

**SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN MEREK  
LIPSTIK DENGAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS***

**( Studi Kasus: Sukabumi )**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh  
Gelar Sarjana Sistem Informasi*

**Awaliah Nur Ajny**

**16175012**



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**UNIVERSITAS NUSAPUTRA**

**SUKABUMI**

**2020**

## **ABSTRACT**

*The trend and development of lipstick among Indonesian women is always happening and never sinks from time to time. The variety of lipstick products is often confusing for people who have little knowledge of lipsticks but want to use them. Decision Support System using Analytical Hierarchy Process (AHP) is a decision making method for determining priority problems from various alternatives. The application of AHP in this study is to determine the lipstick brand that matches the desired criteria. AHP will simplify and simplify decision making by lipstick users. Based on AHP calculations, the most important priority criteria are obtained in determining the selection of lipstick brands where texture, price and packaging are the priority of the user in choosing the lipstick brand and the highest matrix value is obtained by the Mybelin brand with a matrix value of 0.26393.*

***Kata Kunci : Lipstick Brands, AHP, Decision Support Systems***

## **ABSTRAK**

Tren dan perkembangan lipstik dikalangan wanita indonesia selalu terjadi dan tidak pernah tenggelam dari masa kemasa. Banyaknya produk lipstik sering kali membingungkan bagi orang yang memiliki sedikit pengetahuan tentang lipstik namun ingin memakainya. Sistem Pendukung Keputusan dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan suatu metode pengambil keputusan terhadap masalah penentuan prioritas dari berbagai alternatif. Penerapan AHP dalam penelitian ini adalah menentukan merek lipstik yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. AHP akan mempermudah dan menyederhanakan pengambilan keputusan oleh pengguna lipstik. Berdasarkan perhitungan AHP, diperoleh prioritas kriteria yang paling penting dalam penentuan pemilihan merek lipstik dimana tekstur, harga dan kemasan menjadi prioritas pengguna dalam pemilihan merek lipstik dan nilai matrik tertinggi diperoleh oleh merek Mybelin dengan nilai matrik 0.26393.

**Kata Kunci : Merek Lipstik, AHP, Sistem Pendukung Keputusan**

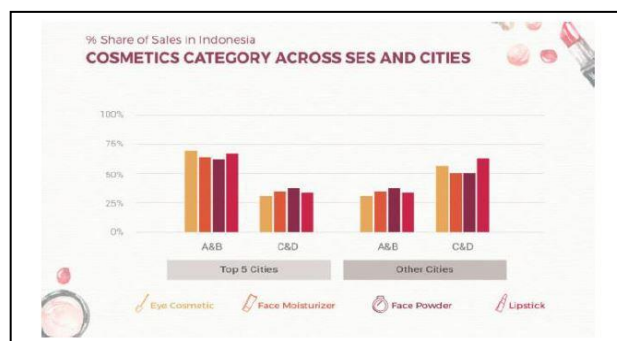
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

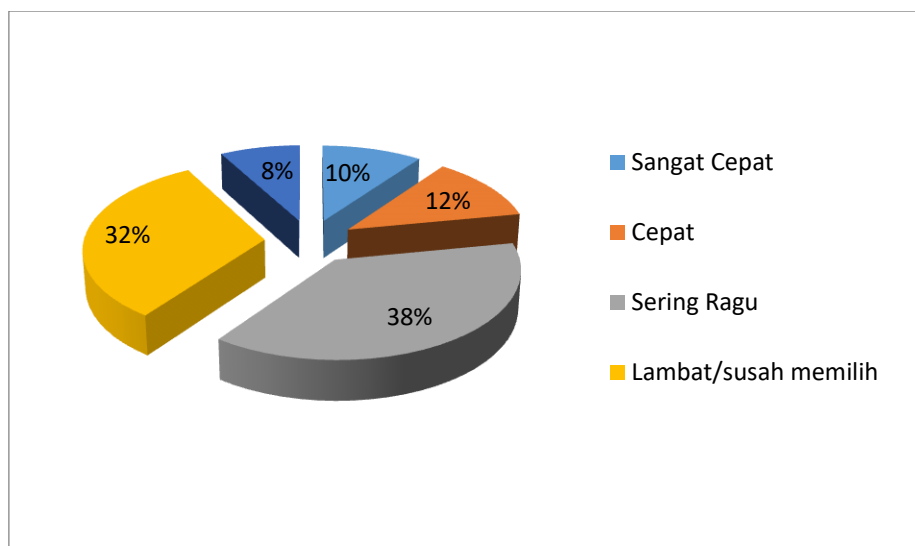
Lipstik merupakan kosmetik yang diterapkan pada bibir untuk menentukan bentuk dan memberi warna serta memberikan perlindungan. Awalnya lipstik mulai muncul dalam peradaban di Timur Tengah, Afrika Utara dan India. Pada akhir abad ke-19 ketika kemajuan industri berkembang pesat, industri kecantikan Perancis mulai memproduksi lipstik untuk penjualan komersial, kemudian perlahan-lahan lipstik menjadi semakin populer seperti saat ini [1].

Berdasarkan dari riset yang telah dilakukan oleh snapcart di seluruh Indoneisa dengan menganalisa 2.442 struk belanja perempuan milenial dengan rentang usia 25 hingga 34 tahun yang diambil pada Januari hingga September 2019, lipstik merupakan salah satu produk kosmetik yang paling laku dipasaran, baik itu di lima kota besar di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, dan Makassar) maupun dikota lainnya [2].



**Gambar 1.1** Grafik Persentase Pembelian Kosmetik Berdasarkan SES (*Socio Economic Status*) Sumber: *SnapCart*

Tren dan perkembangan lipstik dikalangan wanita indonesia selalu terjadi dan tidak pernah tenggelam dari masa kemasa. Begitu banyak produk lipstik yang saling bersaing dipasar baik itu produk lokal maupun luar negeri. Banyaknya produk lipstik sering kali membingungkan, bagi orang yang memiliki sedikit pengetahuan tentang lipstik namun ingin memakainya.



**Gambar 1.2** Diagram Responden Pemakai Lipstik

Diagram pada gambar 1.2 menunjukkan hasil kuesioner terhadap pengguna lipstik sebanyak 50 Responden, 38% dari 50 responden sering ragu ketika memilih merek lipstik, dan 32 % menjawab lambat dalam pemilihan merek lipstik yang memenuhi kriteria yang diinginkan, 12% menjawab sangat sulit memilih merek lipstik yang cocok dengan kriteria yang diinginkan. Dari permasalahan diatas menunjukkan bahwa pentingnya Sistem Pendukung Keputusan untuk membantu para pengguna lipstik dalam menentukan pilihan merek lipstik yang sesuai dengan kebutuhan dan kriteria.

Berdasarkan kecocokan perspektif dari 30 orang responden penilaian paket layanan internet hasil yang didapat menggunakan metode AHP menunjukkan 84,62 % tepat dengan hasil yang diharapkan pengguna, sementara dengan menggunakan metode SAW hanya memperoleh persentase 76,92% [3].

Dengan penjelasan diatas diharapkan metode AHP dapat membantu dalam pengambilan keputusan bagi pengguna produk lipstik yang sesuai dengan kebutuhan serta kriteria pemakainya.

Dari Latar belakang diatas maka penulis mengangkat judul penelitian “**Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Merek Lipstik Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process***”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menentukan merek lipstik terbaik bagi perempuan menggunakan metode AHP ?

2. Berapa bobot nilai masing – masing kriteria dari penerapan AHP dalam proses pemilihan merek lipstik ?
3. Bagaimana *interface* sistem yang akan dibuat dalam sistem pendukung keputusan pemilihan merek lipstik ?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan ini lebih terarah dan disesuaikan dengan sumber yang ada pada penulis, maka dibuat pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Kriteria-kriteria yang menjadi prioritas dalam menentukan merek lipstik yaitu harga, aroma, komposisi, tekstur dan kemasan.
2. Data diperoleh dengan melakukan survei membagikan kuesioner daring, dengan total 50 responden.
3. Sistem Pendukung Keputusan di implementasikan pada sistem informasi berbasis *Web*.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan hasil yang akurat dalam menentukan merek lipstik.
2. Mengetahui nilai bobot yang dihasilkan dari masing-masing kriteria.
3. Untuk mengetahui *interface* sistem yang di implementasikan pada proses pemilihan kriteria merek lipstik.

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi.
  - b. Dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai

acuan dari penjualan.

b. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, bagi penulis dapat digunakan sebagai latihan dan penerapan disiplin ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan dan dapat menambah pengalaman dan wawasan dalam pembuatan program aplikasi khususnya sistem pendukung keputusan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Materi yang tertera pada Laporan Skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

### **BAB IPENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa *literature review* yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metode penelitian metode pengumpulan data, teknik analisa data, langkah-langkah penelitian, jadwal penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang hasil pengolahan data dari penelitian yang dilakukan dalam bentuk aplikasi dan data ilmiah.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi system berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Finisa. Husnul, Tatik Widiharih & Moch. Abdul Mukid.2017.*Pemilihan Merek Lipstik Terfavorit dengan berbasis GUI MATLAB*. Diponogoro : Jurnal Gaussian, Volume 6, Nomor 3.
- [2] snapcart.2015.*Menganalisis Konsumen Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia*.<https://snapcart.global/press/menganalisis-konsumsi-kosmetik-perempuan-millennials-indonesia/>
- [3] Pawestri, Dian.2013.*Perbandingan Pengguna Metode AHP dan Metode SAW untuk sistem pendukung keputusan pemilihan paket layanan internet*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- [4] Ashaf, Didit Herdiawan, Sutijno Wahyu & Ahmadani.2019. *Decision Support System Determines the Purchase of House Right Using Analytical Hierarchy Proess (AHP) And Borda Methods*. International Journal of ASRO Volume 10, number 1,p 1-9.
- [5] Maarif, Vadya,. Hdayat Muhammad Nur & Tri Ayu.2019.*Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare yang sesuai dengan jenis kulit wajah menggunakan logika Fuzzy*. Jurnal Sains dan Manajemen ISSN : 2338-8161, E-ISSN : 2657-0793
- [6] Adhiyah, Luthfatul & Hindayati Mustafidah.2016. *Sistem Pendukung Keutusan Pemilihan Lensa Kontak (Softlens) Menggunakan etode Simple Additive Weighting (SAW)*. JUITA ISSN : 2686-9398 Vol.IV Nomor 2.
- [7] Husnul Finisa, Tatik Widiharih & Moch Abdul Mukid.2017. *Pemilihan Merek Lipstik Terfavorit dengan MADM berbasis GUI MATLAB*, ISSN: 2339-2541 Vol.6 Nomor 3.
- [8] Dudih Gustian, Maryam Nurhasanah & Muhammad Arip.2019. *Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Penerimaan Karyawan dengan Metode Analytical Hierarchy Process*, ISSN : 2460-5255, ISSN : 2443-4159.
- [9] Kusrini.2007. *Konsep dan aplikasi sistem pendukung keputusan*. Andi. Yogyakarta.
- [10] Qurota A'yuni.2020. *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Parfum Perempuan dengan Analytical Hierarchy Process*, ISSN. P:2715-1875, E: 2715-1883.



Library Innovation Unit  
**LIU**