

INTISARI

SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN *KEYWORD SET* UNTUK BERIKLAN DI ADWORDS DENGAN METODE AHP DAN TOPSIS (STUDI KASUS : CV. GITANI CREATIVE AGENCY)

Oleh

Sholikin Ady Chandra
16/403713/PPA/05230

CV. Gitani Creative Agency merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *creative agency*, salah satu layanan yang diberikan adalah *digital marketing*. Google Adswords merupakan *platform* yang digunakan perusahaan untuk menjalankan layanan tersebut. Pemilihan *keyword set* yang tepat menjadi masalah yang sering dialami perusahaan ini untuk beriklan. Pemilihan *keyword set* sangat berpengaruh terhadap kinerja iklan, namun untuk mendapat *keyword set* yang tepat tidaklah mudah. Pihak perusahaan harus memperhatikan berbagai kriteria untuk mendapatkan hasil iklan yang optimal. Sistem pendukung keputusan diperlukan sebagai salah satu acuan yang objektif dalam proses pemilihan *keyword set*. Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai pengambil keputusan adalah pihak CV. Gitani Creative Agency. Kriteria yang ditentukan sebagai bahan pengambil keputusan adalah *click*, *impressions*, *cost*, dan *relevance*. Adapun nilai setiap alternatif untuk masing-masing kriteria diperoleh dari hasil beriklan di Google Adwords.

Metode AHP (*Analytic Hierarchy Process*) digunakan untuk membandingkan nilai dari setiap kriteria kemudian menghasilkan bobot prioritas pada setiap kriteria sedangkan metode TOPSIS (*Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution*) digunakan untuk perbandingan alternatif. Penggabungan dua metode ini bertujuan untuk meningkatkan performansi dari metode TOPSIS.

Berdasarkan hasil pengujian, sistem pendukung keputusan dapat memberikan urutan alternatif yang dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi pengambil keputusan dalam memilih *keyword set* untuk beriklan di Google Adwords serta dapat mengakomodasi perubahan kriteria dan alternatif yang digunakan.

Kata kunci: sistem pendukung keputusan, ahp, topsis, perbandingan, adwords.

ABSTRACT

ADWORDS KEYWORD SET SELECTION DECISION SUPPORT SYSTEM USING AHP AND TOPSIS METHOD (CASE STUDY: CV. GITANI CREATIVE AGENCY)

By

Sholikin Ady Chandra
16/403713/PPA/05230

CV. Gitani Creative Agency is a company engaged in the field of creative agency. One of the service provided by the company is digital marketing. Google Adwords is a platform used by the company to run this service. Keyword set selection is a problem that is often experienced by the company in advertising. Keyword set selection is critical to the performance of ads. However, finding the right keyword set is not an easy task. The company needs to consider various criteria to get the optimal advertising results. Decision support system is needed as an objective reference in the process of keyword set selection. In this study, CV. Gitani Creative Agency acts as the decision maker. The criteria used as the materials for decision-making are click, impressions, cost, and relevance. The value for each alternative is obtained from the results of advertising on Adwords

Analytic Hierarchy Process (AHP) method is used to compare the value of each criteria and then generate priority weights of each criteria. While Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) method is used for alternative ranking. The combination of these methods aims to improve the performance of TOPSIS method.

Based on the testing results, the decision support system can yield order of alternative keyword sets that can be used as recommendation for decision maker in choosing keyword set for advertising in Google Adwords. It is also able to accommodate any alterations in criteria and alternative used.

Keywords: Decision Support System, AHP, TOPSIS, Ranking, Adwords.