

PEMILIHAN APLIKASI LAYANAN *SUBSCRIPTION VIDEO ON DEMAND* (SVOD) TERBAIK MENGGUNAKAN METODE *AHP-FUZZY* INTUISIONISTIK TOPSIS

Bestina Flizta Syarifah¹, Dwi Nur Yuniarti²

Universitas Negeri Surabaya

e-mail: bestina.22131@mhs.unesa.ac.id, dwiyunianti@unesa.ac.id

Diterima: 10/07/2026; Direvisi: 19/07/2026; Diterbitkan: 30/07/2026

ABSTRAK

Aplikasi layanan *Subscription Video on Demand* (SVOD) merupakan layanan berbasis internet yang menyediakan berbagai konten video melalui sistem berlangganan. Banyaknya pilihan aplikasi layanan SVOD menyebabkan pengguna perlu mempertimbangkan berbagai kriteria yang saling bersaing dalam menentukan aplikasi terbaik, sehingga diperlukan pendekatan pengambilan keputusan multikriteria yang mampu mengakomodasi ketidakpastian dan keraguan penilaian pengguna. Penelitian ini bertujuan mengetahui bobot setiap kriteria serta hasil pemeringkatan alternatif menggunakan metode *AHP-Fuzzy* intuisisionistik TOPSIS. Alternatif aplikasi layanan SVOD yang digunakan yaitu Netflix, Disney+, Vidio, Viu, dan WeTV, dengan kriteria meliputi kemudahan metode pembayaran, biaya berlangganan, variasi pilihan konten, kelengkapan fitur tambahan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kualitas pemutaran video. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan *JotForm* terhadap 100 responden. Hasil AHP menunjukkan urutan prioritas kriteria adalah kualitas pemutaran video (0,2193), kelengkapan fitur tambahan (0,1884), biaya berlangganan (0,1692), kemudahan penggunaan aplikasi (0,1621), variasi pilihan konten (0,1565), dan kemudahan metode pembayaran (0,1045). Hasil *Fuzzy* Intuisisionistik TOPSIS menunjukkan Netflix menempati peringkat pertama dengan koefisien kedekatan relatif tertinggi sebesar 0,5017168, unggul karena performanya paling mendekati solusi ideal pada kriteria berbobot terbesar, yaitu kualitas pemutaran video, diikuti oleh Viu, Vidio, WeTV, dan Disney+.

Kata Kunci: AHP, *Fuzzy* Intuisisionistik TOPSIS, *Subscription Video on Demand* (SVOD), Kepentingan Kriteria, Pengurutan Alternatif.

ABSTRACT

Subscription Video on Demand (SVOD) applications are internet-based services that provide various video contents through a subscription system. The large number of available SVOD applications requires users to weigh multiple competing criteria in selecting the most suitable application, calling for a multi-criteria decision-making approach capable of accommodating uncertainty and hesitation in user judgments. This study aims to determine the weight of each criterion and the ranking results of the alternatives using the AHP-Intuitionistic *Fuzzy* TOPSIS method. The SVOD alternatives evaluated are Netflix, Disney+, Vidio, Viu, and WeTV, assessed against payment method convenience, subscription cost, content variety, additional feature completeness, ease of application use, and video streaming quality. Data were collected through an online questionnaire distributed via *JotForm* to 100 respondents. The AHP results show the criteria priority order as video streaming quality (0.2193), additional feature completeness (0.1884), subscription cost (0.1692), ease of application use (0.1621), content variety (0.1565), and payment method convenience (0.1045). The Intuitionistic *Fuzzy* TOPSIS results show that Netflix ranks first with the highest closeness coefficient of 0.5017168, outperforming the other alternatives due to its performance being closest to the ideal solution on the highest-weighted criterion, video streaming quality, followed by Viu, Vidio, WeTV, and Disney+.

Keywords: AHP, *Fuzzy* Intuisisionistik TOPSIS, Subscription Video on Demand (SVOD), Criteria Weights, Alternative Ranking.

Copyright (c) 2026 CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan



<https://doi.org/10.51878/cendekia.v6i3.13935>

PENDAHULUAN

Transformasi digital dan perluasan jaringan internet telah mengubah secara fundamental cara masyarakat Indonesia mengakses hiburan. Hiburan tidak lagi terpaku pada media konvensional, melainkan telah bergeser ke ekosistem hiburan digital yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) mencatat pengguna internet di Indonesia telah mencapai sekitar 221,6 juta orang, sementara laporan We Are Social (2024) menunjukkan bahwa aktivitas hiburan digital berupa menonton video dan tayangan televisi/film (60,6%), mendengarkan musik digital (58,4%), serta bermain gim (40,3%) menjadi pemanfaatan utama internet oleh penduduk usia 16–64 tahun. Pergeseran perilaku ini juga tercermin dari menguatnya kesadaran digital masyarakat terhadap layanan *streaming* premium sebagai bagian dari etika dan literasi bermedia baru, sebagaimana ditunjukkan dalam kajian komunikasi terhadap fenomena platform *streaming* premium semacam Netflix di Indonesia (Djamzuri & Mulyana, 2022). Dengan demikian, internet bukan lagi sekadar sarana informasi, melainkan telah menjadi tulang punggung pemenuhan kebutuhan hiburan masyarakat modern.

Subscription Video on Demand (SVOD) merupakan salah satu wujud layanan hiburan digital yang paling pesat pertumbuhannya. SVOD memungkinkan pengguna mengakses film, serial, dan tayangan hiburan lain melalui skema berlangganan tanpa terikat jadwal siaran konvensional (Bachtiar & Santoso, 2023). Indonesia bahkan tercatat sebagai pasar SVOD terbesar di Asia Tenggara, dengan pendapatan industri yang mencapai sekitar Rp 9 triliun pada tahun 2024 (CNBC Indonesia, 2024). Sejumlah aplikasi seperti Netflix, Disney+, Viu, Vidio, dan WeTV bersaing memperebutkan preferensi pengguna (Katadata, 2023), dengan daya tarik utama berupa konten eksklusif, stabilitas kualitas *streaming*, pengalaman bebas iklan, fleksibilitas lintas perangkat, serta ketersediaan konten lokal maupun global (Inayah & Pekerti, 2024). Ketatnya persaingan ini pada gilirannya mendorong lahirnya kajian-kajian yang secara khusus berupaya membantu pengguna memilih platform *streaming* terbaik melalui pendekatan sistem pendukung keputusan (SPK), misalnya penerapan metode *Analytical Hierarchy Process* untuk merekomendasikan aplikasi *streaming* dengan kriteria biaya berlangganan, kemudahan akses, ketersediaan rilis film, dan fitur (Apriyani et al., 2023), maupun penerapan kombinasi metode SMARTER dan MOORA untuk memeringkat platform film *streaming* seperti Netflix, Disney+ Hotstar, dan Iflix (Saputri et al., 2024). Kajian-kajian tersebut menegaskan bahwa pemilihan aplikasi SVOD memang telah menjadi objek penelitian pengambilan keputusan yang aktif, namun sebagian besar masih bertumpu pada metode berbasis nilai *crisp* yang belum mengakomodasi ketidaktegasan penilaian pengguna.

Fenomena tersebut pada dasarnya merupakan persoalan pengambilan keputusan multikriteria (*Multi Criteria Decision Making/MCDM*), karena melibatkan banyak alternatif aplikasi dengan berbagai kriteria penilaian yang saling bersaing kepentingannya. Integrasi *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk pembobotan kriteria dan *Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) untuk perankingan alternatif telah terbukti andal dan banyak diadopsi lintas domain oleh peneliti Indonesia, di antaranya untuk rekomendasi mahasiswa berprestasi (Katili et al., 2021), seleksi bibit unggul (Rusydi, 2022; Syaputra, 2021), penentuan lokasi gudang logistik (Ishaq et al., 2026), hingga pemeringkatan dosen berbasis metrik SINTA (Irawan & Fasya, 2024). Konsistensi hasil pada berbagai studi tersebut menunjukkan bahwa kombinasi AHP–TOPSIS merupakan pendekatan yang matang secara metodologis. Meski demikian, penelitian-penelitian tersebut tetap menggunakan bilangan tegas (*crisp*) dalam representasi penilaiannya, sehingga belum mampu menangkap subjektivitas dan ketidakpastian yang melekat pada persepsi manusia.

Pada ranah pemilihan layanan *Video on Demand* secara spesifik, penelitian terdahulu juga masih didominasi pendekatan serupa. Jatiningrum et al. (2021) menerapkan TOPSIS pada pemilihan Netflix, Iflix, Viu, dan WeTV berdasarkan kriteria biaya, variasi konten, tampilan, dan kualitas layanan, dengan Viu sebagai alternatif terbaik. Asri dan Sofian (2023) mengombinasikan AHP dan MOORA untuk menilai Netflix, Disney+ Hotstar, YouTube Premium, Viu, dan Vidio, dan menetapkan Netflix sebagai pemenang. Jatiningrum et al. (2022) turut membuktikan efektivitas integrasi AHP–TOPSIS pada konteks pemilihan *marketplace*. Namun demikian, seluruh pendekatan tersebut termasuk yang berbasis SMARTER-MOORA pada studi Saputri et al. (2024) masih memperlakukan nilai kriteria sebagai bilangan tegas, sehingga rentan mereduksi keragu-raguan (*hesitation*) responden menjadi angka pasti yang sesungguhnya tidak sepenuhnya merepresentasikan penilaian subjektif pengambil keputusan.

Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, sejumlah penelitian mengembangkan pendekatan *Fuzzy* dalam pengambilan keputusan multikriteria. Izdhihar et al. (2023) membuktikan bahwa *Fuzzy TOPSIS* meningkatkan ketepatan perangkingan pada kondisi penilaian yang tidak pasti. Penerapan serupa juga terbukti andal pada domain yang jauh berbeda karakteristiknya, seperti seleksi mahasiswa berprestasi (Anggoro et al., 2023) maupun identifikasi ibu hamil berisiko *stunting* melalui pendekatan *Multi-Attribute Decision Making* berbasis bilangan *Fuzzy* segitiga (Hadikurniawati et al., 2023). Konsistensi keberhasilan *Fuzzy TOPSIS* pada domain teknis maupun sosial ini menegaskan bahwa pendekatan *Fuzzy* memang mampu memperbaiki akurasi keputusan dibanding metode *crisp*. Akan tetapi, himpunan *Fuzzy* klasik (Zadeh) hanya merepresentasikan derajat keanggotaan (*membership degree*, μ) dan secara implisit mengasumsikan derajat non-keanggotaan sebagai pelengkapannya ($1-\mu$), tanpa ruang eksplisit untuk mengekspresikan keraguan penilai. Asumsi ini kurang realistis ketika responden benar-benar tidak yakin, enggan menilai, atau memberikan penilaian yang saling bertentangan situasi yang lazim terjadi dalam survei preferensi layanan digital seperti SVOD.

Himpunan *Fuzzy* intuisisionistik (*Intuitionistic Fuzzy Set*) yang dikembangkan oleh Atanassov mengatasi keterbatasan tersebut dengan menghadirkan tiga derajat penilaian sekaligus, yaitu derajat keanggotaan (μ), derajat non-keanggotaan (ν), dan derajat keraguan (*hesitation degree*, $\pi = 1-\mu-\nu$), sehingga ketidakpastian responden dapat direpresentasikan secara eksplisit, bukan sekadar diasumsikan sebagai pelengkap aritmetis. Karakteristik inilah yang menjadikan *Fuzzy Intuitionistic TOPSIS* lebih unggul dibandingkan TOPSIS klasik maupun *Fuzzy TOPSIS* konvensional: metode ini mampu mengakomodasi kondisi ketika responden ragu, tidak konsisten, atau enggan menyatakan preferensi secara tegas terhadap suatu kriteria aplikasi SVOD misalnya ragu antara puas dan tidak puas terhadap stabilitas kualitas *streaming* suatu aplikasi. Efektivitas pendekatan ini telah dibuktikan pada berbagai studi, di antaranya oleh Wulandari dan Astuti (2020), Maulani dan Sulaiman (2021), Wardana dan Sulaiman (2021), serta Nurkarimah dan Yunianti (2023), yang secara konsisten menunjukkan peningkatan kualitas keputusan multikriteria dibandingkan metode *Fuzzy* konvensional. Integrasi AHP dengan *Fuzzy Intuitionistic TOPSIS* juga telah terbukti efektif menangani keraguan dan ketidakpastian penilaian pada pemilihan proyek *Research and Development* (Güler et al., 2019), sehingga menegaskan bahwa integrasi kedua metode secara teoretis maupun empiris layak diadopsi pada persoalan keputusan yang kompleks dan sarat subjektivitas.

Berdasarkan telaah tersebut, dapat ditegaskan adanya *research gap* yang jelas. Di satu sisi, penelitian pemilihan aplikasi SVOD di Indonesia telah cukup berkembang, tetapi seluruhnya masih mengandalkan metode berbasis nilai tegas seperti AHP, TOPSIS, MOORA, atau kombinasinya (Jatiningrum et al., 2021; Asri & Sofian, 2023; Apriyani et al., 2023; Saputri

et al., 2024), sehingga belum mampu merepresentasikan keraguan penilaian pengguna secara memadai. Di sisi lain, pendekatan AHP–*Fuzzy Intuitionistic TOPSIS* telah terbukti efektif menangani ketidakpastian pada berbagai domain keputusan lain mulai dari seleksi proyek R&D, kesehatan ibu dan anak, hingga pendidikan (Güler et al., 2019; Hadikurniawati et al., 2023; Anggoro et al., 2023) namun belum pernah diterapkan secara khusus pada konteks pemilihan aplikasi layanan SVOD. Kekosongan inilah yang menjadi landasan kebaruan penelitian ini. Penelitian ini mengintegrasikan AHP untuk menentukan bobot kepentingan kriteria dengan *Fuzzy Intuitionistic TOPSIS* untuk melakukan perangkingan alternatif aplikasi SVOD, dengan tujuan menghasilkan proses pengambilan keputusan yang tidak hanya sistematis dan objektif, tetapi juga secara eksplisit mampu mengakomodasi ketidakpastian dan keraguan subjektif pengguna sesuatu yang belum dijangkau oleh pendekatan-pendekatan MCDM berbasis nilai *crisp* pada penelitian-penelitian SVOD sebelumnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh selanjutnya diolah menggunakan metode AHP *Fuzzy* intuitionistik TOPSIS. Subjek penelitian merupakan responden yang memenuhi kriteria, yaitu berusia minimal 17 tahun serta sedang atau pernah menggunakan minimal dua aplikasi layanan SVOD dari lima alternatif yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui platform *JotForm*. Kuesioner terdiri atas tiga bagian, yaitu identitas responden termasuk jumlah aplikasi layanan SVOD yang digunakan dan frekuensi penggunaannya dalam satu bulan terakhir penilaian perbandingan antar kriteria untuk menentukan bobot kepentingan setiap kriteria, serta penilaian alternatif aplikasi layanan SVOD berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media komunikasi daring, seperti aplikasi pesan instan dan media sosial, kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Selain pembobotan antar kriteria, penelitian ini juga mempertimbangkan adanya perbedaan bobot kepentingan antar responden dalam proses penilaian alternatif. Perbedaan bobot ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak semua responden memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) dan pengalaman yang setara terhadap objek yang dinilai, sehingga kontribusi penilaian mereka terhadap hasil akhir sepatutnya tidak diperlakukan secara seragam. Dua indikator digunakan sebagai proksi tingkat keterlibatan tersebut, yaitu jumlah aplikasi layanan SVOD yang digunakan dan frekuensi penggunaan dalam satu bulan; semakin banyak aplikasi yang digunakan dan semakin sering aplikasi tersebut diakses, responden diasumsikan memiliki basis pembandingan dan pemahaman kontekstual yang lebih kaya terhadap kriteria penilaian, sehingga layak diberi bobot kepentingan yang lebih tinggi. Pendekatan pengelompokan responden ke dalam kategori linguistik (rendah, sedang, tinggi) berdasarkan indikator terukur sebelum dikonversi menjadi bilangan *Fuzzy* sebagai dasar pembobotan ini sejalan dengan prinsip yang diterapkan dalam pengambilan keputusan multikriteria berbasis *Fuzzy*, sebagaimana ditunjukkan oleh Hadikurniawati et al. (2023) yang mengelompokkan tingkat risiko ibu hamil ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi menggunakan triangular *Fuzzy* number dalam kerangka multi-attribute decision making sebelum diproses lebih lanjut untuk pengambilan keputusan. Rincian kombinasi jumlah aplikasi dan frekuensi penggunaan yang menjadi dasar penetapan kategori tingkat kepentingan responden disajikan pada Tabel 8,

sedangkan representasi bilangan *Fuzzy* intuitionistik untuk masing-masing kategori disajikan pada Tabel 9.

Pengolahan data dilakukan berdasarkan tahapan metode AHP *Fuzzy* intuitionistik TOPSIS. Metode AHP digunakan untuk menentukan bobot kepentingan setiap kriteria melalui perbandingan berpasangan, sedangkan *Fuzzy* intuitionistik TOPSIS digunakan untuk melakukan proses perangkingan alternatif berdasarkan nilai preferensi yang diperoleh, dengan turut memperhitungkan bobot kepentingan responden yang telah ditetapkan. Dalam proses pengolahan data, perhitungan dilakukan dengan memanfaatkan bantuan aplikasi Microsoft Excel.

Pada penelitian ini digunakan lima alternatif aplikasi layanan SVOD. Penentuan alternatif mengacu pada data Katadata (2023) mengenai aplikasi layanan SVOD yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan data tersebut dipilih lima aplikasi layanan SVOD peringkat teratas sebagai alternatif penelitian. Alternatif yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Alternatif Aplikasi Layanan SVOD

Variabel	Bobot Kriteria
A1	Netflix
A2	Disney+
A3	Vidio
A4	Viu
A5	WeTV

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil kajian literatur. Kriteria tersebut digunakan sebagai dasar dalam mengevaluasi setiap alternatif aplikasi layanan SVOD. Daftar kriteria penelitian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Aplikasi Layanan SVOD

Variabel	Kriteria
C1	Kemudahan Metode Pembayaran
C2	Biaya Berlangganan
C3	Variasi Pilihan Konten
C4	Kelengkapan Fitur Tambahan
C5	Kemudahan Penggunaan Aplikasi
C6	Kualitas Pemutaran Video

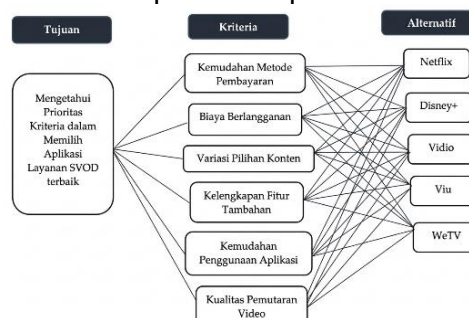
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penerapan Metode AHP

1. Menyusun Struktur Hierarki

Pada penelitian ini struktur hierarki dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Hierarki Penelitian

2. Matriks Perbandingan Berpasangan A

Penelitian ini menggunakan enam kriteria yang membentuk matriks perbandingan berpasangan berukuran 6×6 . Nilai pada setiap elemen matriks diperoleh berdasarkan hasil penilaian responden melalui kuesioner. Perbedaan penilaian antar responden mengharuskan dilakukannya proses agregasi menggunakan metode *geometric mean*. Matriks perbandingan berpasangan hasil agregasi penilaian responden selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam proses analisis.

Tabel 3. Matriks Perbandingan Berpasangan

	C1	C2	C3	C4	C5	C6
C1	1	0.3861	0.6449	0.5505	0.7638	0.6119
C2	2.521	1	0.7134	0.7446	0.795	0.9986
C3	1.5092	1.392	1	0.8017	0.7277	0.6654
C4	1.7681	1.3153	1.2473	1	0.5556	0.585
C5	1.2595	1.2243	1.3591	1.7409	1	0.6432
C6	1.5173	0.9642	1.5027	1.7095	1.5549	1

Setiap elemen pada Tabel 3 menunjukkan seberapa penting suatu kriteria dibandingkan kriteria lainnya menurut agregat penilaian responden; nilai lebih besar dari 1 pada suatu sel menandakan kriteria pada baris tersebut dinilai lebih penting dibandingkan kriteria pada kolom yang bersangkutan, dan sebaliknya. Matriks inilah yang selanjutnya menjadi dasar perhitungan bobot setiap kriteria.

3. Menghitung Nilai Bobot Setiap Kriteria

Adapun langkah-langkah perhitungan yang dilakukan untuk memperoleh bobot masing-masing kriteria adalah sebagai berikut.

a. Menjumlahkan nilai dari setiap kolom pada matriks perbandingan berpasangan A.

Tabel 4. Penjumlahan Kolom Matriks Perbandingan Berpasangan

	C1	C2	C3	C4	C5	C6
C1	1	0.3861	0.6449	0.5505	0.7638	0.6119
C2	2.521	1	0.7134	0.7446	0.795	0.9986
C3	1.5092	1.392	1	0.8017	0.7277	0.6654
C4	1.7681	1.3153	1.2473	1	0.5556	0.585
C5	1.2595	1.2243	1.3591	1.7409	1	0.6432
C6	1.5173	0.9642	1.5027	1.7095	1.5549	1
p_j	9.5751	6.2841	6.4674	6.5472	5.397	4.5041

Penjumlahan tiap kolom (p_j) pada Tabel 4 diperlukan sebagai pembagi dalam proses normalisasi, sehingga skala penilaian antar kriteria yang semula berbeda-beda dapat disetarakan sebelum dibandingkan lebih lanjut.

b. Normalisasi matriks perbandingan berpasangan

Selanjutnya, proses normalisasi dilakukan pada seluruh elemen matriks perbandingan berpasangan. Hasil dari keseluruhan perhitungan matriks perbandingan berpasangan ternormalisasi yang direpresentasikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Normalisasi matriks perbandingan berpasangan

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	Jumlah
C1	0.1044	0.061	0.0997	0.0841	0.1415	0.1359	0.627
C2	0.2633	0.1591	0.1103	0.1137	0.1473	0.2217	1.0155
C3	0.1576	0.2215	0.1546	0.1225	0.1348	0.1477	0.9388
C4	0.1847	0.2093	0.1929	0.1527	0.1029	0.1299	0.9724
C5	0.1315	0.1948	0.2101	0.2659	0.1853	0.1428	1.1305
C6	0.1585	0.1538	0.2324	0.2611	0.2881	0.222	1.3158

c. Menghitung Bobot Setiap Kriteria

Perhitungan bobot kriteria dilakukan dengan cara menjumlahkan nilai pada setiap baris matriks normalisasi perbandingan berpasangan yang disajikan pada Tabel 5. Hasil penjumlahan tersebut dibagi dengan n , di mana n merupakan jumlah kriteria yang digunakan. Hasil dari keseluruhan perhitungan bobot setiap kriteria direpresentasikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Bobot Kriteria

w_i	Bobot Kriteria
w_1	0.1045
w_2	0.1692
w_3	0.1565
w_4	0.1621
w_5	0.1884
w_6	0.2193

4. Mengukur Konsistensi

Adapun langkah-langkah perhitungan yang dilakukan adalah sebagai berikut.

a. Menghitung nilai λ_{maks}

$$\begin{aligned}\lambda_{maks} &= (9.5751 \times 0.1045) + (6.2841 \times 0.1692) + (6.4674 \times 0.1565) \\ &\quad + (6.5472 \times 0.1621) + (5.397 \times 0.1884) + (4.45041 \times 0.2193) \\ &= 6.14186\end{aligned}$$

b. Menghitung *Consistency Index* (CI)

$$CI = \frac{(6.14186 - 6)}{(6 - 1)} = 0.02837$$

c. Menghitung *Consistency Ratio* (CR)

$$CR = \frac{0.02837}{1.24} = 0.02288$$

Nilai *Consistency Ratio* (CR) yang diperoleh kurang dari atau sama dengan 0,1, sehingga hasil perhitungan dapat dinyatakan konsisten. Dengan demikian, bobot kriteria yang telah diperoleh dapat digunakan untuk menentukan urutan prioritas kriteria dalam memilih aplikasi layanan SVOD direpresentasikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Urutan Kriteria

Urutan	Kriteria	Bobot Kriteria
1	Kualitas Pemutaran Video	0.2193
2	Kelengkapan Fitur Tambahan	0.1884
3	Biaya Berlangganan	0.1692
4	Kemudahan Penggunaan Aplikasi	0.1621
5	Variasi Pilihan Konten	0.1565
6	Kemudahan Metode Pembayaran	0.1045

Selanjutnya, perhitungan dapat dilanjutkan dengan metode *Fuzzy* intuitionistik TOPSIS dengan menggunakan bobot kriteria yang telah diperoleh dengan metode AHP.

Penerapan Metode *Fuzzy* Intuitionistik TOPSIS

1. Menentukan Bobot Responden

Pengelompokan responden dilakukan berdasarkan jumlah aplikasi layanan SVOD yang digunakan serta frekuensi penggunaan dalam satu bulan. Pengelompokan tersebut bertujuan untuk membedakan tingkat kepentingan responden dalam proses penilaian. Tingkat kepentingan responden disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Tingkat Kepentingan Responden

Jumlah aplikasi yang digunakan	Frekuensi Penggunaan	Tingkat kepentingan responden
2 Aplikasi	3 kali	Rendah
	4-8 kali	Sedang
	>8 kali	Sedang
3 Aplikasi	3 kali	Rendah
	4-8 kali	Sedang
	>8 kali	Sedang
4 Aplikasi	3 kali	Sedang
	4-8 kali	Sedang
	>8 kali	Tinggi
5 Aplikasi	3 kali	Sedang
	4-8 kali	Tinggi
	>8 kali	Tinggi

Tingkat kepentingan responden pada Tabel 8 dinyatakan dalam skala linguistik, kemudian dikonversi ke dalam bilangan *Fuzzy* intuisionistik sebagai dasar penentuan bobot responden, sebagaimana disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Bilangan *Fuzzy* Intuisionistik Tingkat Kepentingan Responden

Istilah Linguistik	Bilangan <i>Fuzzy</i> Intuisionistik
Rendah	(0.4, 0.5, 0.1)
Sedang	(0.6, 0.30, 0.1)
Tinggi	(0.9, 0.1, 0)

Hasil perhitungan bobot responden ditampilkan pada Tabel 10. berikut:

Tabel 10. Bobot Responden

Bobot Responden	Nilai
λ_{Rendah}	0.0072
λ_{Sedang}	0.0108
λ_{Tinggi}	0.0146

2. Mengkontruksi Matriks Agregat Keputusan *Fuzzy* Intuisionistik *R*

Penilaian responden terhadap setiap alternatif berdasarkan masing-masing kriteria dinyatakan dalam bentuk skala linguistik, kemudian dikonversi ke dalam bilangan *Fuzzy* intuisionistik. Representasi bilangan *Fuzzy* intuisionistik yang digunakan disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Bilangan *Fuzzy* Intuisionistik Penilaian Alternatif Terhadap Kriteria

Linguistik	Bilangan <i>Fuzzy</i> Intuisionistik
Sangat tidak mudah/sangat tidak murah/sangat tidak bervariasi/sangat tidak lengkap/sangat tidak berkualitas	(0.1, 0.9, 0)
Tidak mudah/tidak murah/tidak bervariasi/tidak lengkap/tidak berkualitas	(0.25, 0.6, 0.15)
Cukup mudah/cukup murah/cukup bervariasi/cukup lengkap/cukup berkualitas	(0.5, 0.3, 0.2)
Mudah/murah/bervariasi/lengkap/berkualitas	(0.7, 0.1, 0.2)
Sangat mudah/sangat murah/sangat bervariasi/sangat lengkap/sangat berkualitas	(0.9, 0.1, 0)

Matriks agregat keputusan *Fuzzy* intuisionistik *R* diperoleh melalui proses agregasi penilaian responden terhadap setiap alternatif pada masing-masing kriteria. Hasil perhitungan ditampilkan pada Tabel 12. hingga Tabel 17.

Tabel 12. Matriks agregat *Fuzzy* intuisiionistik setiap alternatif terhadap kriteria 1

C1		
A1	(0.6132234, 0.2727776, 0.1139990)	
A2	(0.5231161, 0.3456528, 0.1312311)	
A3	(0.6108025, 0.3241674, 0.0650301)	
A4	(0.6104523, 0.2830964, 0.1064513)	
A5	(0.5816161, 0.3258216, 0.0925623)	

Tabel 13. Matriks agregat *Fuzzy* intuisiionistik setiap alternatif terhadap kriteria 2

C2		
A1	(0.4146684, 0.4363674, 0.1489642)	
A2	(0.3688867, 0.4620799, 0.1690334)	
A3	(0.4793310, 0.3711641, 0.1495049)	
A4	(0.4804739, 0.3438452, 0.1756809)	
A5	(0.5060970, 0.3476948, 0.1462082)	

Tabel 14. Matriks agregat *Fuzzy* intuisiionistik setiap alternatif terhadap kriteria 3

C3		
A1	(0.6508159, 0.2593187, 0.0898654)	
A2	(0.4588592, 0.3890437, 0.1520971)	
A3	(0.5141089, 0.3495767, 0.1363143)	
A4	(0.5157295, 0.3456783, 0.1385922)	
A5	(0.4749031, 0.3880089, 0.1370881)	

Tabel 15. Matriks agregat *Fuzzy* intuisiionistik setiap alternatif terhadap kriteria 4

C4		
A1	(0.6503177, 0.2395932, 0.1100891)	
A2	(0.5165277, 0.3607163, 0.1227560)	
A3	(0.5479603, 0.3279696, 0.1240701)	
A4	(0.5498706, 0.3028142, 0.1473153)	
A5	(0.5279118, 0.3513085, 0.1207797)	

Tabel 16. Matriks agregat *Fuzzy* intuisiionistik setiap alternatif terhadap kriteria 5

C5		
A1	(0.6368468, 0.2690488, 0.0941044)	
A2	(0.4953395, 0.3480259, 0.1566345)	
A3	(0.5294013, 0.3309893, 0.1396094)	
A4	(0.5435166, 0.3211541, 0.1353293)	
A5	(0.4926640, 0.3723733, 0.1349627)	

Tabel 17. Matriks agregat *Fuzzy* intuisiionistik setiap alternatif terhadap kriteria 6

C6		
A1	(0.6601086, 0.2435704, 0.0963210)	
A2	(0.5615546, 0.3256002, 0.1128452)	
A3	(0.5511831, 0.2946831, 0.1541339)	
A4	(0.5748092, 0.2798188, 0.1453720)	
A5	(0.5414512, 0.3094929, 0.1490560)	

3. Mengkontruksi Matriks Agregat Bobot *Fuzzy* Intuisiionistik R'

Matriks agregat keputusan *Fuzzy* intuisiionistik $R' = [r'_{ij}]$ diperoleh dengan mengalikan setiap elemen pada matriks keputusan *Fuzzy* intuisiionistik R yang termuat pada Tabel 12.

hingga Tabel 17. dengan bobot kriteria hasil metode AHP pada Tabel 6. Hasil perhitungan ditampilkan pada Tabel 18. hingga Tabel 23.

Tabel 18. Matriks agregat bobot setiap alternatif pada kriteria 1

C1	
A1	(0.0640868, 0.0285075, 0.0119138)
A2	(0.0546699, 0.0361235, 0.0137147)
A3	(0.0638338, 0.0338781, 0.0067962)
A4	(0.0637972, 0.0295859, 0.0112500)
A5	(0.0607836, 0.0340510, 0.0096735)

Tabel 19. Matriks agregat bobot setiap alternatif pada kriteria 2

C2	
A1	(0.0701816, 0.0738541, 0.025218)
A2	(0.0624332, 0.0782059, 0.0286085)
A3	(0.0811256, 0.0628186, 0.0253033)
A4	(0.0813190, 0.0581950, 0.0297336)
A5	(0.0856557, 0.0588465, 0.0247454)

Tabel 20. Matriks agregat bobot setiap alternatif pada kriteria 3

C3	
A1	(0.1018301, 0.0405744, 0.0140608)
A2	(0.0717955, 0.0608718, 0.0237979)
A3	(0.0804402, 0.0546966, 0.0213285)
A4	(0.0806937, 0.0540866, 0.0216849)
A5	(0.0743058, 0.0607099, 0.0214495)

Tabel 21. Matriks agregat bobot setiap alternatif pada kriteria 4

C4	
A1	(0.1053918, 0.0388290, 0.0178413)
A2	(0.0837095, 0.0584584, 0.0198941)
A3	(0.0888036, 0.0531514, 0.0201071)
A4	(0.0891131, 0.0490747, 0.0238742)
A5	(0.0855545, 0.0569338, 0.0195738)

Tabel 22. Matriks agregat bobot setiap alternatif pada kriteria 5

C5	
A1	(0.1199916, 0.0506929, 0.0177307)
A2	(0.0933295, 0.0655734, 0.0259123)
A3	(0.0997472, 0.0623634, 0.0263045)
A4	(0.1024068, 0.0605103, 0.0254981)
A5	(0.0928254, 0.0701608, 0.0254290)

Tabel 23. Matriks agregat bobot setiap alternatif pada kriteria 6

C6	
A1	(0.1447630, 0.0534154, 0.0211234)
A2	(0.1231500, 0.0714047, 0.0247472)
A3	(0.1208755, 0.0646246, 0.0338018)
A4	(0.1260567, 0.0613648, 0.0318603)
A5	(0.1187413, 0.0678724, 0.0326883)

4. Menentukan Solusi Ideal Positif dan Negatif *Fuzzy* Intuisionistik

Pada penelitian ini, seluruh kriteria merupakan kriteria manfaat. Hasil dari seluruh penentuan solusi ideal positif dan negatif *Fuzzy* intuisionistik direpresentasikan berturut-turut dalam Tabel 24. dan Tabel 25.

Tabel 24. Nilai solusi ideal positif

Kriteria	Nilai Solusi Ideal Positif A^+
C1	(0.0640868, 0.0285075, 0.9074057)
C2	(0.0856557, 0.0581950, 0.8561493)
C3	(0.1018301, 0.0405744, 0.8575956)
C4	(0.1053918, 0.0388290, 0.8557792)
C5	(0.1199916, 0.0506929, 0.8293155)
C6	(0.1447630, 0.0534154, 0.8018215)

Tabel 25. Nilai solusi ideal negatif

Kriteria	Nilai Solusi Ideal Negatif A^-
C1	(0.0546699, 0.0361235, 0.9092066)
C2	(0.0624332, 0.0782059, 0.8593609)
C3	(0.0717955, 0.0608718, 0.8673327)
C4	(0.0837095, 0.0584584, 0.8578320)
C5	(0.0928254, 0.0701608, 0.8370139)
C6	(0.1187413, 0.0714047, 0.8098540)

5. Menghitung Jarak Euclidian

Hasil dari keseluruhan perhitungan menghasilkan S_i^+ dan S_i^- yang disajikan pada Tabel 26.

Tabel 26. Jarak Euclidian

Alternatif	S_i^+	S_i^-
A1	0.5898233	0.5938876
A2	0.5863687	0.5897908
A3	0.5870991	0.5907630
A4	0.5857947	0.5895410
A5	0.5871729	0.5907322

6. Menghitung Koefisien Kedekatan Relatif

Sebelum melakukan perangkingan, maka dihitung terlebih dahulu koefisien kedekatan relatif pada tiap alternatif. Hasil dari seluruh perhitungan koefisien kedekatan relatif akan disajikan dalam Tabel 27.

Tabel 27. Koefisien Kedekatan Relatif

Alternatif	C_i^*
A1	0.5017168
A2	0.5014548
A3	0.5015553
A4	0.5015937
A5	0.5015109

7. Perangkingan

Langkah selanjutnya yaitu melakukan perangkingan berdasarkan koefisien kedekatan relatif. Berdasarkan Tabel 27. dilakukan perangkingan dengan hasil yang termuat pada Tabel 28.

Tabel 28. Hasil Pemeringkatan

Peringkat	C_i^*	Alternatif	Aplikasi
1	0.5017168	A1	Netflix
2	0.5015937	A4	Viu
3	0.5015553	A3	Vidio
4	0.5015109	A5	WeTV
5	0.5014548	A2	Disney+

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan mengetahui bobot setiap kriteria serta hasil pemeringkatan alternatif aplikasi layanan SVOD menggunakan metode AHP–*Fuzzy* Intuitionistik TOPSIS. Berdasarkan hasil pengolahan data, kedua tujuan tersebut telah tercapai dan menunjukkan temuan yang selaras dengan sejumlah kajian terdahulu, sekaligus memperlihatkan perbedaan yang menarik untuk dibahas lebih lanjut.

Hasil AHP menunjukkan bahwa kualitas pemutaran video menempati bobot tertinggi (0,2193), diikuti oleh kelengkapan fitur tambahan (0,1884), biaya berlangganan (0,1692), kemudahan penggunaan aplikasi (0,1621), variasi pilihan konten (0,1565), dan terakhir kemudahan metode pembayaran (0,1045). Temuan ini menegaskan pandangan Inayah dan Pekerti (2024) bahwa stabilitas kualitas *streaming*, bersama konten eksklusif dan fleksibilitas lintas perangkat, merupakan daya tarik utama pengguna dalam memilih aplikasi SVOD dibandingkan sekadar aspek harga. Hal ini agak berbeda dengan penekanan pada studi Apriyani et al. (2023), yang menempatkan biaya berlangganan, kemudahan akses, dan ketersediaan rilis film sebagai kriteria utama tanpa secara eksplisit mengangkat kualitas pemutaran video sebagai pembeda; perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh objek penelitian yang berbeda (aplikasi *streaming* film secara umum dibanding SVOD berlangganan bulanan) sehingga preferensi penggunaannya pun berbeda penekanan. Sementara itu, rendahnya bobot kemudahan metode pembayaran sejalan dengan gambaran bahwa masyarakat Indonesia telah cukup mapan dalam mengadopsi transaksi digital (APJII, 2024; We Are Social, 2024), sehingga kemudahan pembayaran cenderung sudah dianggap sebagai fitur dasar (*hygiene factor*) yang tidak lagi menjadi pembeda utama antar aplikasi, bukan lagi sebagai keunggulan kompetitif.

Pada tahap *Fuzzy* Intuitionistik TOPSIS, hasil pemeringkatan menempatkan Netflix pada peringkat pertama dengan koefisien kedekatan relatif sebesar 0,5017168, diikuti oleh Viu (0,5015937), Vidio (0,5015553), WeTV (0,5015109), dan Disney+ (0,5014548). Temuan ini konsisten dengan hasil Asri dan Sofian (2023) yang juga menetapkan Netflix sebagai aplikasi *streaming* terbaik menggunakan kombinasi AHP dan MOORA, serta memperkuat gambaran CNBC Indonesia (2024) bahwa Indonesia merupakan pasar SVOD terbesar di Asia Tenggara dengan Netflix sebagai salah satu pemain dominan di dalamnya. Namun demikian, hasil ini berbeda dengan temuan Jatiningrum et al. (2021) yang menetapkan Viu sebagai alternatif terbaik menggunakan metode TOPSIS konvensional. Perbedaan ini dapat dimaknai dari dua sisi: pertama, perbedaan kriteria dan bobot yang digunakan pada kedua penelitian turut memengaruhi hasil akhir perankingan; kedua, dan yang lebih penting, pendekatan *Fuzzy* intuitionistik pada penelitian ini memungkinkan keraguan (*hesitation*) responden turut diperhitungkan dalam penilaian, sehingga hasil yang diperoleh berpotensi lebih merepresentasikan preferensi pengguna secara utuh dibandingkan pendekatan berbasis nilai tegas (*crisp*) yang digunakan Jatiningrum et al. (2021) maupun Saputri et al. (2024).

Sebagai catatan tambahan, nilai koefisien kedekatan relatif antar kelima alternatif berada pada rentang yang sangat sempit (0,5014548 sampai dengan 0,5017168). Kondisi ini

menggambarkan bahwa persaingan antar aplikasi layanan SVOD di mata pengguna sesungguhnya sangat ketat, sejalan dengan gambaran Katadata (2023) mengenai sejumlah aplikasi yang saling bersaing memperebutkan preferensi pengguna. Rentang nilai yang tipis ini juga menjadi salah satu bukti empiris atas kelebihan pendekatan *Fuzzy* intuisisionistik: pada kondisi persaingan yang ketat semacam ini, kemampuan metode dalam mengakomodasi derajat keanggotaan, non-keanggotaan, sekaligus keraguan penilaian menjadi krusial agar perbedaan performa antar alternatif sekecil apa pun tetap dapat dibedakan secara sistematis, sebagaimana ditekankan oleh Atanassov dalam konsep *Intuitionistic Fuzzy Set* yang menjadi dasar teoretis penelitian ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat konsistensi efektivitas integrasi AHP–*Fuzzy* Intuisisionistik TOPSIS yang sebelumnya telah dibuktikan pada domain lain, seperti seleksi proyek *Research and Development* (Güler et al., 2019), identifikasi risiko *stunting* pada ibu hamil (Hadikurniawati et al., 2023), maupun seleksi mahasiswa berprestasi (Anggoro et al., 2023), serta sejalan dengan temuan Izdhihar et al. (2023), Wulandari dan Astuti (2020), Maulani dan Sulaiman (2021), Wardana dan Sulaiman (2021), dan Nurkarimah dan Yuniarti (2023) yang secara konsisten menunjukkan peningkatan kualitas keputusan multikriteria melalui pendekatan *Fuzzy* dibandingkan metode berbasis nilai tegas. Dengan demikian, penelitian ini berhasil menjawab *research gap* yang telah diidentifikasi pada Pendahuluan, yaitu belum diterapkannya pendekatan AHP–*Fuzzy* Intuisisionistik TOPSIS secara khusus pada konteks pemilihan aplikasi layanan SVOD, sekaligus membuktikan bahwa pendekatan ini mampu menghasilkan proses pengambilan keputusan yang sistematis, objektif, dan secara eksplisit mengakomodasi ketidakpastian serta keraguan subjektif pengguna dalam menilai kriteria aplikasi SVOD.

KESIMPULAN

Dalam menentukan aplikasi layanan SVOD terbaik, pengguna memprioritaskan kualitas pemutaran video sebagai kriteria yang paling penting. Hasil tersebut diperoleh melalui analisis menggunakan metode AHP dengan bobot sebesar 0,2193. Kriteria lain yang diprioritaskan secara berturut-turut yaitu kemudahan penggunaan aplikasi (0,1884), biaya berlangganan (0,1692), kelengkapan fitur tambahan (0,1621), variasi pilihan konten (0,1565), dan kemudahan metode pembayaran (0,1045). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi pertimbangan utama pengguna dalam memilih aplikasi layanan SVOD.

Dengan menggunakan bobot kriteria yang diperoleh melalui metode AHP, proses pemeringkatan alternatif dilakukan menggunakan metode *Fuzzy* Intuisisionistik TOPSIS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Netflix memperoleh nilai koefisien kedekatan relatif tertinggi sebesar 0,5017168, diikuti oleh Viu (0,5015937), Vidio (0,5015553), WeTV (0,5015109), dan Disney+ (0,5014548). Oleh karena itu, Netflix direkomendasikan sebagai aplikasi layanan SVOD terbaik berdasarkan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi metode AHP–*Fuzzy* Intuisisionistik TOPSIS mampu memberikan proses pengambilan keputusan yang sistematis, objektif, serta dapat digunakan sebagai pendukung keputusan dalam pemilihan aplikasi layanan SVOD.

Penelitian ini tetap memiliki keterbatasan, yaitu jumlah alternatif aplikasi layanan SVOD yang dianalisis hanya terbatas pada lima aplikasi teratas berdasarkan data Katadata (2023), serta preferensi responden yang dihimpun belum tentu merepresentasikan seluruh segmen pengguna SVOD di Indonesia secara menyeluruh, sehingga hasil penelitian ini perlu dimaknai dalam konteks tersebut dan membuka ruang bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan alternatif maupun karakteristik responden yang dilibatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, V. K., Riski, A., & Kamsyakawuni, A. (2023). Application of *Fuzzy TOPSIS* method as a decision support system for achievement student selection. *Jurnal Ilmu Dasar*, 24(1), 31–36. <https://doi.org/10.19184/jid.v24i1.16792>
- APJII. (2024). *Survei internet di Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Apriyani, Y., Kusmira, M., Wibisono, T., Pertiwi, M. W., Amirulloh, I., & Nurjanah, Y. S. (2023). Pemilihan aplikasi streaming terbaik menggunakan metode Analytical Hierarchy Process. *Progresif: Jurnal Ilmiah Komputer*, 19(2), 555–564. <https://doi.org/10.35889/progresif.v19i2.1253>
- Asri, V., & Sofian, E. (2023). Determining the best video on demand services by implementing the Analytical Hierarchy Process (AHP) method and the Multi-Objective Optimization by Ratio Analysis (MOORA) method. *International Journal of Education*, 2023(3), 137–154. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/IJEIT/article/view/5716>
- Bachtiar, L., & Santoso, T. (2023). Sistem pendukung keputusan aplikasi streaming film dengan metode GAP. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 22(3). <https://doi.org/10.32409/jikstik.22.3.3393>
- CNBC Indonesia. (2024). *Indonesia negara nomor 1, warga RI paling banyak langganan*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20250617124959-37-641665/indonesia-negara-nomor-1-warga-ri-paling-banyak-langganan-netflix-cs>
- Djamzuri, M. I., & Mulyana, A. P. (2022). Fenomena Netflix platform premium video streaming membangun kesadaran cyber etik dalam perspektif ilmu komunikasi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1), 2247–2254. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2804>
- Güler, E., Avci, S., & Aladağ, Z. (2019). Multi-criteria decision approach with AHP and IF-TOPSIS methods for R&D project selection process. *Journal of Engineering Studies and Research*, 25(3), 22–32. <https://doi.org/10.29081/jesr.v25i3.26>
- Hadikurniawati, W., Dwi Hartomo, K., Sembiring, I., Dwi Purnomo, H., & Iriani, A. (2023). Triangular *Fuzzy* numbers-based MADM for selecting pregnant mothers at risk of stunting. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 7(3), 579–585. <https://doi.org/10.29207/resti.v7i3.4966>
- Inayah, & Pekerti. (2024). Keputusan pembelian produk digital oleh Generasi Z: Perspektif dalam konteks aplikasi subscription video on demand (SVOD). *Jurnal STIE Semarang*, 16. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v16i1.771>
- Irawan, M. D., & Fasya, M. R. (2024). AHP-TOPSIS combination for best lecturer selection based on SINTA metrics. *Sistem Pendukung Keputusan Dengan Aplikasi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.55537/spk.v3i1.751>
- Ishaq, A. M., Fauzi, M., Idrus, M., & Yulawati, E. (2026). Penentuan lokasi gudang ekspedisi penyalur logistik pelabuhan menggunakan metode AHP dan TOPSIS. *ARIKA*, 20(1), 26–34. <https://doi.org/10.30598/arika.2026.20.1.26>
- Izdhihar, F. N., Alisah, E., & Abdussakir. (2023). Metode *Fuzzy TOPSIS* sebagai sistem pendukung keputusan dalam menentukan pegawai berprestasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Matematika*, 2(6), 233–246. <https://doi.org/10.18860/jrmm.v2i6.22024>
- Jatiningrum, W. S., Pertiwi, S. K. R., Irianto, M. I., & Ria, Y. O. (2021). Selection of video on demand service applications for students using TOPSIS. *OPSI*, 14(2), 115. <https://doi.org/10.31315/opsi.v14i2.4846>
- Jatiningrum, W. S., Utami, S. N. A. S. R., Sholihah, W., Abdulmajid, A., & Desstryani, R. (2022). Applying AHP-TOPSIS approach for selecting marketplace based on

- preferences of Generation Z. *OPSI*, 15(1), 116.
<https://doi.org/10.31315/opsi.v15i1.6824>
- Katadata. (2023). *Aplikasi streaming berbayar yang paling banyak digunakan di Indonesia*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/9da69019bb6a1a7/survei-disney-hotstar-jadi-aplikasi-streaming-berbayar-terlaris-di-indonesia>
- Katili, M. Z., Amali, L. N., & Tuloli, M. S. (2021). Implementasi metode AHP-TOPSIS dalam sistem pendukung rekomendasi mahasiswa berprestasi. *Jambura Journal of Informatics*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.37905/jji.v3i1.10246>
- Maulani, R., & Sulaiman, R. (2021). Penilaian kinerja karyawan menggunakan metode Intuitionistic Fuzzy TOPSIS. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 9(1), 54–64. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v9n1.p54-64>
- Nurkarimah, D., & Yuniarti, D. (2023). Penerapan metode Fuzzy TOPSIS intuisiionistik dalam pemilihan maskapai penerbangan terfavorit di Bandara Juanda Surabaya. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 11(3), 391–400. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v11n3.p391-400>
- Rusydi, A. R. (2022). Optimalisasi dalam seleksi bibit kelapa sawit unggul menggunakan metode TOPSIS. *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, 5, 74–81. <https://doi.org/10.37034/jsisfotek.v5i2.173>
- Saputri, A., Hilabi, S. S., Nurapriani, F., & Huda, B. (2024). Pemilihan platform film streaming menggunakan metode SMARTER dan MOORA. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(2), 702–709. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i2.1325>
- Syaputra, A. (2021). Kombinasi metode AHP dan TOPSIS dalam pemilihan bibit sayuran berdasarkan kondisi tanah dan syarat tumbuh tanaman. *Jurnal Ilmiah Informatika*, 6(1), 11–19. <https://doi.org/10.35316/jimi.v6i1.1232>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Wulandari, D., & Astuti, P. (2020). Pemilihan e-commerce terbaik menggunakan metode Fuzzy TOPSIS intuisiionistik. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 8(2), 120–129. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v8n2.p120-129>