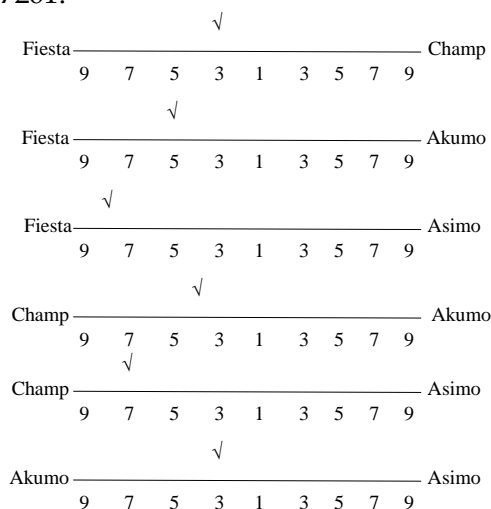
HARGA	Fiesta	Champ	Akumo	Asimo	Nilai Eigen				Jumlah	Rata-rata
Fiesta	1	2	5	7	0,542636	0,540541	0,6	0,4375	2,120676	0,530169
Champ	0,5	1	2	5	0,271318	0,27027	0,24	0,3125	1,094088	0,273522

Tabel 5. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Rasa (lanjutan)

PEMILIHAN MEREK NUGGET TERLARIS PADA KIOS UNGGAS WAHIDIN PASURUAN DENGAN METODE AHP (ANALITYC HIERARCHY PROCESS)

HARGA	Fiesta	Champ	Akumo	Asimo	Nilai Eigen				Jumlah	Rata-rata
Akumo	0,2	0,5	1	3	0,108527	0,135135	0,12	0,1875	0,551162	0,137791
Asimo	0,142857	0,2	0,333333	1	0,077519	0,054054	0,04	0,0625	0,234073	0,058518
JUMLAH	1,842857	3,7	8,333333	16						1

Pada tabel 5 telah diperoleh nilai eigen, indeks konsistensi dan juga konsistensi rasio. Perhitungan tersebut sudah dikatakan benar dan konsisten karena jumlah dari rata-rata nilai eigen menunjukkan nilai 1, dan nilai rasio konsistensi dibawah 10% atau 0,1. Dimana dari hasil diatas diperoleh nilai perbandingan alternatif pada kriteria rasa tertinggi yaitu pada alternatif merek Asimo sebesar 0,058518 dan rasio konsistensi diperoleh sebesar 0,027261.



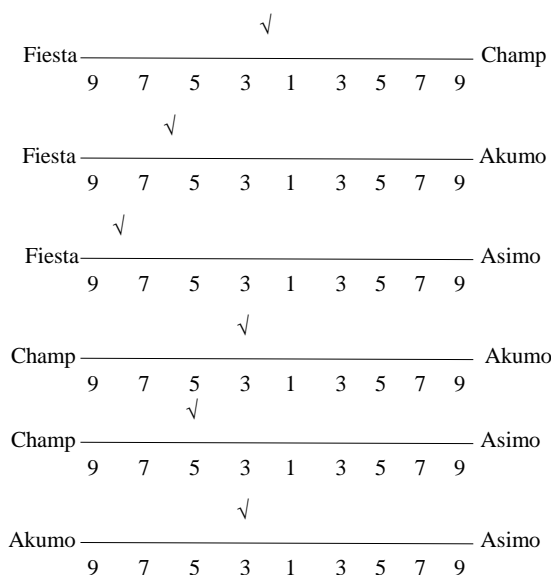
Gambar 6. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Kualitas

Gambar 6 merupakan hasil matriks perbandingan yang diberikan oleh narasumber atas pertanyaan pewawancara yaitu Bagaimana perbandingan kriteria kualitas dengan masing-masing merek nugget? Angka perbandingan yang diberikan berdasarkan tabel skala dasar perbandingan berpasangan pada Tabel 1. Dari data matriks perbandingan alternatif pada kriteria kualitas diatas, maka didapatkan nilai eigen, konsistensi rasio, dan konsistensi rasio sebagai berikut:

Tabel 6. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Kualitas

HARGA	Fiesta	Champ	Akumo	Asimo	Nilai Eigen				Jumlah	Rata-rata
Fiesta	1	3	5	8	0,603015	0,682927	0,483871	0,421053	2,190866	0,547716
Champ	0,333333	1	4	7	0,201005	0,227642	0,387097	0,368421	1,184165	0,296041
Akumo	0,2	0,25	1	3	0,120603	0,056911	0,096774	0,157895	0,432183	0,108046
Asimo	0,125	0,142857	0,333333	1	0,075377	0,03252	0,032258	0,052632	0,192787	0,048197
JUMLAH	1,658333	4,392857	10,333333	19						1

Pada tabel 6 telah diperoleh nilai eigen, indeks konsistensi dan juga konsistensi rasio. Perhitungan tersebut sudah dikatakan benar dan konsisten karena jumlah dari rata-rata nilai eigen menunjukkan nilai 1, dan nilai rasio konsistensi dibawah 10% atau 0,1. Dimana dari hasil diatas diperoleh nilai perbandingan alternatif pada kriteria kualitas tertinggi yaitu pada alternatif merek Fiesta sebesar 0,547716 dan rasio konsistensi diperoleh sebesar 0,0880249.



Gambar 7. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Kemasan

Gambar 7. Merupakan hasil matriks perbandingan yang diberikan oleh narasumber atas pertanyaan pewawancara yaitu Bagaimana perbandingan kriteria kemasan dengan masing-masing merek nugget? Angka perbandingan yang diberikan berdasarkan tabel skala dasar perbandingan berpasangan pada Tabel 1. Dari data matriks perbandingan alternatif pada kriteria kemasan diatas, maka didapatkan nilai eigen, konsistensi rasio, dan konsistensi rasio sebagai berikut:

Tabel 7. Matriks Perbandingan Alternatif pada Kriteria Kemasan

HARGA	Fiesta	Champ	Akumo	Asimo	Nilai Eigen				Jumlah	Rata-rata
Fiesta	1	2	6	8	0,55814	0,566038	0,580645	0,470588	2,175411	0,543853
Champ	0,5	1	3	5	0,27907	0,283019	0,290323	0,294118	1,146529	0,286632
Akumo	0,166667	0,333333	1	3	0,093023	0,09434	0,096774	0,176471	0,460608	0,115152
Asimo	0,125	0,2	0,333333	1	0,069767	0,056604	0,032258	0,058824	0,217453	0,054363
JUMLAH	1,791667	3,533333	10,333333	17						1

Pada tabel 7 telah diperoleh nilai eigen, indeks konsistensi dan juga konsistensi rasio. Perhitungan tersebut sudah dikatakan benar dan konsisten karena jumlah dari rata-rata nilai eigen menunjukkan nilai 1, dan nilai rasio konsistensi dibawah 10% atau 0,1. Dimana dari hasil diatas diperoleh nilai perbandingan alternatif pada kriteria kemasan tertinggi yaitu pada alternatif merek Fiesta sebesar 0,543853 dan rasio konsistensi diperoleh sebesar 0,037499.

## 2. Interpretasi Hasil

Setelah semua nilai eigen dari setiap perbandingan masing-masing alternatif terhadap semua kriteria ditemukan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan perskoran atau alternatif manakah yang mempunyai nilai paling tinggi pada setiap kriteria.

Tabel 8. Penskoran

Penskoran		
Fiesta	0,51393	1
Champ	0,27737	2
Akumo	0,12717	3
Asimo	0,08153	4
	1	

Dan dari perhitungan AHP diatas didapat nilai tertinggi yaitu 0,51393 pada merek nugget Fiesta.

### Kesimpulan

Dari semua data yang didapatkan telah dilakukan perhitungan dengan dengan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan keputusan merek produk nugget apakah yang terlaris pada Kios Unggas Wahidin Pasuruan. Dan didapatkan rata-rata dari setiap kriteria yaitu rata-rata kriteria harga 0,056702, rata-rata kriteria rasa 0,29389, rata-rata kriteria kualitas 0,554904, dan rata-rata kriteria kemasan 0,094504. Kemudian setelah dilakukan perhitungan dengan masing-masing alternatif yang tersedia maka didapatkan hasil tertinggi yaitu 0,51393 pada merek nugget Fiesta. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa produk nugget Fiesta adalah produk nugget terlaris atau paling banyak diminati oleh pelanggan Kios Unggas Wahidin Pasuruan, sehingga seharusnya produk nugget dengan merek Fiesta adalah merek nugget yang paling banyak dikirim untuk dijual pada Kios Unggas Wahidin Pasuruan daripada merek nugget lain yaitu Champ, Akumo dan Asimo.

### Daftar Pustaka

- [1] Aufal Wifa Neza Ulfy, P. A. (2022). Penentuan Kenaikan Jabatan Menggunakan Pembobotan Metode AHP dan Didukung Metode Complex Proportional Assessment. *Jurnal Sistem Komputer dan Informatika*, Vol. 3, No. 3.
- [2] Aulyardha Anindita, W. I. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENILAIAN KINERJA KARYAWAN PADA KANDATEL BONE MENGGUNAKAN METODE SAW. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, Vol. 15No. 1, hal 45.
- [3] Datje Renjaan, R. S. (2023). DAMPAK KEBERADAAN INDOMARET DANALFAMIDI TERHADAP PENDAPATAN USAHA WARUNG (KIOS) DI KELURAHAN SASA DAN JAMBULA. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi (JUPEK)*, Vol. 5, No. 1, Hal. 47.
- [4] Dewi Sri Wahyuni, N. D. (2021). RANCANG BANGUN SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN BERBASIS WEB UNTUK PEMILIHAN PERUMAHAN SIAP HUNI MENGGUNAKAN METODE AHP(STUDI KASUS: PT ALIQUET AND BES). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTISI)*, Vol. 2, No. 4.
- [5] Ferry Lismanto Syaiful, Y. S. (2020). PELATIHAN PEMBUATAN NUGGET AYAM DI OPHIR NAGARI KOTO BARU KECAMATAN LUHAK NAN DUO KABUPATEN PASAMAN BARAT. *Buletin Ilmiah Nagari Membangun*, Vol. 3, No. 4, Hal. 383.
- [6] Gentur Wahyu Nyipto Wibowo, S. d. (2023). Seleksi Peserta Lomba Paskibraka MenggunakanMetode HybridAHP-SAW. *Journal of Information System Research (JOSH)*, Vol 4, No 3, Hal 805.
- [7] Jeremia Van Der Saar Siallagan, J. k. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DANPERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MITRAKIOSUNGGASPONDOK KOPI. *JURNAL HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT*, Vol. 10, issue 3, Hal 3.
- [8] Peni Indarwati, H. P. (2022). PemberdayaanPenciptaan Produk Ekonomi Kreatif untuk Ketahanan Pangan Masyarakat di Era Pandemi (Pembatan Nugget Ikan Lele). *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAYA EKONOMI*, Vol 1, No 1, Hal 2.
- [9] Putri Lannidya Parameswari, I. A. (2022). IMPLEMENTASI METODE AHP PADA SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PARIWISATA JAWA TIMUR. *Jurna TEKNOINFO*, Vol. 16, No. 1.