

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan analisis usulan strategi bisnis untuk membantu pengambilan keputusan pada Bank. X, dapat disimpulkan sebagai berikut:

AHP merupakan metode yang dapat membantu pengambilan keputusan yang terukur dan tidak dapat dilakukan oleh metode sebelumnya. Hasil dari AHP yang merupakan salah satu metode dalam pengambilan keputusan dapat memberikan rujukan terbaik untuk setiap kemungkinan pengambilan keputusan sebagaimana diuraikan dalam Bab 4. Dengan memanfaatkan faktor – faktor logika, intuisi, pengalaman, pengetahuan, emosi dan rasa dari responden untuk mencari ranking atau urutan prioritas dari berbagai alternatif memperlihatkan rujukan pengambilan keputusan serta memperlihatkan prioritas pada setiap keputusan yang akan diambil. Dengan demikian pendekatan ini dapat dijadikan acuan oleh perusahaan untuk menentukan pengelolaan kantor di lokasi cabang di masa yang akan datang.

5.2 SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan berikut saran yang dapat diberikan untuk perusahaan dalam pengelolaan kantor fisik :

1. Dalam pengelolaan lokasi kantor fisik di waktu yang akan datang perusahaan dapat menerapkan metode AHP dengan tahapan – tahapan AHP.

2. Faktor – faktor, kriteria, dan subkriteria bisa diubah kembali sesuai dengan keadaan atau kebutuhan dan pertimbangan tujuan perusahaan di waktu yang akan datang.
3. Dalam proses perhitungan AHP mengenai pengelolaan kantor fisik Bank. X bisa membuat *tools* atau aplikasi memanfaatkan teknologi informasi untuk memudahkan perhitungan sehingga lebih cepat dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Galbraith, K. J. (2007). *Designing Your Organization*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- A.Aker, D. (2009). *Managing Brand Equity*. New York: Simon and Schuster.
- A.Aker, D. A. (2009). *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons, Inc.
- Abend, C. (2005). *In Search of Innovation Synthesis, Ideas for a Unified Innovation Theory, Technology Transfer Society*.
- Alijoyo, A., Bouma, E., Sutawinangun, T., & Kusadrianto, M. (2004). *rate Governance in Indonesia*. Jakarta: Forum for Corporate Governance in Indonesia.
- Antariksa, Y. (2013, Agustus). *Innovation War and Business Strategy*. Diambil kembali dari Ahli Manajemen Pemasaran:
<http://ahlimanajemenpemasaran.com/wp-content/uploads/2013/08/Ebook-Innovation-War-and-Business-Strategy.pdf>
- Antariksa, Y. (2013, April 8). *Samsung Only Paranoid Will Survive*. Diambil kembali dari Strategi Manajemen:
<http://strategimanajemen.net/2013/04/08/samsung-only-paranoid-will-survive/>
- Astuti, S. W. (2007). *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*.

- Buchari, A. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, A. (2007). *Pengantar Bisnis 9th*. Bandung: Alfabeta.
- Budiartini, D. A., Rudy, D. G., & Purwanti, N. (2012). Pelanggaran Prinsip-prinsip Good Corporate Governance di Pasar Modal (Studi Kasus PT Bank Lippo Tbk). *Pelanggaran Prinsip-prinsip Good Corporate Governance di Pasar Modal (Studi Kasus PT Bank Lippo Tbk)*.
- Budiyanto, I. M. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Desa Sidan Kec. Gianyar, Kab. Gianyar. *Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework 3rd*. Jossey-Bass; 3 edition.
- Conrad, B. N. (1999, Januari). *The Knowledge Management Theory Papers*. Diambil kembali dari www.km-forum.org.
- Darmawi, H. (2012). *Manajemen Perbankan*. Padang: Bumi Aksara.
- Durianto, D. S. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ebaid, I. E.-S. (2011). *Corporate governance practices and auditor's client acceptance decision: empirical evidence from Egypt*. Egypt: Emerarld Insight.

- Erwan Agus, S. D. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial Ist.* Yogyakarta: Gava Media.
- Eugene P. Odum, p. T. (1993). *Dasar-Dasar Ekologi.* Yogyakarta: Gajah Mada university Press.
- Fatimah, S. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, ASosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, ASosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo.*
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Francis, D., & Woodcock, M. (1990). *Unblocking Your Organization.* Inggris: Gower Pub Co; Subsequent edition.
- Fred, R. D., & David, R. F. (2015). *Strategic Management Concepts and Cases.* Harlow: Pearson Education.
- Greiner, L. E. (1972). *Evolution and Revolution as Organizations Grow.* Harvard Business Review, Reprint Service.
- Handayani, D., & dkk. (2010). *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation.* Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Herjanto, E. (2007). *Manajemen Operasi Edisi Ketiga.* Jakarta: Grasindo.

- Hermawan, A. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Grasindo.
- Hermawan, A. (2012). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2010). *Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainability*. Jakarta: Andi.
- I Gede Teguh Esa Widhiarta, I. M. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Denpasar. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Denpasar*.
- Ismail. (2017). *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Jaeyong Song, K. L. (2015). *The Samsung Way*. Korea: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- James L, J. H. (2000). *Organizations, Behavior, Structure, Processes, International Edition, Irwin*. USA: Me Graw Hill.
- Joewono, D. H. (2012). *The 5 Arrows of Strategy Management*. Jakarta: Arrbey.
- Junzhe, J. (2010). *Strategic Decision Making Process Characteristics, Confucian Values and Their Effects on International Entry Mode Decision: A Study of Chinese*. Scotland: University of Glasgow.
- Kameyama, T., Satiadhi, V. D., Alijoyo, A., & Bouma, E. (2005). *Corporate Governance of Banks in Indonesia*. Jakarta: PT. UFJ Institute Indonesia.
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Khotimah, H. N. (2012). *ANALISIS PEMILIHAN BANK SYARIAH DENGAN. ANALISIS PEMILIHAN BANK SYARIAH DENGAN.*
- KOH SEUNG-HEE, K. S.-S. (2015). *Why Samsung*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Kotler, P. K. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, A. N. (2004). *Strategi Pemasaran dalam Persaingan Bisnis*. Sumatra Utara: Universitas Sumatra Utara.
- M. Irwan Ukkas, A. Y. (2012). *Sistem Pendukung Keputusan Kelayakan Pemberian Kredit Menggunakan Metode AHP Pada Bank Danamon Cabang Segiri Samarinda. Sistem Pendukung Keputusan Kelayakan Pemberian Kredit Menggunakan Metode AHP Pada Bank Danamon Cabang Segiri Samarinda.*
- Malahayati. (2010). *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great Publisher.
- Mangundjaya, W. H. (2002). *Organisasi : Struktur, Proses dan Desain*. Jakarta: Pacu Cita Insani.
- Maryasih, L., Lilis, & Nuraini. (2011). *Komite Audit dan Kinerja Perusahaan: Agency Theory atau Stewardship Theory? Aceh: Simposium Nasional Akuntansi XIV.*

- Michell, T. (2014). *Samsung Elektroniks dan Perjuangan Untuk Menjadi Pemimpin Dalam Industri Elektronik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Mintzberg, H. (1993). *Structure in Five Designing Effective Organizations*. USA: Prentice Hall.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Palupi, D. H. (2009). *Merek - merek di puncak Ekuitas*.
- Rahendy, A. (2014). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. P. (1994). *Teori Organisasi : Struktur, Desain dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Arcan.
- Robbins, S. P. (2008). *Organizational Behavior 12th*. USA: Prentice Hall.
- Saaty, T. L. (2008). *Decision Making With The Analytical Hierarchy Process*. New York: Int. J. Services Sciences.

- Saaty, T. L. (2012). *Decision Making for Leaders: The Analytic Hierarchy Process for Decisions in a Complex World*. Pittsburg: RWS Publications.
- Sartori, N. (2010). *Effect of Strategic Tax Behaviors on Corporate Governance*.
Diambil kembali dari www.ssrn.com.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2009). *Persepsi Kualitas Customer Behaviour*.
New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Simatupang, J. (2013, Juni 30). *Manajemen Pemasaran Stratejik Kelas Pagi*.
Diambil kembali dari Johannes Simatupang Wordpress:
<http://johannessimatupang.wordpress.com/2013/06/30/manajemen-pemasaran-stratejik-kelas-pagi/>
- Subagiyo. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suprihhadi, A. R. (2014). Pengaruh kesadaran Merek Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene di Surabaya. *Pengaruh kesadaran Merek Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene di Surabaya*.
- Suwandiyanto, M. (2010). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*.
Jakarta: Alfabeta.
- Tansley, A. G. (1935). *The Use and Abuse of Vegetational Concepts and Terms*.
Inggris: Oxford University.
- Tjiptono, F. (2002). *Stategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.

Ward, J., & Peppard, J. (2002). *Strategic Planning for Information Systems 3rd Edition*. Inggris: British Library.

Widjaya, I. (2013, April 22). *Tugas Manajemen Strategi*. Diambil kembali dari Indah Widjaya Mahasiswi Narotama: <http://indah-widjaya.mhs.narotama.ac.id/2013/04/22/tugas-manajemen-strategi-2/>

Woodbury, A. M. (1954). *Principles of General Ecology*. New York: American Association for the Advancement of Science.

Yusuf, M. (2012). Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) Periode III ISSN:1979-911X. *ANALISIS LOKASI CABANG TERBAIK MENGGUNAKAN METODE ANALYTIC HIERARCHY PROCESS*.