

Sistem Pendukung Keputusan

Sistem Pendukung Keputusan Optimalisasi Pemilihan Merek Biji Kopi pada Kedai Kopi Moggi dengan Metode *Simple Additive Weighting* (SAW)

Rivaldlli Candiyansah^{*}, Suharyanto, Irmawati

Teknik dan Informasi, Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 04 Juli 2025
Revisi Akhir: 21 Oktober 2025
Diterbitkan Online: 07 Januari 2026

KATA KUNCI

Biji Kopi
Kedai Kopi
Pemilihan Merek
SAW
Sistem Pendukung Keputusan

KORESPONDENSI (*)

E-mail: rivaldlicandiyansah@gmail.com

A B S T R A K

Pemilihan merek biji kopi yang tepat sangat penting untuk menjaga konsistensi kualitas sajian serta meningkatkan kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Moggi. Saat ini, Kedai Kopi Moggi menggunakan tiga alternatif merek biji kopi, yaitu Sektor 21, Portacaba, dan Coffee Project. Namun, belum terdapat metode yang objektif untuk menentukan pilihan terbaik di antara ketiganya. Penelitian ini bertujuan untuk mendukung proses pengambilan keputusan dalam pemilihan merek biji kopi terbaik berdasarkan kriteria cita rasa, aroma, harga, dan ketersediaan. Metode yang digunakan adalah *Simple Additive Weighting* (SAW), yang dinilai efektif untuk menyelesaikan permasalahan keputusan multikriteria. Data dikumpulkan dari 82 responden melalui kuesioner, serta didukung oleh observasi dan wawancara terstruktur. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa merek Coffee Project memperoleh nilai preferensi tertinggi sebesar 1,0054, disusul oleh Sektor 21 dan Portacaba. Dengan demikian, Coffee Project direkomendasikan sebagai alternatif merek biji kopi yang paling optimal untuk digunakan secara konsisten di Kedai Kopi Moggi.

PENDAHULUAN

Kedai kopi di Indonesia telah menghadapi transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Tempat yang dulunya hanya digunakan untuk menikmati secangkir kopi, kini telah berkembang menjadi bagian integral dari gaya hidup urban, terutama di kalangan generasi muda. Anak-anak muda kerap menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk berkumpul, berdiskusi, bahkan bekerja. Akibatnya, kedai kopi modern berfungsi bukan hanya sebagai tempat minum kopi, tetapi juga sebagai ruang sosial, tempat kerja alternatif, dan pusat interaksi budaya yang menawarkan pengalaman lebih dari sekadar minuman berkafein.

Seperti yang diungkapkan oleh (Wastuti & Sari, 2022), kedai kopi telah menjelma sebagai simbol gaya hidup generasi milenial dan ruang produktivitas, di mana pengunjung kerap memanfaatkannya untuk bersantai, bekerja, maupun menjalin interaksi sosial secara aktif.

Perkembangan kedai kopi sebagai bagian dari gaya hidup turut mendorong meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap jenis dan kualitas kopi yang disajikan. Kopi merupakan minuman yang berasal dari tanaman *Coffea*, dengan dua jenis yang paling umum dijumpai di Indonesia, yaitu Arabika dan Robusta. Kedua jenis ini dibedakan berdasarkan iklim tumbuh, kandungan kimia, serta karakteristik fisiknya. Kopi Arabika umumnya memiliki rasa dan aroma yang lebih lembut dan kompleks, sementara Robusta dikenal dengan rasa yang lebih kuat, pahit, dan kandungan kafein yang lebih tinggi [8].

Selain jenis kopi, proses pengolahan mulai dari pemanenan, fermentasi, pencucian, pengeringan, hingga penyangraian dan penyimpanan juga sangat memengaruhi karakteristik akhir dari cita rasa kopi. Setiap tahapan dapat menghasilkan rasa yang berbeda tergantung pada metode yang digunakan [15]. Akibatnya, meskipun berasal dari jenis kopi yang sama, setiap merek biji kopi dapat menawarkan karakteristik rasa dan aroma yang unik.

Berbagai merek biji kopi hadir di pasar dengan keunggulan dan kualitas yang beragam, tergantung pada metode roasting, asal biji, proses pengolahan, hingga standar mutu yang diterapkan. Dalam konteks ini, pemilihan merek biji kopi menjadi krusial bagi kedai kopi dalam menjaga konsistensi dan kualitas sajian yang mereka tawarkan kepada pelanggan.

Pemilihan yang tidak optimal dapat mengakibatkan inkonsistensi rasa, penurunan kepuasan pelanggan, pemborosan stok yang tidak sesuai dengan preferensi pasar, serta potensi kerugian finansial. Oleh karena itu, pemilihan merek biji kopi yang tepat berdampak langsung tidak hanya pada kualitas sajian, tetapi juga pada aspek operasional dan strategi bisnis. Dengan meningkatnya kompetisi di industri ini, optimalisasi pemilihan biji kopi menjadi langkah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif.

Kedai Kopi Moggi sebagai salah satu pelaku bisnis di bidang ini menghadapi tantangan nyata dalam menentukan merek biji kopi terbaik dari beberapa pilihan yang tersedia di pasar. Saat ini, Kedai Kopi Moggi menggunakan tiga merek utama, yaitu Coffee Project, Sektor 21, dan Portacaba. Ketiganya memiliki perbedaan dalam hal cita rasa, aroma, harga, dan ketersediaan. Perbedaan karakteristik ini menyulitkan manajemen dalam memilih satu merek yang paling tepat untuk digunakan secara konsisten. Maka dari itu, diperlukan suatu metode perbandingan yang objektif untuk membantu proses pengambilan keputusan.

Tantangan ini tidak hanya terletak pada penilaian cita rasa, tetapi juga pada upaya menyeimbangkan antara kualitas dan biaya, mempertahankan stabilitas pasokan, serta memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin selektif terhadap kualitas produk. Penentuan dan penilaian kualitas biji kopi harus mempertimbangkan beberapa kriteria secara bersamaan. Menurut [11], perbedaan varietas (kelompok tanaman sejenis dengan ciri khas yang tetap saat dibudidayakan), dan metode pengolahan kopi akan menghasilkan karakteristik rasa yang beragam dalam setiap sajian, sehingga dibutuhkan variabel penilaian seperti rasa, aroma, harga, dan ketersediaan untuk menilai kualitas biji kopi secara menyeluruh.

Untuk menjawab tantangan ini, diperlukan pendekatan pengambilan keputusan yang mampu menilai alternatif secara objektif. Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Additive Weighting* (SAW), yang menurut [2], efektif dalam membantu proses pemilihan alternatif melalui pembobotan kriteria yang relevan. Metode ini telah terbukti berhasil dalam beberapa studi kasus serupa. Salah satunya adalah studi yang dilakukan oleh [4] yang berkonsentrasi pada menentukan biji kopi terbaik. Untuk masalah pengambilan keputusan strategis, penerapan sistem pendukung keputusan seperti *Simple Additive Weighting* telah terbukti berguna dalam bisnis kopi [9]. Seperti yang dijelaskan oleh [7], metode SAW mudah dipahami dan dapat menghasilkan keputusan secara cepat dan efisien. Selain itu, SAW mampu melakukan penilaian secara tepat berdasarkan nilai dan bobot preferensi yang sudah ditentukan sebelumnya, sehingga hasilnya lebih representatif terhadap tujuan yang ingin dicapai dalam kriteria yang ada. Prosesnya melakukan penjumlahan terbobot dari setiap nilai kriteria yang mewakili tujuan atribut benefit (manfaat) dan cost (biaya). Implementasi SPK dalam pemilihan merek biji kopi di Kedai Kopi Moggi diharapkan dapat meningkatkan efisiensi proses pengambilan keputusan, meminimalkan kesalahan akibat subjektivitas, serta pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen melalui penyajian kopi dengan kualitas optimal yang konsisten. Sebagaimana dikemukakan oleh [10], dengan penerapan Sistem Pendukung Keputusan berbasis metode *Simple Additive Weighting*.

Kedai Kopi Moggi mampu menyempurnakan proses pemilihan merek biji kopi melalui dasar pengambilan keputusan yang lebih terukur, objektif, dan transparan. Penerapan metode SAW dalam proses pemilihan merek biji kopi diharapkan dapat membantu Kedai Kopi Moggi meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan, menjaga konsistensi kualitas kopi yang disajikan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan yang semakin selektif terhadap cita rasa dan mutu kopi.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Pendukung Keputusan (SPK)

SPK merupakan sistem berbasis komputer yang membantu pengambil keputusan dalam situasi semi terstruktur dengan menyediakan alternatif terbaik berdasarkan data dan model analisis [5]. Sistem ini berfungsi sebagai alat bantu untuk meningkatkan objektivitas, konsistensi, dan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan, termasuk dalam menentukan merek biji kopi yang optimal [3]

Metode Simple Additive Weighting (SAW)

Metode ini dipilih karena memiliki keunggulan dibandingkan teknik pengambilan keputusan lainnya, terutama dalam hal kesederhanaan proses, kecepatan perhitungan, dan kemampuannya menghasilkan evaluasi yang akurat berdasarkan nilai dan bobot kriteria. Pendekatan SAW juga mampu mengidentifikasi pilihan terbaik dari berbagai opsi yang tersedia melalui tahapan pemeringkatan setelah penetapan bobot pada tiap-tiap atribut [7].

Dalam penerapannya, metode SAW melakukan normalisasi terhadap matriks keputusan, lalu mengalikan nilai yang telah dinormalisasi dengan mempertimbangkan masing-masing kriteria. Proses ini menghasilkan nilai akhir untuk setiap alternatif, yang memungkinkan perbandingan menyeluruh dan pemeringkatan yang lebih objektif [9].

Kriteria Pemilihan Biji Kopi

Kriteria yang digunakan terdiri dari:

C1 = Cita rasa (benefit), C2 = Aroma (benefit), C3 = Harga (cost), dan C4 = Ketersediaan (benefit).

Kriteria ini mencerminkan faktor-faktor utama yang memengaruhi kualitas dan keberlanjutan merek kopi di kedai.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Simple Additive Weighting (SAW) untuk menentukan merek biji kopi terbaik di Kedai Kopi Moggi berdasarkan empat kriteria utama, yaitu cita rasa, aroma, harga, dan ketersediaan.

Kriteria dan bobot ditetapkan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan dua barista, serta referensi penelitian sebelumnya [5]. Cita rasa dan aroma diberi bobot tertinggi karena paling memengaruhi kepuasan pelanggan, sementara harga dan ketersediaan berpengaruh terhadap efisiensi dan kontinuitas pasokan. Bobot akhir divalidasi melalui diskusi dengan manajemen kedai, yang menegaskan pentingnya kualitas sensori dalam menjaga konsistensi sajian kopi.

Tabel 1. Identifikasi Kriteria dan Bobot

Kode	Kriteria	Jenis	Bobot
C1	Cita Rasa	Benefit	0.40
C2	Aroma	Benefit	0.30
C3	Harga	Cost	0.20
C4	Ketersediaan	Benefit	0.10

Data diperoleh melalui:

1. Normalisasi Matriks (R)

- a. Jika kriteria bersifat benefit, maka nilai dinormalisasi menggunakan rumus:

$$R_{ij} = \frac{X_{ij}}{\text{Max } X_{ij}}$$

Rumus ini digunakan untuk kriteria yang semakin besar nilainya semakin baik, seperti cita rasa, aroma, dan ketersediaan.

- b. Jika kriteria bersifat cost, maka digunakan rumus:

$$R_{ij} = \frac{\text{Min } X_j}{X_{ij}}$$

Rumus ini dipakai untuk kriteria yang semakin kecil nilainya semakin baik, seperti harga.

2. Perhitungan Nilai Preferensi (V_i)

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

Nilai V_i merupakan total penjumlahan dari hasil perkalian antara bobot kriteria (W_j) dengan nilai normalisasi (R_{ij}) untuk setiap alternatif

- Menentukan alternatif terbaik berdasarkan nilai V_i tertinggi sebagai pilihan merek biji kopi paling optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Dari 82 Responden, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 67,1%, sedangkan laki-laki sebesar 32,9%. Selain itu, responden terbanyak berada pada rentang usia 22–24 tahun, yaitu 41,5%, menunjukkan bahwa kelompok usia muda dominan dalam pengambilan keputusan terkait preferensi biji kopi. Dimana sebagian besar responden mengonsumsi kopi 1–2 kali seminggu, yang menandakan bahwa mayoritas memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian.

Penyajian Data Kuesioner

Data kuesioner diperoleh dari responden yang diminta memberikan penilaian terhadap empat kriteria utama, yaitu cita rasa (C1), aroma (C2), harga (C3), dan ketersediaan (C4), untuk masing-masing dari tiga merek biji kopi. Penilaian dilakukan menggunakan skala *Likert* 1–5.

Skala Penilaian

Pada penelitian ini, skala *Likert* diterapkan untuk menilai kuesioner, yang memiliki skor mulai dari 1 sampai 5, yang merepresentasikan tingkat kesetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan. Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap empat kriteria evaluasi biji kopi, yaitu cita rasa, aroma, harga, dan ketersediaan, pada ketiga merek yang diteliti.

Uji Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item dalam kuesioner mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur. Kriteria validitas ditentukan dengan syarat bahwa nilai r -hitung $>$ r -tabel (0,2146 pada $N=82$ dan $\alpha=0,05$). Berdasarkan hasil uji, seluruh item untuk ketiga merek (Sektor 21, Portacaba, dan Coffee Project) menunjukkan nilai r -hitung di atas r -tabel, sehingga setiap pertanyaan dianggap valid.

Untuk mengetahui konsistensi hasil maka uji reliabilitas perlu dilakukan. Pengisian kuesioner terhadap variabel yang sama apabila dilakukan pengukuran ulang. Pada penelitian ini, metode Cronbach's Alpha digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen. Dari tabel di atas bisa disimpulkan bahwa semua nilai Cronbach's Alpha berada dalam rentang 0,70 hingga 0,90. Oleh karena itu, instrumen yang diterapkan pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena memenuhi kriteria kelayakan sebagai alat ukur.

Pengolahan Data

Data hasil kuesioner kemudian diolah untuk menghitung rata-rata pada setiap kriteria dan merek biji kopi. Hasil perhitungan rata-rata disajikan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Rata-Rata Kuesioner

Kriteria	Sektor 21	Portacaba	Coffee Project
Cita Rasa (C1)	3.8537	3.9024	3.9512
Aroma (C2)	4.0732	4.0000	3.9634
Harga (C3)	3.8049	3.8171	3.7683
Ketersediaan (C4)	3.8049	3.7561	3.6951

Matriks keputusan disusun berdasarkan hasil rata-rata yang diperoleh pada Tabel 2. Matriks ini menjadi dasar dalam proses normalisasi dan perhitungan nilai preferensi. Sebelum dilakukan normalisasi, langkah awal adalah mengidentifikasi nilai maksimum dan minimum untuk setiap kriteria yang digunakan dalam proses perhitungan.

Nilai maksimum digunakan untuk kriteria yang bertipe benefit, sedangkan nilai minimum hanya digunakan untuk kriteria yang bertipe Cost. Tabel berikut menunjukkan hasil identifikasi nilai maksimum dan minimum pada masing-masing kriteria.

Tabel 3. Nilai Maksimum dan Minimum Setiap Kriteria

Kriteria	Tipe Kriteria	Nilai Maksimum	Nilai Minimum
Cita Rasa (C1)	<i>Benefit</i>	3.9512	-
Aroma (C2)	<i>Benefit</i>	4.0732	-
Harga (C3)	<i>Cost</i>	-	3.7683
Ketersediaan (C4)	<i>Benefit</i>	3.8049	-

Tanda “-” pada tabel menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak digunakan dalam proses perhitungan pada tipe kriteria yang bersangkutan.

Setelah dilakukan perhitungan normalisasi untuk setiap kriteria dan alternatif, hasilnya bisa dilihat pada Tabel .4 berikut ini:

Tabel 4. Normalisasi Matriks Keputusan

Kriteria	Sektor 21	Portacaba	Coffee Project
Cita Rasa (C1)	0.9753	0.9877	1.0000
Aroma (C2)	1.0000	0.9820	1.0277
Harga (C3)	0.9904	0.9872	1.0000
Ketersediaan (C4)	1.0000	0.9872	0.9712

Pada penelitian ini, kriteria yang diterapkan antara lain cita rasa, aroma, harga, dan ketersediaan. Kriteria ini dipilih berdasarkan kebutuhan operasional Kedai Kopi Moggi dan preferensi pelanggan. Bobot pada masing-masing kriteria dalam penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2020), yang menyatakan bahwa bobot cita rasa sebesar 0.40, aroma sebesar 0.30, harga sebesar 0.20, dan ketersediaan sebesar 0.10.

Berdasarkan nilai normalisasi dan bobot kriteria yang sudah ditetapkan, perhitungan nilai preferensi untuk alternatif Sektor 21, Portacaba, Coffe Project, dapat dilihat pada tabel 5. Berikut.

Tabel 5. Nilai Preferensi

Merek	Preferensi
Sektor 21	0.9882
Portacaba	0.9858
Coffee Project	1.0054

Berdasarkan hasil perhitungan nilai preferensi, urutan alternatif dari yang terbaik hingga yang terendah dapat dilihat pada Tabel 6. dibawah ini.

Tabel 6. Ranking Alternatif

Merek	Preferensi	Ranking
Coffee Project	1.0054	1
Sektor 21	0.9882	2
Portacaba	0.9858	3

Keunggulan Coffee Project disebabkan oleh konsistensinya dalam cita rasa dan aroma yang lebih stabil dibandingkan dua merek lainnya, sesuai hasil observasi dan wawancara dengan barista. Responden juga menilai kopi ini memiliki keseimbangan rasa pahit dan asam yang lebih baik, serta aroma yang kuat namun tidak berlebihan, sehingga memperoleh skor tertinggi pada kriteria sensori. Selain itu, ketersediaan produk yang lebih terjamin dari pemasok tetap membuat Coffee Project unggul dalam aspek operasional. Faktor-faktor tersebut menjadikan Coffee Project sebagai alternatif paling optimal bagi Kedai Kopi Moggi.

Analisis Hasil Perhitungan

Menurut hasil perhitungan, Coffee Project memiliki nilai preferensi tertinggi yaitu 1.0054, diikuti oleh Sektor 21 dengan nilai 0.9882, dan Portacaba dengan nilai 0.9858. Hal ini membuktikan bahwa Coffee Project adalah opsi terbaik berdasarkan seluruh kriteria yang dinilai.

Perbandingan Alternatif

Perbedaan nilai preferensi antar merek biji kopi tergolong tipis. Namun, Coffee Project tetap menjadi pilihan utama karena memperoleh nilai maksimal pada seluruh kriteria. Sektor 21 dan Portacaba juga memiliki nilai yang baik, tetapi tidak melebihi Coffee Project.

Kesesuaian dengan Tujuan Penelitian

Hasil penelitian ini sesuai dengan tujuan, yaitu membantu Kedai Kopi Moggi dalam menentukan merek biji kopi terbaik dengan menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW).

Interpretasi Hasil Wawancara dan Observasi

Setelah hasil perhitungan disampaikan kepada pihak Kedai Kopi Moggi, manajemen dan barista menyatakan bahwa temuan tersebut sesuai dengan pengalaman mereka dalam menggunakan masing-masing merek biji kopi. Mereka menilai bahwa Coffee Project memiliki cita rasa dan aroma yang lebih stabil serta ketersediaan produk yang lebih mudah dijangkau dibandingkan dengan merek lainnya.

Hasil Akhir Penelitian

Berdasarkan semua tahapan analisis dan proses perhitungan menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW), disimpulkan bahwa merek biji kopi Coffee Project memiliki nilai preferensi tertinggi dibandingkan dua alternatif lainnya, yaitu Sektor 21 dan Portacaba.

Hasil ini juga diperkuat oleh wawancara dengan manajemen dan barista Kedai Kopi Moggi yang menyatakan bahwa Coffee Project memiliki cita rasa dan aroma yang paling stabil serta ketersediaan produk yang memadai.

Dengan demikian, Coffee Project dinyatakan sebagai pilihan merek biji kopi paling optimal untuk digunakan secara konsisten di Kedai Kopi Moggi, baik dari sisi kualitas, ketersediaan, maupun kepuasan pelanggan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan yang lebih objektif dan terukur dalam operasional kedai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Sistem Pendukung Keputusan Optimalisasi Pemilihan Merek Biji Kopi pada Kedai Kopi Moggi dengan Metode *Simple Additive Weighting* (SAW), sehingga bisa disimpulkan bahwa, metode *Simple Additive Weighting* (SAW) terbukti efektif dalam membantu proses pengambilan keputusan multikriteria secara objektif dan terukur, khususnya dalam menentukan merek biji kopi yang paling sesuai untuk kebutuhan operasional Kedai Kopi Moggi.

Penelitian ini menggunakan empat kriteria utama, yaitu cita rasa, aroma, harga, dan ketersediaan, dengan bobot tertinggi pada kriteria cita rasa (0,40) dan aroma (0,30), yang menunjukkan bahwa kualitas sensori menjadi faktor dominan dalam penilaian merek biji kopi. Hasil perhitungan metode SAW menunjukkan bahwa merek Coffee Project memperoleh nilai preferensi tertinggi sebesar 1,0054, diikuti oleh Sektor 21 (0,9882) dan Portacaba (0,9858). Dengan demikian, Coffee Project direkomendasikan sebagai merek biji kopi paling optimal untuk digunakan secara konsisten di Kedai Kopi Moggi.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, dengan dukungan data kualitatif dari wawancara dan observasi yang menunjukkan kesesuaian antara hasil perhitungan dengan pengalaman operasional pihak kedai dalam menggunakan ketiga merek biji kopi. Sistem pendukung keputusan berbasis metode SAW yang dibangun dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan yang lebih efisien, transparan, dan konsisten, serta dapat meningkatkan kualitas sajian dan kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Moggi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bagaskara, M. R., Priandika, A. T., Sintaro, S., & Setiawansyah, S. (2023). Implementasi Metode *Simple Additive Weighting* pada Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Biji Kopi Berkualitas. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(2), 201–212. <https://doi.org/10.33365/jatika.v4i2.2599>
- [2] Fahrezi, K., & Apriyanto, B. (2023). Kopi Terbaik Dengan Metode *Simple Additive Weighting* Berbasis Website (Study Kasus : Pada Kedai Kopi Kulo). 1(3), 579–591.
- [3] Fathoni, M. Y., & Januarita, D. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Siswa Teladan Menggunakan Metode *Simple Additive Weighting* (SAW) Pada SMK Telkom Purwokerto. 10, 346–353.
- [4] Fichri, M., Ramadhan, A., Arsyad, F., & Jumaryadi, Y. (2022). Implementasi *Simple Additive Weighting* Dalam Menentukan Biji Kopi Terbaik. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(3), 234–241. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i3.1505>
- [5] Hidayat, T., Friana, B., & Ghofur, K. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Terhadap Penyeleksian Calon Mahasiswa Penerima Beasiswa Peningkatan Prestasi Akademik (BPPA) Dengan Metode *Simple Additive Weighting* (SAW) dan Hidayat, Taufik Friana, Bagas Ghofur, Khoirul Weighted Product (WP). *Jutis*, 8(1), 119–134.
- [6] Hutahean, J., Nugroho, F., Kraugusteeliana, D. A., & Aini, Q. (2023). Sistem Pendukung Keputusan. In *Sistem Pendukung Keputusan*.
- [7] Jannah, F., Baijuri, A., & Lutfi, A. (2024). Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Jurusan pada Siswa Decision Support System for Determining Majors for New Vocational School Students Using the SAW Method. 13(105), 881–888.
- [8] Mahardhika, D. A., Antonius, A. H., & Dwiloka, B. (2022). Perbedaan Sifat Fisikokimia dan Organoleptik Produk Kopi Rempah dari Kopi Arabika (*Coffea arabica*) dan Kopi Robusta (*Coffea robusta*). *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 11(4), 179–184. <https://doi.org/10.17728/jatp.13827>
- [9] Permatasari, N., Insani S.Kom., M.Cs, R. W. S., & Siregar S.Kom., M.Cs, A. C. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Lokasi Strategis Usaha Warung Kopi Berbasis Web Menggunakan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process) dan SAW (*Simple Additive Weighting*) (Studi Kasus: Kelurahan Sungai Bangkong). *Digital Intelligence*, 2(2), 85. <https://doi.org/10.29406/diligent.v2i2.3297>
- [10] Setiadji, Missi, H., & Sumaryana Yusuf. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Supplier Terbaik Menggunakan Metode *Simple Additive Weighting*. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 10(02), 107–111. <https://doi.org/10.33884/jif.v10i02.6277>
- [11] Syahputra, A., & Arifitama, B. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Biji Kopi Berkualitas Menggunakan Metode Weighted Product. *Jurnal Integrasi*, 15(1), 1–7. <https://doi.org/10.30871/ji.v15i1.4519>
- [12] Syahrudin, S., & Yunita, S. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Tempat Kost Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Kotawaringin Timur. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 2(2), 84–87. <https://djournals.com/klik>
- [13] Tri, M. B., & Muftirandy, P. (2021). Rancang Bangun Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Biji Kopi Pada “Monster Coffee Café” Berbasis Web Dengan Metode Image Processing dan Simple Additive Weighting (SAW). *Jurnal Sains & Teknologi*, XI(2), 42–53. <http://repository.unsada.ac.id/2350/>
- [14] Wastuti, M., & Sari, N. (2022). Transformasi Budaya dan Pengaruh Sosial Kedai Kopi terhadap Generasi Milenial. 01(01), 40–47.

- [15] Wulan, T., Safrizal, & Rahmat, F. (2022). Evaluasi Sensori Kopi Arabika Gayo Berbagai Varietas Berdasarkan Proses Pengolahan Basah dan Semi Basah Menggunakan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process) Wulan Tari , Safrizal , Rahmat Fadhil Program Studi Teknik Pertanian , Fakultas Pertanian , Uni. 7.