

ABSTRAKSI

Peragaman produk yang ditawarkan dengan harga yang bervariasi merupakan salah satu cara memetakan penjualan kepada para konsumen yang berasal dari beraneka ragam latar belakang, dan dari segala kalangan. Dengan keputusan untuk memberikan berbagai variasi bukan berarti perusahaan tersebut bisa untuk membedakan tingkat pelayanan yang di berikan kepada konsumennya. Untuk dapat bertahan pada masa yang akan datang, maka perusahaan penyelenggara jasa jaringan internet harus terus berusaha meningkatkan kualitas sesuai dengan apa yang di butuhkan oleh para konsumennya.

AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk melakukan pembobotan kriteria tertentu secara bertingkat, dan dalam penelitian ini penggunaan metode AHP di arahkan kepada menghitung perbandingan pembobotan kualitas produk dari masing - masing paket layanan Telkom Speedy yang dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar perbedaan pembobotan masing - masing faktor kualitas produk dari paket yang ditawarkan.

Dari hasil penilaian tingkat kepentingan kriteria dalam perbandingan kualitas produk menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I speed (0,437), prioritas II stabilitas (0,184), prioritas III kesesuaian (0,170), prioritas ke IV harga (0,149) dan terakhir adalah kapasitas pengguna (0,060). Dari hasil penilaian tingkat kepentingan alternatif dalam pemilihan kualitas produk menghasilkan skala prioritas/bobot sebagai berikut: prioritas I paket biz (0,540), prioritas II paket executive (0,261), prioritas III paket familia (0,199).

Kata kunci : Kualitas Produk, *Analytical Hierarchy Process* (AHP),
Pembobotan

