



**PREFERENSI MAHASISWA STIE KASIH BANGSA DALAM MENENTUKAN
PEMILIHAN OPERATOR SELULER**

Oleh:

Mohamad Chaidir

Avvan Andi L

ABSTRACT

The use of cellular operators at this time has become an important need to support smooth communication, developments in the field of technology and information can now be enjoyed by all groups including students, various services are offered by telecommunications companies to make cellular operator products a priority in operator selection. In order to determine the priority alternative in selecting the best cellular operator, the Analytical Hierarchy Process (AHP) method is used. Analytical Hierarchy Process (AHP) is a method of decision making on the problem of determining the priority of choices from various alternatives. The use of AHP begins with creating a hierarchical structure of the problem to be studied. Pairwise comparison matrices are used to establish relationships within the structure. In the pairwise comparison matrix, the weight of each criterion will be searched by normalizing the geometric mean of the respondents' opinions. In the process of determining the hierarchical weighting factor and the evaluation factor, a consistency test must be carried out ($CR < 0.100$). The application of AHP in this study is to determine the order of priority of cellular operator companies that STIE Kasih Bangsa students are interested in using cellular operators. The results of the study using AHP analysis concluded that, Telkomsel is the most prioritized cellular operator with student interests (70.2%), the second is occupied by cellular operators from XL (19.6%), and the last is Indosat (10.2%).

Keywords : *Cellular Operators, Process Hierarchy Analysis (AHP)*

ABSTRAK

Penggunaan operator seluler pada saat ini sudah menjadi kebutuhan penting untuk menunjang kelancaran dalam berkomunikasi, perkembangan pada bidang teknologi dan informasi kini sudah bisa dinikmati oleh semua kalangan termasuk pada kalangan mahasiswa, berbagai jasa layanan ditawarkan perusahaan telekomunikasi untuk menjadikan produk operator seluler menjadi prioritas dalam pemilihan operator seluler, untuk menentukan alternatif yang menjadi prioritas dalam pemilihan operator seluler terbaik digunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu metode pengambilan keputusan terhadap masalah penentuan prioritas pilihan dari berbagai alternatif. Penggunaan AHP dimulai dengan membuat struktur hirarki dari permasalahan yang ingin diteliti. Matriks perbandingan berpasangan digunakan untuk membentuk hubungan di dalam struktur. Pada matriks perbandingan berpasangan tersebut akan dicari bobot dari tiap-tiap kriteria dengan cara menormalkan rata-rata geometri dari pendapat responden. Pada proses menentukan faktor pembobotan hirarki maupun faktor evaluasi, uji konsistensi harus dilakukan ($CR < 0,100$).

Penerapan AHP dalam penelitian ini adalah menentukan urutan prioritas perusahaan operator seluler yang diminati mahasiswa STIE Kasih Bangsa dalam penggunaan operator seluler. Hasil dari penelitian dengan menggunakan analisis AHP diperoleh kesimpulan bahwa, Telkomsel menjadi operator seluler paling diprioritaskan dengan minat mahasiswa (70,2 %), kedua ditempati oleh operator seluler dari XL (19,6 %), dan terakhir adalah Indosat (10,2 %).

\Kata kunci : *Operator seluler, Analisis Hierarchy Proses (AHP)*



A. Pendahuluan

Pentingnya komunikasi salah satunya komunikasi jarak jauh yang menghandalkan keefisienan waktu membuat teknologi komunikasi saat ini menjadi kebutuhan masyarakat pada semua kalangan baik masyarakat umum, pebisnis termasuk mahasiswa. Pelanggan telekomunikasi pada kalangan pelajar dan mahasiswa menjadi pasar potensial operator telekomunikasi.

Namun kurangnya informasi mengenai pemilihan operator seluler, membuat para pengguna operator tak terkecuali pada kalangan mahasiswa kesulitan dalam menentukan operator seluler yang sesuai sehingga timbul keluhan-keluhan mengenai penggunaan operator seluler tersebut, seperti kualitas jaringan yang tidak stabil, kurangnya ketahanan produk, pelayanan yang kurang memuaskan, harga yang tidak sesuai dan yang lainnya. Dalam pemilihan operator seluler, pelanggan yang puas berarti tidak memiliki keluhan terhadap performa penyedia jasa. Menurut Meyliana dalam Grace Persulesy (2008:157) kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih merk kartu prabayar. ketiga faktor tersebut juga berkaitan langsung terhadap keluhan para pengguna operator seluler. Metode *Analytic Hierarchy Proses (AHP)* merupakan metode yang tepat bagi penulis untuk menentukan pemilihan operator seluler yang sesuai untuk mahasiswa STIE Kasih Bangsa. Penggunaan metode AHP merupakan metode yang tepat dalam meranking mana yang menjadi operator seluler terbaik yang akan dijadikan preferensi dalam pemilihan operator seluler yang sesuai di kalangan mahasiswa

AHP merupakan metode alat bantu yang lebih baik dalam penentuan alternatif terbaik. Untuk menetapkan alternatif terbaik diperlukannya metode pendukung, maka itu digunakan *Multiple Criteria Decision Making (MCDM)*, MCDM melakukan pengambilan keputusan dengan multiatribut melibatkan pemilihan alternatif terbaik dari beberapa macam alternatif.

Berdasarkan dengan pembahasan di atas, peneliti akan mencoba untuk meneliti apakah operator seluler yang sesuai untuk kalangan mahasiswa. Dari hasil dari penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian dalam skripsi yang berjudul **“PREFERENSI MAHASISWA STIE KASIH BANGSA DALAM MENENTUKAN PEMILIHAN OPERATOR SELULER”**.

B. Rumusan Masalah

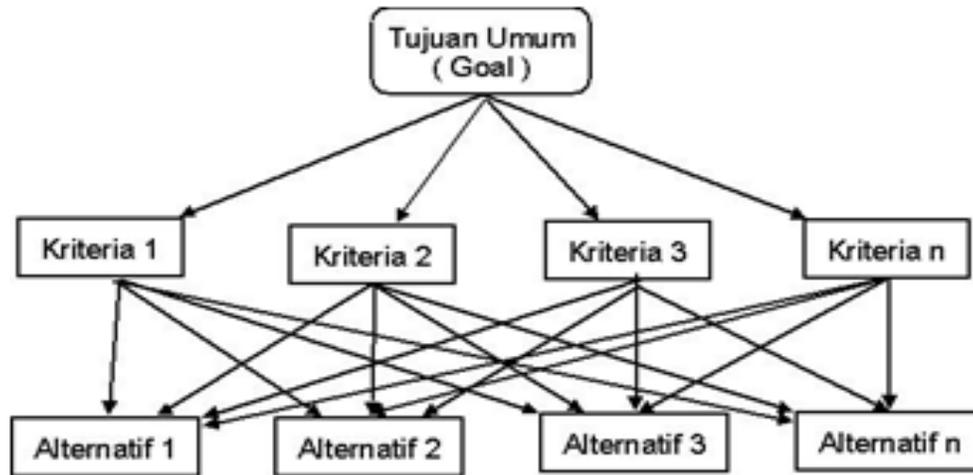
Bagaimana menentukan pemilihan operator seluler yang sesuai untuk mahasiswa STIE Kasih Bangsa berdasarkan alternatif terbaik yang telah ditetapkan.

C. Tujuan Penelitian

Untuk menentukan pemilihan operator seluler yang sesuai untuk mahasiswa di STIE Kasih Bangsa, berdasarkan kriteria dan alternatif yang telah ditetapkan

D. Landasan Teori

Menurut Thomas Lorie Saaty (1993 : 19), Metode AHP merupakan analisis yang dilakukan dengan cara memodelkan permasalahan secara bertingkat yang terdiri dari kriteria dan alternatif.



E. Indikator dan Pengertian Kualitas Produk

Menurut Tjiptono kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Dimensi kualitas adalah sebagai berikut

1. Kinerja, merupakan karakteristik operasi dari produk inti yang dibeli.
2. Fitur yaitu karakteristik pelengkap yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk.
3. Realibilitas, yaitu probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu.
4. Konformasi, yaitu tingkat kesesuaian produk dengan standard yang telah ditetapkan.
5. Daya tahan, berkaitan dengan jumlah pemakaian produk sebelum produk tersebut harus diganti.
6. Kemampuan diperbaiki, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan
7. Estetika, menyangkut penampilan produk yang dapat dinilai dengan panca indera.
8. Persepsi terhadap kualitas, yaitu kualitas yang dinilai berdasar reputasi penjual

F. Indikator dan Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, (2007:59) pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Indikator yang digunakan adalah :

1. Keramahan penjual terhadap pembeli.

Customer services mampu melayani pengguna operator dengan ramah.

2. Kecekanan penjual dalam melayani pembeli.

Cepat tanggapnya layanan konsumen pada sebuah perusahaan operator seluler dalam menangani masalah yang dihadapi pelanggan dalam penggunaan operator seluler

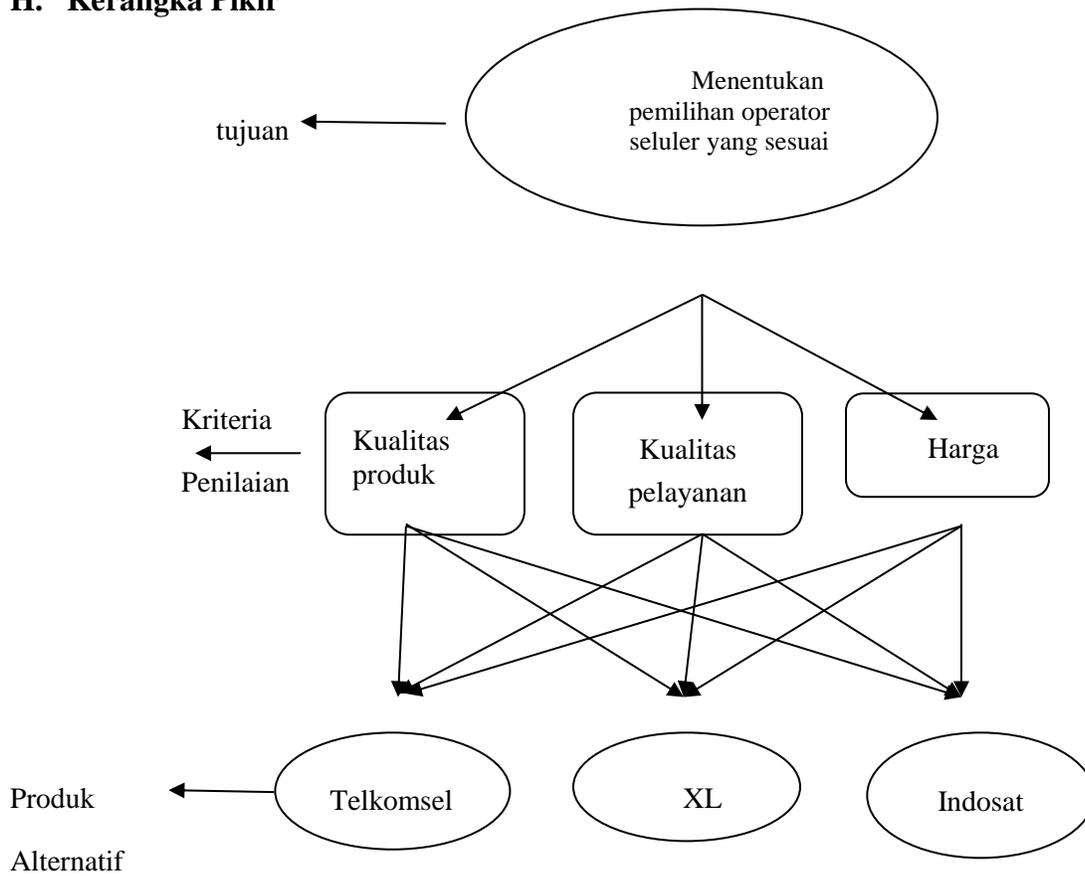
3. Kebersihan penampilan fisik

Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, Penataan eksterior dan interior, Kelengkapan, kesiapan dan kebersihan alat-alat yang dipakai dan Kerapian dan kebersihan penampilan petugas.

G. Persepsi Harga

Lupiyoadi, (2001:158) mengatakan bahwa harga pada suatu Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

H. Kerangka Pikir



**I. Metodologi Penelitian****Populasi dan Sampel Penelitian**

Peneliti mengambil populasi dan sampel penelitian dari Mahasiswa STIE Kasih Bangsa Angkatan 2011-2013. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data Metode yang digunakan adalah dengan cara survey dan pembagian kuesioner.

Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, dengan langkah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan permasalahan dan menentukan tujuan, AHP digunakan untuk menentukan Alternatif, maka tahap ini di lakukan pengembangan alternatif.
2. Menyusun masalah ke bentuk hierarki.
3. Menyusun prioritas tiap elemen masalah pada setiap hieraki. Prioritas dihasilkan dari matrix perbandingan berpasangan antar elemen pada tingkat hierarki yang sama
4. Melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandngan antar elemen yang didapatkan dari tiap tingkat hierarki

J. Analisis dan Pembahasan

Perhitungan Faktor Pembobotan Hirarki untuk Semua Kriteria

Hasil analisis preferensi gabungan dari 50 responden menunjukkan bahwa rincian nilai rata-rata kriteria kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga sebagai berikut :

Kriteria	Kualitas produk	Kualitas pelayanan	Harga
Kualitas produk	1	3	2
Kualitas pelayanan	1/3	1	1/2
Harga	1/2	2	1

Matriks Faktor Pembobotan Hirarki untuk Semua Kriteria yang Disederhanakan

Kriteria	Kualitas produk	Kualitas pelayanan	Harga
Kualitas produk	1,000	3,000	2,000
Kualitas pelayanan	0,333	1,000	0,500
Harga	0,500	2,000	1,000
Jumlah	1,833	6,000	3,500

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai vektor eigendihasilkan dari rata-rata bobot relatif untuk setiap baris. Hasilnya dapat pada tabel berikut ini:

Matriks Faktor Pembobotan Hirarki untuk Semua Kriteria yang dinormalkan

	kualitas produk	kualitas pelayanan	Harga	vector eigen (yang di normalkan)
kualitas produk	0,545	0,500	0,571	0,539
kualitas pelayanan	0,181	0,167	0,143	0,164
Harga	0,273	0,333	0,286	0,297

Selanjutnya nilai eigen maksimum (***I_{max}***) didapat dengan menjumlahkan hasil perkalian jumlah kolom dengan vektor eigen. Nilai eigen maksimum yang dapat diperoleh adalah:

$$I_{max} = (1,833 \times 0,539) + (6,000 \times 0,164) + (3,500 \times 0,297) = 3,011$$

Karena matriks berordo 3 (yakni terdiri dari 3 kriteria), nilai indeks konsistensi yang diperoleh:

$$CI = \frac{I_{max} - n}{n - 1} = \frac{3,011 - 3}{3 - 1} = \frac{0,011}{2} = 0,005$$

Untuk $n = 3$, $RI = 0,580$ (tabel Saaty), maka:

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,005}{0,580} = 0,009 < 0,100$$

$CR < 0,100$ berarti preferensi responden adalah konsisten.

Karena jika hasil perhitungan CR lebih kecil atau sama dengan 10%, ketidak konsistenan masih bisa di terima, sebaliknya jika lebih besar dari 10%, tidak bisa diterima

Vektor Prioritas

Priority Vector merupakan hasil penjumlahan dari semua sel disebelah kirinya, (pada baris yang sama) setelah terlebih dahulu dibagi dengan jumlah yang ada dibawahnya, kemudian hasil penjumlahan tersebut dibagi dengan angka 3. Angka 3 diperoleh dari jumlah kriteria yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga.

Matriks Vektor Prioritas

Kriteria	Kualitas produk	Kualitas pelayanan	Harga
Kualitas produk	1,000	3,000	2,000
Kualitas pelayanan	0,333	1,000	0,500



Kriteria	Kualitas produk	Kualitas pelayanan	Harga
Harga	0,500	2,000	1,000
Jumlah	1,833	6,000	3,500

Dengan demikian dapat diperoleh vektor prioritasnya, yaitu:

Vektor Prioritas = 0,539 , diperoleh dari: $(1,000/1,833+3,000/6,000+2,000/3,500)*1/3$

Vektor Prioritas = 0,164 , diperoleh dari: $(0,333/1,833+1,000/6,000+0,500/3,500)*1/3$

Vektor Prioritas = 0,297 , diperoleh dari: $(0,500/1,833+2,000/6,000+1,000/3,500)*1/3$

Perhitungan Faktor Evaluasi untuk Kriteria Kualitas Produk

Perbandingan berpasangan untuk kriteria **kualitas produk** pada 3 jenis perusahaan Operator Seluler yaitu perbandingan berpasangan antara Telkomsel terhadap XL Axiata, dan Indosat, Sehingga diperoleh hasil preferensi rata-rata dari 50 responden dalam matriks resiprokal sebagai berikut:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria Kualitas produk

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat
Telkomsel	1	6	7
XL Axiata	1/6	1	2
Indosat	1/7	1/2	1

Perhitungan matriks untuk kriteria **Kualitas Produk** adalah:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria Kualitas produk yang disederhanakan

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat
Telkomsel	10	6,000	7,000
XL Axiata	0,167	1,000	2,000
Indosat	0,143	0,500	1,000
Σ	1,310	7,500	10,000

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah total pada kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai vektor eigen dihasilkan dari rata-rata nilai bobot relatif untuk tiap baris. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria Kualitas Produk yang dinormalkan

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat	Vektor Eigen (yang dinormalkan)
Telkomsel	0,764	0,800	0,700	0,755
XL Axiata	0,127	0,133	0,200	0,153
Indosat	0,109	0,067	0,100	0,092

Selanjutnya nilai *eigen maksimum (Imax)* didapat dengan menjumlahkan hasil perkalian jumlah kolom dengan *vektor eigen*. Nilai eigen maksimum yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Imax = (1,310 \times 0,755) + (7,500 \times 0,153) + (10,000 \times 0,092) = 3,059$$

Karena matriks berordo 3 (yakni terdiri dari 3 alternatif), maka nilai indeks konsistensinya (CI) yang diperoleh adalah:

$$CI = \frac{Imax - n}{n - 1} = \frac{3,059 - 3}{3 - 1} = \frac{0,059}{2} = 0,029$$

Untuk $n = 3$, $RI = 0,580$ (tabel skala Saaty), maka:

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,029}{0,580} = 0,05 < 0,100$$

Karena $CR < 0,100$ berarti preferensi responden adalah konsisten.

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria kualitas pelayanan

Perbandingan berpasangan untuk kriteria kualitas pelayanan pada 3 jenis perusahaan OPERATOR SELULER, sehingga diperoleh hasil preferensi 50 responden dalam matriks resiprokal sebagai berikut:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria Kualitas Pelayanan

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat
Telkomsel	1	6	7
XL Axiata	1/6	1	2
Indosat	1/7	1/2	1

Perhitungan matriks untuk kriteria Kualitas Pelayanan adalah :

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria kualitas pelayanan yang disederhanakan

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat
Telkomsel	1,000	6,000	7,000
XL Axiata	0,167	1,000	2,000
Indosat	0,143	0,500	1,000
Σ	1,310	7,500	10,000

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah total pada kolomyang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai vektor eigendihasilkan dari rata-rata nilai bobot relatif untuk tiap baris. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria kualitas pelayanan yangdinormalkan.

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat	Vektor Eigen (yang dinormalkan)
Telkomsel	0,764	0,800	0,700	0,755
XL Axiata	0,127	0,133	0,200	0,153
Indosat	0,109	0,067	0,100	0,092

Selanjutnya nilai eigen maksimum (I_{max}) didapat dengan menjumlahkanhasil perkalian jumlah kolom dengan vektor eigen. Nilai eigen maksimum yang dapatdiperoleh adalah sebagai berikut:

$$I_{max} = (1,310 \times 0,755) + (7,500 \times 0,153) + (10,000 \times 0,092) = 3,059$$

Karena matriks berordo 3 (yakni terdiri dari 3 alternatif), maka nilai indeksskonsistensi (CI) yang diperoleh adalah:

$$CI = \frac{I_{max} - n}{n - 1} = \frac{3,059 - 3}{3 - 1} = \frac{0,059}{2} = 0,029$$

Untuk $n = 3$, $RI = 0,580$ (tabel skala Saaty), maka:

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,029}{0,580} = 0,05 < 0,100$$

Karena $CR < 0,100$ berarti preferensi responden adalah konsiste

Perhitungan Faktor Evaluasi untuk Kriteria Harga

Perbandingan berpasangan untuk kriteria **harga** pada 3 jenis perusahaan OPERATOR SELULER, sehingga diperoleh hasil preferensi dalam matriks resiprokal sebagai berikut:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria Harga

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat
Telkomsel	1	1/2	3
XL Axiata	2	1	4
Indosat	1/3	1/4	1

Perhitungan matriks untuk kriteria **harga** adalah:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria Harga yang disederhanakan

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat
Telkomsel	1,000	0,500	3,000
XL Axiata	2,000	1,000	4,000
Indosat	0,333	0,250	1,000
Σ	3,333	1,750	8,000

Dengan unsur-unsur pada tiap kolom dibagi dengan jumlah total pada kolom yang bersangkutan, akan diperoleh bobot relatif yang dinormalkan. Nilai vektor eigendihasilkan dari rata-rata nilai bobot relatif untuk tiap baris. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Matriks Faktor Evaluasi untuk Kriteria Harga yang dinormalkan

	Telkomsel	XL Axiata	Indosat	Vektor Eigen (yang dinormalkan)
Telkomsel	0,300	0,286	0,375	0,320
XL Axiata	0,600	0,571	0,500	0,557
Indosat	0,100	0,143	0,125	0,123

Selanjutnya nilai eigen maksimum (I_{max}) didapat dengan menjumlahkan hasil perkalian jumlah kolom dengan vektor eigen. Nilai eigen maksimum yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

$$I_{max} = (3,333 \times 0,320) + (1,750 \times 0,557) + (8,000 \times 0,123) = 3,023$$



Karena matriks berordo 3 (yakni terdiri dari 3 alternatif), maka nilai indeks konsistensi (CI) yang diperoleh adalah:

$$CI = \frac{Imax - n}{n - 1} = \frac{3,023 - 3}{3 - 1} = \frac{0,023}{2} = 0,012$$

Untuk $n = 3$, $RI = 0,580$ (tabel skala Saaty), maka:

$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0,012}{0,580} = 0,020 < 0,100$$

Karena $CR < 0,100$ berarti preferensi responden adalah konsisten.

Perhitungan Total Ranking/Prioritas Global

Faktor Evaluasi Total

Dari seluruh evaluasi yang dilakukan terhadap ke-3 kriteria yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga, yang selanjutnya dikalikan dengan vector prioritas. Dengan demikian kita peroleh tabel hubungan antara kriteria dengan alternatif.

Matriks Hubungan antara Kriteria dengan Alternatif

	Kualitas produk	Kualitas pelayanan	Harga
Telkomsel	0,755	0,755	0,320
XL	0,153	0,153	0,557
Indosat	0,092	0,092	0,123

Total Ranking

Untuk mencari total ranking untuk masing-masing perusahaan OPERATOR SELUER adalah dengan cara seperti pada tabel-tabel berikut

Total Ranking untuk Telkomsel

	Faktor Evaluasi	Faktor Bobot	Bobot Evaluasi
Kualitas produk	0,755	0,539	0,407
Kualitas pelayanan	0,755	0,164	0,124
Harga	0,320	0,297	0,095
Σ		1	0,626



Total Ranking untuk XL

	Faktor Evaluasi	Faktor Bobot	Bobot Evaluasi
Kualitas produk	0,153	0,539	0,082
Kualitas pelayanan	0,153	0,164	0,025
Harga	0,557	0,297	0,165
Σ		1	0,273

Total Ranking untuk Indosat

	Faktor Evaluasi	Faktor Bobot	Bobot Evaluasi
Kualitas produk	0,092	0,539	0,050
Kualitas pelayanan	0,092	0,164	0,015
Harga	0,123	0,297	0,037
Σ		1	0,101

G. Pembahasan

Dari hasil survey dan pengolahan data yang dilakukan diketahui dalam pemilihan operator yang sesuai bagi mahasiswa STIE Kasih Bangsa adalah sebagai berikut :

Telkomsel sebagai operator seluler yang paling sesuai untuk mahasiswa STIE kasih bangsa, yang berada pada urutan pertama berdasarkan perhitungan secara global dengan nilai 0,626, Pada urutan kedua ditempati XL Axiata dengan nilai 0,273, dan ketiga ditempati oleh Indosat dengan nilai 0,101.

Alternatif terbaik dalam pemilihan operator seluler yang sesuai bagi mahasiswa STIE Kasih Bangsa berdasarkan kriteria yang ada adalah Telkomsel, yang menjadi peringkat pertama sebagai Alternatif terbaik dalam pemilihan operator seluler yang paling sesuai bagi mahasiswa STIE Kasih Bangsa, jika di lihat dari segi kualitas produk nilai bobot telkomsel sebesar 0.755 atau 75,5%, pada segi kualitas pelayanan dengan nilai bobot 0.755 atau 75,5%, dan pada segi harga dengan nilai bobot 0,320 atau 32%.

Pada peringkat kedua ditempati oleh XL Axiata, berdasarkan pada kriteria kualitas produk XL Axiata memiliki nilai bobot 0.154 atau 15,4%, pada segi kualitas pelayanan XL Axiata memiliki nilai bobot 0.153 atau 15,3%, pada segi harga dengan nilai bobot 0,557 atau 55,7%.



Dan Indosat pada peringkat ketiga, bila dilihat dari segi kualitas produk Indosat memiliki nilai bobot 0.092 atau 9,2%, pada segi kualitas pelayanan dengan nilai bobot 0.092 atau 9,2%, dan pada segi harga dengan nilai bobot 0,123 atau 12,3 %.

Berdasarkan hasil survey dan pengolahan data dapat diketahui juga, bahwa kriteria kualitas produk merupakan kriteria yang paling penting bagi mahasiswa STIE Kasih Bangsa dalam pemilihan operator seluler dengan bobot 0,539 atau 53,9 %, prioritas kedua adalah kriteria harga dengan nilai bobot 0,297 atau 29,7%, dan ketiga adalah kriteria kualitas pelayanan dengan nilai bobot 0,164 atau 16,4%.

H. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Untuk menjawab tujuan penelitian yaitu menentukan pemilihan operator seluler yang sesuai untuk mahasiswa STIE Kasih Bangsa adalah sebagai berikut:

1. Operator seluler yang sesuai untuk mahasiswa STIE kasih bangsa adalah Telkomsel.

Alternatif terbaik dalam pemilihan operator seluler yang sesuai bagi mahasiswa STIE Kasih Bangsa berdasarkan kriteria yang ada adalah Telkomsel, dengan bobot penilaian pada segi kualitas produk sebesar 0.755 atau 75,5%, pada segi kualitas pelayanan dengan nilai bobot 0.755 atau 75,5%, dan segi harga dengan nilai bobot 0,320 atau 32%.

Pada peringkat kedua ditempati oleh XL Axiata, dengan bobot penilaian pada kriteria kualitas produk sebesar 0.154 atau 15,4%, pada segi kualitas pelayanan dengan nilai bobot 0.153 atau 15,3%, dan pada segi harga dengan nilai bobot 0,557 atau 55,7%.

Indosat pada peringkat ketiga, dengan bobot penilaian dari segi kualitas produk dengan nilai 0.092 atau 9,2%, pada segi kualitas pelayanan dengan nilai bobot 0.092 atau 9,2%, dan pada segi harga dengan nilai bobot 0,123 atau 12,3 %.

2. Kriteria yang paling penting bagi mahasiswa STIE Kasih Bangsa dalam pemilihan operator seluler adalah kriteria kualitas produk, prioritas kedua adalah kriteria harga dan ketiga adalah kriteria kualitas pelayanan.

Saran

1. Untuk pengembangan dalam ilmu pengetahuan yang dapat dilakukan berkaitan dengan pemecahan masalah pengambilan keputusan lainnya dapat pula dilakukan evaluasi dengan metode *Analytical Hierarchy Proses* (AHP) dengan mempertimbangkan kriteria yang dipilih sebagai faktor penentu keberhasilan implementasi..



DAFTAR PUSTAKA

- Lupiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*, Salemba Empat, Jakarta.
- Persulesy, Grace.,2008, Analisis Faktor-Faktor Yang Keputusan Konsumen Dalam Memilih Operator Seluler, *jurnal fokus ekonomi (7)*, hal. 157.
- Saaty, Thomas L.,. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks. Seri Manajemen No. 134.PT.* Pustaka Binaman pressindo, Jakarta
- Tjiptono, Fandy., 2007. *Strategi Pemasaran*, Andi Ofset. Yogyakarta.
- _____, 2001, *Strategi Pemasaran*, Andi. Yogyakarta.