

METODE *SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING* UNTUK PEMILIHAN TRANSPORTASI ONLINE TERBAIK

Syamsul Bakhri¹, Ali Haidir²,
Aziz Setyawan Hidayat³, Hanafi Eko Darono⁴,
Chandrabuana Hanggara Saputra⁵

Program Studi Teknologi Komputer^{1,3}, Program Studi Sistem
Informasi^{2,4}, Program Studi Teknologi Informasi⁵
Fakultas Teknik dan Informatika^{1,2,3,4,5}
Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2,3,4,5},

Email: syamsul.slb@bsi.ac.id, ali.alh@bsi.ac.id, aziz.aiz@bsi.ac.id,
hanafi.haf@bsi.ac.id, 17190449@bsi.ac.id⁵

Received: July 31, 2023. **Revised:** August 22, 2023. **Accepted:** August 23, 2023.
Issue Period: Vol.7 No.4 (2023), Pp.895-905

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan internet yang semakin meningkat terhadap daya cipta anak muda di Indonesia, terutama melalui perkembangan perusahaan digital seperti Gojek dan Grab. Fokus penelitian ini adalah pada bisnis transportasi online yang mengalami pertumbuhan pesat. Metode *Simple Additive Weighting* digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam memilih transportasi online dan memberikan alternatif pilihan kepada konsumen. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 30 responden masyarakat di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gojek mendapatkan nilai total sebesar 52,6 dengan kriteria tarif memiliki nilai tertinggi yaitu 25,2, diikuti oleh kriteria pelayanan (15), kemudahan penggunaan aplikasi (7,75), dan kepercayaan konsumen (4,65). Sementara itu, Grab memperoleh nilai total sebesar 32,225 dengan kriteria tarif juga memiliki nilai tertinggi yaitu 15,2, diikuti oleh kriteria pelayanan (9,5), kemudahan penggunaan aplikasi (4,75), dan kepercayaan konsumen (2,2775). Temuan ini menunjukkan bahwa faktor tarif merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi konsumen dalam memilih transportasi online, terutama bagi pengguna Gojek. Selain itu, pelayanan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kepercayaan konsumen juga menjadi pertimbangan penting dalam memilih platform transportasi online. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan transportasi online untuk meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik.

Kata kunci: Transportasi; Online; *Simple Additive Weighting*;

Abstract: This study aims to analyze the influence of the increasing use of the internet on the creativity of young people in Indonesia, especially through the development of digital companies such as Gojek and Grab. The focus of this research is on the online transportation business which is experiencing rapid growth. The *Simple Additive Weighting* method is used to identify the factors that most influence



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

consumers in choosing online transportation and provide alternative choices to consumers. Research data was collected through questionnaires distributed to 30 community respondents in Jakarta. The results showed that Gojek got a total score of 52.6 with the tariff criterion having the highest score of 25.2, followed by service criteria (15), ease of use of the application (7.75), and consumer trust (4.65). Meanwhile, Grab obtained a total score of 32.225 with the fare criteria also having the highest score of 15.2, followed by service criteria (9.5), ease of use of the application (4.75), and consumer trust (2.2775). These findings indicate that the tariff factor is one of the main factors influencing consumers in choosing online transportation, especially for Gojek users. In addition, service, ease of use of applications, and consumer trust are also important considerations in choosing an online transportation platform. The results of this study can be input for online transportation companies to improve service quality and better meet consumer needs.

Keywords: *Transportation; On line; Simple Additive Weighting;*

I. PENDAHULUAN

Internet telah mengubah cara kita hidup dan berinteraksi dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari. Dari mencari informasi, bekerja, berbelanja, hingga bersosialisasi melalui media sosial, internet telah melekat kepada kehidupan sebagian besar populasi dunia. Di Indonesia, penggunaan internet telah mencapai angka yang mengesankan, mencakup 64,8% dari total populasi negara, yaitu sekitar 171,7 juta pengguna [1]. Pertumbuhan ini menunjukkan betapa pentingnya internet dalam kehidupan masyarakat Indonesia, dan pembangunan infrastruktur yang memadai telah menjadi salah satu pendorong utama perkembangan ini.

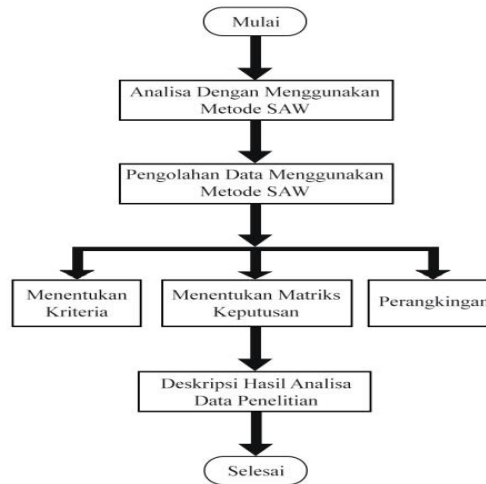
Tingginya penetrasi internet di kalangan anak-anak dan remaja juga mencerminkan dampak besar yang dimiliki teknologi digital. Hampir semua anak-anak dan remaja di Indonesia telah mengenal dan menggunakan internet, dengan 79,5% di antaranya menjadi pengguna aktif [2]. Fenomena ini memberikan gambaran tentang bagaimana internet telah mempengaruhi perkembangan daya cipta dan kreativitas generasi muda Indonesia. Peningkatan penggunaan internet juga memberikan dampak positif bagi perkembangan start-up dan perusahaan digital di tanah air. Dengan infrastruktur dan platform digital yang berkembang pesat, perusahaan transportasi online seperti Gojek, Grab, Maxim, dan InDriver telah tumbuh menjadi perusahaan besar yang berperan penting dalam menyediakan layanan transportasi online. Mayoritas masyarakat paling banyak menggunakan aplikasi transportasi online Gojek, menurut riset Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kementerian Perhubungan (Kemenhub). Tercatat 59,13% responden mengaku memilih aplikasi perusahaan decacorn dalam negeri tersebut. Setelah Gojek, Grab mendapat 32,24% penggunaan, Maxim 6,93%, InDriver 1,47%, dan aplikasi lain 0,23%. (Permatasari, S. S., Tambun, S., & Hutagalung, I. 2023). Gojek dan Grab, dengan logo berwarna biru yang serupa, fitur layanan yang hampir sama, dan harga yang wajar, menjadi dua opsi transportasi online paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.

Sebagai hipotesis dari penentuan sistem keputusan dengan Simple Additive Weighting (SAW) dapat menghitung nilai bobot untuk setiap atribut, memberi pilihan alternatif yang membuat konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat dalam memilih Transportasi Online. Dengan mempertimbangkan berbagai kriteria penting seperti harga, waktu tunggu, kualitas layanan, dan lain sebagainya.



II. METODE DAN MATERI

Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Langkah-langkah penelitian[3], yaitu :

1. Analisa Data

Dalam penelitian ini menggunakan *Simple Additive Weighting* (SAW), sebagai metode deskriptif kuantitatif yang lebih sering digunakan untuk analisis data...

2. Pengolahan Data

a. Menentukan Kriteria

Kriteria untuk nilai bobot preferensi telah ditetapkan, membuat penilaian menjadi lebih sederhana. Saat membagi masalah yang kompleks atau tidak terstruktur menjadi sub-masalah, identifikasi kriteria yang digunakan untuk memilih alternatif dan susun dalam skala

b. Menentukan Matriks Keputusan

Pembuatan matriks keputusan (x) yang diambil dari tabel rating kecocokan dari setiap alternatif setiap kriteria.

c. Perangkingan

Untuk menghitung nilai preferensi (Vi) diperoleh dari penjumlahan, perkalian elemen baris matriks ternormalisasi (R) dengan bobot preferensi (W).

$$r_{ij} = \begin{cases} \frac{X_{ij}}{\max X_{ij}} & \text{jika } j \text{ adalah keuntungan (benefit)} \\ \frac{\min X_{ij}}{X_{ij}} & \text{jika } j \text{ adalah atribut biaya (cost)} \end{cases}$$

$$V_i = \sum_{j=1}^n W_j r_{ij}$$

Sumber : [4]

Gambar 1. Rumus Untuk Normalisasi dan Preferensi



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

3. Deskripsi Hasil Data dan Penelitian

Setelah tahap pengolahan data dengan metode *Simple Additive Weighting (SAW)* menghasilkan data yang merupakan hasil dari proses yang dilakukan.

Metode Pengumpulan data

1. Observasi

Tahap Observasi, penulis meneliti secara langsung objek penelitian, terpenting pada para pengguna aplikasi Transportasi Online sehingga diperoleh data dan fakta sesuai dengan masalah yang ada.

2. Wawancara

Dalam Wawancara penulis mengumpulkan data secara langsung dengan para pengguna aplikasi Transportasi Online untuk mengetahui faktor konsumen dalam menggunakan aplikasi Transportasi Online.

3. Studi Pustaka

Dalam Studi Pustaka penulis mencari landasan teori dan data yang relevan dengan materi tugas skripsi melalui membaca buku, teks panduan skripsi, dan jurnal yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi ini.

4. Kuesioner

Suatu teknik pengumpulan data yang berisi pertanyaan atau pernyataan tertulis yang di sajikan kepada responden. Dengan memberikan kuesioner untuk konsumen pengguna Transportasi Online

III. PEMBAHASAN DAN HASIL**Pembahasan**

Penelitian ini memakai kuesioner berupa Google Form kepada 30 pengguna Transportasi Online yang berkaitan dengan proses kriteria pemilihan Transportasi Online dan dari hasil kuesioner dapat dengan mudah dianalisis. Data kuesioner mencakup skor menentukan kriteria pemilihan Transportasi Online berdasarkan aspek Tarif, Pelayanan, Kemudahan menggunakan aplikasi, dan Kepercayaan konsumen terhadap Transportasi Online Tersebut. Dalam penelitian, penulis juga menggunakan aplikasi Microsoft Excel untuk memudahkan menghitung normalisasi matrik.

Tabel 1. Variabel dan bobot

Keterangan	Bobot Kriteria
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : [5]



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Tabel 2. Kriteria

Kode Kriteria	Ketentuan Kriteria
C1	Tarif Transportasi Online
C2	Kemudahan Aplikasi Transportasi Online
C3	Pelayanan Transportasi Online
C4	Kepercayaan Konsumen Terhadap Transportasi Online

Harga atau tarif

Harga yang sesuai dengan kualitas berbeda ditukar untuk mendapatkan artikel. Oleh karena itu, biaya realisasi atau biaya administrasi merupakan penentu manfaat pasar. Harga juga dapat mempengaruhi pangsa pasar perusahaan dan posisi kompetitif. Untuk organisasi, biaya akan diamortisasi dengan menghasilkan sejumlah kecil pendapatan dan laba bersih [6].

Kemudahan dalam Penggunaan Aplikasi

Sejauh mana pelanggan percaya bahwa berbelanja online akan menyebabkan peningkatan pengeluaran dan kenyamanan yang dengannya mereka dapat berinteraksi dengan situs web dan mendapatkan informasi produk yang dibutuhkan disebut kenyamanan. Ketika mengadopsi sistem informasi, kemudahan penggunaan merupakan faktor yang sangat penting karena basis pengguna sistem. Jika suatu sistem sulit digunakan, pengguna akan menganggapnya tidak berguna dan mengabaikannya[7].

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang normal dan menguasai sejauh ini untuk memuaskan keinginan pelanggan. Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang menentukan kualitas layanan: layanan yang diharapkan dan dirasakan, atau kualitas layanan yang dirasakan dan dicapai. Jika dukungan diterima atau tampak benar, kualitas dukungan dianggap baik dan memuaskan. Jika bantuan yang diterima atau dilihat melebihi anggapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dianggap kualitas yang optimal. Di sisi lain, kualitas layanan dianggap kurang lancar jika disampaikan pada tingkat yang lebih rendah dari yang diharapkan.[8].

Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan salah satu pihak terhadap kualitas, kekuatan, dan keaslian pihak lain tanpa goyah dalam hubungan, dan keyakinan bahwa pelaksanaannya merupakan dukungan pemerintah dan akan memberikan hasil yang positif bagi pihak yang dipercaya. Menurut Kurniasari, loyalitas hanya bisa dibangun melalui kepercayaan dan dedikasi. Dalam hal mendefinisikan tanggung jawab, kepercayaan itu penting, dan tanggung jawab sering bertentangan dengan kecenderungan, yang merupakan kunci keberanian[9].



Rekap Kuesioner

Tabel 3. Rekap Kuesioner

Data	Kriteria			
	C1	C2	C3	C4
Hendra Pratama	3	3	3	3
Dhea	4	4	4	4
Arifah	4	3	3	3
Wisnu Rama	3	3	3	3
Jodi	4	3	4	4
Wahyu	3	3	3	4
Puput	3	4	3	3
Retno Seti	3	3	3	3
Dedeh Lia	3	3	3	3
Arsyad gilang	3	3	3	3
Rafli	3	3	3	3
ageng Saputra	3	3	3	3
wisnu Bachtiar	4	4	3	4
Aldi agung	3	4	4	3
Nurul Fareza	3	4	3	3
Rosidah putri	4	4	4	4
Jihan Meidiana	3	3	3	3
Catur Huda Pratama	4	3	4	4
Mahdi Firmansyah	3	3	3	3
Syahiena Maulana Syaputra	4	4	4	4
Sumaryati	4	3	3	3
Hamidah	4	3	4	4
Panji	4	4	4	4
Nurul zahra	4	4	4	4
Nursanipah Handayani	4	4	4	3
Sasyah	4	3	4	4
Akbar Ariq	3	3	3	3
Nurjannah	3	3	3	3
Repan	4	4	4	4
Sri Kuntari	3	3	3	3

Keterangan:

Data : Calon yang diseleksi

C : Kriteria

Tabel diatas merupakan isi kuesioner dimana setiap item instrumen nilai tersebut diambil dari *rating scale*.



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Tabel 4. Data Matrik

Data	Kriteria			
	C1	C2	C3	C4
Hendra Pratama	0,75	0,75	0,75	0,75
Dhea	1	1	1	1
Arifah	1	0,75	0,75	0,75
Wisnu Rama	0,75	0,75	0,75	0,75
Jodi	1	0,75	1	1
Wahyu	0,75	0,75	0,75	1
Puput	0,75	1	0,75	0,75
Retno Seti	0,75	0,75	0,75	0,75
Dedeh Lia	0,75	0,75	0,75	0,75
Arsyad gilang	0,75	0,75	0,75	0,75
Rafli	0,75	0,75	0,75	0,75
ageng Saputra	0,75	0,75	0,75	0,75
wisnu Bachtiar	1	1	0,75	1
Aldi agung	0,75	1	1	0,75
Nurul Fareza	0,75	1	1	0,75
Rosidah putri	1	1	1	1
Jihan Meidiana	0,75	0,75	0,75	0,75
Catur Huda Pratama	1	0,75	1	1
Mahdi Firmansyah	0,75	0,75	0,75	0,75
Syahiena Maulana Syaputra	1	1	1	1
Sunaryati	1	0,75	0,75	0,75
Hamidah	1	0,75	1	1
Panji	1	1	1	1
Nurul zafra	1	1	1	1
Nursaripah Handayani	1	1	1	0,75
Sasyah	1	0,75	1	1
Akbar Ariq	0,75	0,75	0,75	0,75
Nurjannah	0,75	0,75	0,75	0,75
Repan	1	1	1	1
Sri Kuntari	0,75	0,75	0,75	0,75

Keterangan:

Data : Calon yang diseleksi

C : Kriteria

Tabel diatas merupakan data matrik dimana setiap kriteria didapat dari rekap kuesioner berdasarkan nilai bobot yang telah ditentukan.

Untuk kriteria tarif merupakan atribut biaya/cost maka yang di cari adalah nilai minimalnya yaitu 0,75. Sedangkan kriteria pelayanan, kemudahan dan kepercayaan atribut benefit/keuntungan, nilai maksimalnya yaitu nilainya masing-masing 1.



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Tabel 5. Data Normalisasi

DATA	Tarif Cost	Pelayanan Benefit	Kemudahan Benefit	Kepercayaan Benefit
Hendra Pratama	1	0,75	0,75	0,75
Dhea	0,75	1	1	1
Arifah	0,75	0,75	0,75	0,75
Wisnu Rama	1	0,75	0,75	0,75
Jodi	0,75	0,75	1	1
Wahyu	1	0,75	0,75	1
Puput	1	1	0,75	0,75
Retno Seti	1	0,75	0,75	0,75
Dedeh Lia	1	0,75	0,75	0,75
Arsyad gilang	1	0,75	0,75	0,75
Rafli	1	0,75	0,75	0,75
ageng Saputra	1	0,75	0,75	0,75
wisnu Bachtiar	0,75	1	0,75	1
Aldi agung	1	1	1	0,75
Nurul Fareza	1	1	1	0,75
Rosidah puti	0,75	1	1	1
Jihan Meidiana	1	0,75	0,75	0,75
Catur Huda Pratama	0,75	0,75	1	1
Mahdi Firmansyah	1	0,75	0,75	0,75
Syahiena Maulana Syaputra	0,75	1	1	1
Sumaryati	0,75	0,75	0,75	0,75
Hamidah	0,75	0,75	1	1
Panji	0,75	1	1	1
Nurul zahra	0,75	1	1	1
Nursaripah Handayani	0,75	1	1	0,75
Sasyah	0,75	0,75	1	1
Akbar Ariq	1	0,75	0,75	0,75
Nurjannah	1	0,75	0,75	0,75
Repan	0,75	1	1	1
Sri Kuntari	1	0,75	0,75	0,75

Hasil dari normalisasi selanjutnya dikalikan dengan bobot kriteria sesuai jenjangnya :

Bobot Vektor = [0,25 , 0,25 , 0,2 , 0,3]

Untuk mempermudah dalam perhitungan hasil vektor, penulis menggunakan excel untuk menghitung vektor.

Dengan rumus :

Hasil Vektor : =C4*C\$34



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Tabel 6. Hasil Vektor/Preferensi

Data	Kriteria				Vi
	C1	C2	C3	C4	
Hendra Pratama	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Dhea	0,1875	0,25	0,2	0,3	0,9375
Arifah	0,1875	0,1875	0,15	0,225	0,75
Wisnu Rama	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Jodi	0,1875	0,1875	0,2	0,3	0,875
Wahyu	0,25	0,1875	0,15	0,3	0,8875
Puput	0,25	0,25	0,15	0,225	0,875
Retno Seti	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Dede Lia	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Arsyad gilang	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Rafli	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
ageng Saputra	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
wisnu Bachtiar	0,1875	0,25	0,15	0,3	0,8875
Aldi agung	0,25	0,25	0,2	0,225	0,925
Nurul Fareza	0,25	0,25	0,2	0,225	0,925
Rosidah puti	0,1875	0,25	0,2	0,3	0,9375
Jihan Meidiana	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Catur Huda Pratama	0,1875	0,1875	0,2	0,3	0,875
Mahdi Firmansyah	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Syahiena Maulana Syaputra	0,1875	0,25	0,2	0,3	0,9375
Sumaryati	0,1875	0,1875	0,15	0,225	0,75
Hamidah	0,1875	0,1875	0,2	0,3	0,875
Panji	0,1875	0,25	0,2	0,3	0,9375
Nurul zahra	0,1875	0,25	0,2	0,3	0,9375
Nursaripah Handayani	0,1875	0,25	0,2	0,225	0,8625
Sasyah	0,1875	0,1875	0,2	0,3	0,875
Akbar Ariq	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Nurjannah	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125
Repan	0,1875	0,25	0,2	0,3	0,9375
Sri Kuntari	0,25	0,1875	0,15	0,225	0,8125

Hasil

Berdasarkan hipotesis, penggunaan *Simple Additive Weighting* (SAW) dapat memberi konsumen alternatif keputusan Transportasi Online yang tepat. Dari hasil dari perhitungan dapat disimpulkan bahwa:

- Gojek, total seluruh kriteria 15,44
 - Untuk kriteria tarif mendapatkan hasil **3,94**
 - Untuk kriteria pelayanan mendapatkan hasil **3,75**.
 - Untuk kriteria kemudahan penggunaan aplikasi mendapatkan hasil **3,10**
 - Untuk kriteria kepercayaan konsumen **4,65**.
- Grab, total seluruh kriteria 10,30
 - Untuk kriteria tarif mendapatkan hasil **2,69**
 - Untuk kriteria pelayanan mendapatkan hasil **2,56**
 - Untuk kriteria kemudahan penggunaan aplikasi mendapatkan hasil **2,05**
 - Untuk kriteria kepercayaan konsumen **3**



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Untuk kriteria yang paling berpengaruh terhadap pemilihan Transportasi Online, yaitu kriteria atau faktor Kepercayaan konsumen dengan nilai **7,65**. Sedangkan untuk Transportasi Online yang lebih sering digunakan oleh konsumen atau pengguna yaitu **Gojek** dengan total nilai 15,44.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Metode *Simple Additive Weighting* (SAW) berhasil diterapkan secara efektif untuk pemilihan transportasi online terbaik berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Dalam SAW, bobot atau tingkat kepentingan masing-masing kriteria telah dihitung dan digunakan untuk menghitung nilai akhir dari setiap pilihan transportasi online.
2. Hasil pengujian dan eksperimen menunjukkan bahwa SAW mampu memberikan rekomendasi yang memadai dalam pemilihan transportasi online. Penggunaan metode ini dapat membantu pengguna dalam mengambil keputusan yang lebih baik dan efisien berdasarkan preferensi pribadi mereka terhadap kriteria-kriteria yang telah diidentifikasi.
3. Melalui pembahasan didapatkan hasil pada aplikasi GoJek, kriteria Kepercayaan konsumen merupakan yang paling tinggi dipilih konsumen atau pengguna yaitu dengan nilai **4,65**, selanjutnya kriteria tarif dengan nilai **3,94**, disusul dengan pelayanan dengan nilai 3,75, dan kriteria kemudahan penggunaan aplikasi dengan nilai 3,10.
4. Sedangkan aplikasi Grab, kriteria kepercayaan konsumen merupakan yang paling tinggi dipilih konsumen atau pengguna yaitu dengan nilai 3, selanjutnya kriteria tarif dengan nilai **2,69**, disusul dengan pelayanan dengan nilai 2,56, dan kriteria kemudahan penggunaan aplikasi dengan nilai 2,05.

REFERENASI

- [1] W. Wahyudiyono, "Implikasi Penggunaan Internet terhadap Partisipasi Sosial di Jawa Timur," *J. Komunika J. Komunikasi, Media dan Inform.*, vol. 8, no. 2, p. 63, 2019, doi: 10.31504/komunika.v8i2.2487.
- [2] D. I. E. R. A. Society and W. Ramdhan, "Masyarakat Bijak Dalam Memanfaatkan Sosial Media," vol. 1, no. 2, 2021.
- [3] C. Budihartanti, "Sistem pendukung keputusan dalam penilaian karyawan dengan menerapkan metode simple additive weighting," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 1–9, 2019, [Online]. Available: <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/99/87>
- [4] J. SIMATUPANG, "Sistem pendukung keputusan penentuan karyawan terbaik menggunakan metode saw studi kasus amik mahaputra riau," *Intra-Tech*, vol. 2, no. 1, pp. 74–82, 2018.
- [5] C. A. Gemawaty and Y. Yuliani, "PEMILIHAN DOSEN TERBAIK DENGAN METODE SAW (SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING)," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 7, no. 3, pp. 711–717, 2023, doi: 10.52362/jisamar.v7i3.1159.
- [6] S. Murtiasih, "Analisis Faktor Loyalitas Pengguna Ojek Online," *J. Ilm. Ekon. dan Kewirausahaan*, pp. 29–40, 2019, [Online]. Available: <http://ejournal.stienusa.ac.id/index.php/ekowir/article/view/153%0Ahttp://ejournal.stienusa.ac.id/index.php/ekowir/article/viewFile/153/119>



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [7] P. A. Isnaini and I. B. N. Udayana, "Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Sikap Dalam Penggunaan Sistem Aplikasi Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Transportasi Online (Gojek) Di Yogyakarta," *Kaji. Bisnis Sekol. Tinggi Ilmu Ekon. Widya Wiwaha*, vol. 27, no. 2, pp. 119–133, 2019, doi: 10.32477/jkb.v27i2.55.
- [8] : Nurmalasari and A. A. Pratama, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Supplier Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada PT Transcoal Pacific Jakarta," *J. Tek. Komput.*, vol. IV, no. 2, pp. 48–55, 2018, doi: 10.31294/jtk.v4i2.3509.
- [9] R. Sari and Marlina, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW)," *Evolusi J. Sains dan Ma*, vol. 11, no. 1, pp. 59–66, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/evolusi/article/view/15410/5869>



DOI: 10.52362/jisamar.v7i4.1173

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).