

Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Minuman Cokelat Instan dengan Metode *Analytical Hierarchy Process*

Vivi Fina Khulsum

ABSTRAK

Produk minuman cokelat adalah produk minuman bubuk cokelat dalam kemasan sachet yang sudah di sertai dengan bahan tambahan dan mudah untuk dikonsumsi. Persaingan penjualan antar produk, memiliki faktor penentu dalam pemilihan produk oleh konsumen dan perlu dilakukan analisis pada faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui atribut yang menjadi faktor pengambilan keputusan dalam minat beli dan mengetahui prioritas atribut dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk minuman cokelat instan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yaitu dengan melakukan penyusunan masalah secara hierarkis kemudian dilakukan pembobotan dan perankingan prioritas yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Hierarki keputusan AHP disusun berdasarkan atribut yang dikelompokkan kedalam kriteria dan subkriteria serta alternatif yang bertujuan untuk pemilihan produk minuman cokelat instan. Analisis pemodelan menggunakan bantuan *software Super decision 2.0*. Hasil penelitian ini memiliki tujuh atribut pengambilan keputusan dan tiga alternatif produk dengan peringkat prioritas minat beli terhadap produk minuman cokelat instan yaitu peringkat utama pada rasa dan peringkat akhir ialah informasi pada kemasan. Alternatif produk yaitu pada prioritas utama produk minuman cokelat A1, yang kedua A2 dan yang ketiga A3.

Kata Kunci : *Analytical hierarchy process*, rasa, *superdecision*

Analysis of Decision Making Purchase of Instant Chocolate Drink Products using Analytical Hierarchy Process Method

Vivi Fina Khulsum

ABSTRACT

Chocolate beverage products was chocolate powder beverage products in sachet packaging that have been accompanied by additional ingredients and were easy to consumed. Sales competition between products has a determining factor in product selection by consumers and needs to be analyzed on factors that influence consumers purchased. The purposed of this study was to determine the attributes that make decision factors in buying interest and determine the priority of attributes in the decision purchase instant chocolate beverage products. The method used in this study was the Analytical Hierarchy Process (AHP), which it by arranging hierarchical problems and then weighting and ranking priorities obtained from the results of questionnaires. AHP decision hierarchy was arranged based on attributes grouped into criteria and sub-criteria as well as alternatives aimed at the selection of instant chocolate beverage products. Modeling analysis using the help of Super decision 2.0 software. The results of this study had seven attributes of decision making and three alternative products with a priority ranking of buying interest in instant chocolate beverage products, namely the main rating on taste and the final rating is information on packaging. Alternative products are on the top priority for the chocolate beverage product A1, the second A2 and the third A3

Keywords: *Analytical hierarchy process*, flavor, superdecision