

# MENENTUKAN KRITERIA YANG PALING BERPENGARUH ANTARA INVESTASI, PRODUK, POTENSI KEUNTUNGAN DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN WIRAUSAHAWAN MEMBELI FRANCHISE (STUDI KASUS FRANCHISE FAFA CHEESE)

**Budi Setiawan, Suliawati, Mahrani Arfah**

Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Sumatera Utara

[budiinka100@gmail.com](mailto:budiinka100@gmail.com); [Suliawati93@yahoo.co.id](mailto:Suliawati93@yahoo.co.id); [killomete@yahoo.com](mailto:killomete@yahoo.com)

## Abstrak

*Pasar kuliner dalam negeri semakin maju dengan kehadiran menu dari luar negeri. Salah satunya, cheese cake ala Jepang. Bolu super lembut dengan rasa keju yang kuat ini menuai banyak penggemar. Faktor potensi keuntungan menjadi faktor utama dalam pembelian franchise. Hal ini disebabkan karena manusia akan memikirkan keuntungan terlebih dahulu dalam membeli franchise Fafa Cheese. Kemudian faktor yang kedua adalah produk yang dijual, dikarenakan setelah memikirkan keuntungan, para investor akan memikirkan jenis produk yang dijual apakah produk tersebut mampu bertahan dalam persaingan 5 tahun kedepan. Kemudian untuk faktor yang ketiga adalah Investasi, hal ini dikarenakan para investor akan memikirkan berapa besar biaya investasi yang akan diberikan akan sesuai dengan keuntungan dan produk yang dijual. Kemudian untuk faktor yang keempat adalah Merek, para investor tentunya juga akan melihat, bagaimana merek yang akan diperjualkan itu mampu bersaing dengan merek-merek ternama lainnya, hal ini juga sebagai pertimbangan dalam membeli sebuah Franchise khususnya pada Fafa Cheese.*

**Kata-Kata Kunci :** *Investasi, Produk, Potensi, Merek, Franchise*

## I. Pendahuluan

Menjadi pengusaha sukses merupakan cita-cita setiap pengusaha. Karena seorang pengusaha yang sukses memiliki tingkat kesejahteraan tinggi, kebebasan finansial dan waktu yang luang itu karena kehidupannya tidak diatur oleh orang lain. Pengusaha adalah bos yang mengatur waktu dan kegiatannya sendiri bahkan dia mengatur kegiatan orang lain atau pegawainya. Realita yang ada ternyata masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mau menjadi pengusaha, bahkan mereka takut dan hanya ingin menjadi pegawai atau karyawan. Hal ini disebabkan oleh mental masyarakat yang rendah, mereka takut mengambil resiko kegagalan dalam wirausaha dimana takut mengambil resiko yang tinggi. Mental tersebut harus dirubah karena jika jumlah pengusaha banyak akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan juga mendorong negara berkembang menjadi negara maju. Selain itu menjadi negara maju yakni salah satu syarat sebagian besar masyarakatnya memiliki pekerjaan sebagai pengusaha. Kewirausahaan merupakan salah satu jalan menuju perubahan kehidupan menjadi lebih baik.

1 Konsep bisnis waralaba akhir-akhir ini telah menjadi salah satu pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha. Mengingat usaha yang diwaralabakan adalah usaha-usaha yang telah teruji dan sukses dibidangnya, sehingga dianggap dapat “menjamin” mendatangkan keuntungan, faktor ini yang kemudian menjadi “magnet” untuk menarik animo masyarakat secara luas. Melalui konsep waralaba seseorang tidak perlu memulai usaha dari nol, karena telah ada sistem yang

terpadu dalam waralaba, yang memungkinkan seorang penerima waralaba menjalankan usaha dengan baik. Pada saat sekarang ini, sulitnya mencari pekerjaan dan adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) membuat sebagian orang berminat untuk melakukan usaha waralaba.

- 2 Pasar kuliner dalam negeri semakin maju dengan kehadiran menu dari luar negeri. Salah satunya, *cheese cake* ala Jepang. Bolu super lembut dengan rasa keju yang kuat ini menuai banyak penggemar. Pasar yang bagus ini dimanfaatkan Try Hartoyo dan Risdawati membuka usaha bolu jepang dengan nama Fafa Cheese, tahun 2016. Pasar kuliner dalam negeri semakin semarak dengan kehadiran menu dari luar negeri. Salah satunya, *cheese cake* ala Jepang. Bolu super lembut dengan rasa keju yang kuat ini menuai banyak penggemar. Pasar yang bagus ini dimanfaatkan Try Hartoyo dan Risdawati membuka usaha bolu jepang dengan nama Fafa Cheese, tahun 2016.
- 3 Promosi yang dilakukan oleh perusahaan Fafa Cheese menurut beberapa konsumen kurang karena mereka hanya melihat promosi dengan melalui media sosial yaitu Instagram saja.
- 4 Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi dalam menghadapi persaingan pasar yang ada sebagai pengusaha baru di dunia waralaba apakah konsumen merasakan pengaruh dalam kedua hal itu dalam memandang persaingan pasar produk dengan merek Fafa Cheese ini diterapkan pengusaha.

## II. Metodologi Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di Fafa Cheese Medan JL. Laksana No 99 Simpang Halat. Penelitian ini adalah metode penelitian lapangan yang merupakan penelitian studi kasus, di mana dalam pengambilan data biasanya menggunakan kuesioner. Waktu penelitian ini dilaksanakan dalam waktu satu bulan terhitung dari bulan 08 Nopember s/d 08 Desember 2020. Dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Studi yang dilakukan untuk memperoleh informasi tentang penelitian yang akan dilakukan. Studi pendahuluan dilakukan karena kelayakan penelitian berkenaan dengan prosedur penelitian dan hal lainnya yang masih belum jelas. Studi pendahuluan bisa saja mengubah arah penelitian yang telah disusun didalam proposal. Dengan demikian, studi pendahuluan bisa saja menghasilkan perubahan prosedur penelitian, meningkatkan pengukuran, meningkatkan kepercayaan asumsi dan desain yang lebih mantab.

## III. Hasil Dan Pembahasan

CV. Harapan Jaya Mebel ini terletak di Jalan Sei Rejo, Kec Sei Rampah, Kab Serdang Bedagai . CV. Harapan Jaya Mebel ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri kayu. Pemilik Pabrik ini ialah Bapak Suheri Siregar. Berdiri pada tahun 2011, dengan jumlah pekerja sebanyak 43 orang. Bahan baku yang digunakan pabrik ini adalah kayu durian dan meranti. Dalam melakukan produksi pabrik ini selalu kesulitan mendapatkan bahan baku dikarenakan selalu menunggu bahan baku yang lama dikirim dari penyedia bahan baku.

### 1. Studi Literatur

Pemahaman terhadap berbagai landasan teori yang terkait dengan pelaksanaan penelitian dilakukan pada tahap ini. Pencarian terhadap literatur yang terkait mengenai metode AHP Melalui buku-buku refrensi, *paper*, dan jurnal.

### 2. Identifikasi permasalahan dan Tujuan Penelitian

Merupakan penjabaran terhadap pemahaman permasalahan penelitian sehingga di peroleh gambaran terhadap permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini.

### 3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dimaksudkan untuk mempermudah dalam proses pengumpulan data primer dan data sekunder di lapangan.

➤ Data Primer : meliputi data kinerja dengan cara penyebaran kuesioner. Responden yang dilibatkan harus memiliki pengetahuan dan pengalaman yang cukup tentang permasalahan.

➤ Metode Pengumpulan Data : Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya daam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada contoh kuesioner. Sedangkan item-item yang dibandingkan dalam kuesioner adalah kriteria, subkriteria.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada pihak instansi, dan jawaban jawaban responden dicatat. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu wawancara dimana pewawancara memiliki daftar pertanyaan yang ditujukan kepada pihak instansi. Wawancara terstruktur digunakan dalam wawancara untuk menentukan variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian yaitu menentukan kriteria dan subkriteria yang digunakan oleh instansi.

Metode studi pustaka merupakan metode yang digunakan untuk mencari teori-teori, konsep-konsep, yang dapat dijadikan landasan teori bagi penelitian yang dilakukan. Landasan teori digunakan agar penelitian mempunyai dasar yang kokoh dan bukan sekedar perbuatan coba-coba

### 4. Pengolahan Data

Data primer yang telah dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan metode penelitian berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan. Sementara data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan digunakan untuk memperkut hasil pembahasan dan analisis dari data primer. Karena dari hasil wawancara ini akan diperoleh kajian yang lebih mendalam terhadap hasil evaluasi AHP.

Berikut ini adalah langkah-langkah dalam penyusunan AHP.

a. Membuat matriks perbandingan berpasangan dengan membuat perbandingan pasangan, yaitu dengan membandingkan elemen secara berpasangan sesuai kriteria yang diberikan.

b. Menghitung bobot/prioritasari masing-masing variabel pada level 1 (kriteria). Langkah-langkah dalam menghitung bobot adalah sebagai berikut:

a. Membuat perbandingan berpasangan dari masing-masing kriteria

b. Hasil penilaian responden kemudian dirata-ratakan menggunakan *geometric mean*/rata-rata geometrik. Hal ini dilakukan karena AHP hanya memerlukan satu jawaban untuk matriks perbandingan. Rumus rata-rata geometrik secara matematis dirumuskan sebagai berikut:

$$A_{ij} = \sqrt[n]{Z_1 \times Z_2 \times Z_3 \times \dots \times Z_n}$$

Dengan :

- $A_{ij}$  = Nilai rata-rata perbandingan berpasangan kriteria  $A_i$  dengan  $A_j$  untuk  $n$  partisipan
- $Z_i$  = Nilai perbandingan antara  $A_i$  dengan  $A_j$  untuk partisipan  $i$ , dengan  $i = 1, 2, 3, \dots, n$
- $n$  = Jumlah partisipan

Hasil dari setiap perbandingan berpasangan ditampilkan dalam sebuah matriks perbandingan berpasangan.

Bagi masing-masing elemen pada kolom tertentu dengan nilai jumlah kolom tersebut.

Hasil tersebut kemudian dinormalisasi untuk mendapatkan *vector eigen* matriks dengan merata-ratakan jumlah baris terhadap lima kriteria. Perhitungan di atas menunjukkan *vector eigen* yang merupakan bobot prioritas keempat kriteria terhadap tujuan.

Menghitung Rasio Konsistensi dengan langkah sebagai berikut :

1. Kalikan nilai matriks perbandingan awal dengan bobot
2. Kalikan jumlah baris dengan bobot
3. Menghitung  $\lambda$  maks dengan menjumlahkan hasil perkalian diatas dibagi dengan  $n$
4. Menghitung Indeks konsistensi. Dalam persoalan pengambilan keputusan, penting untuk mengetahui konsistensi dari sebuah persepsi. Konsistensi dapat diukur melalui CI yang dirumuskan :

$$CI = \frac{\lambda \text{ maks} - n}{n - 1}$$

Dengan :

CI = Indeks Maksimum

$\lambda$  maks = *Eigen Value* maksimum

$n$  = Orde matriks

5. Menghitung Rasio Konsistensi. AHP mengukur konsistensi menyeluruh dari berbagai pertimbangan melalui suatu rasio konsistensi yang dirumuskan :

$$CR = CI/RI$$

Dengan

CR = Rasio Konsistensi

RI = Indeks Random

Pengukuran konsistensi ini dimaksudkan untuk melihat ketidak konsistenan respon yang diberikan responden. Jika  $CR < 0,1$  nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan konsisten. Jika  $CR > 0,1$  maka nilai perbandingan berpasangan pada matriks kriteria yang diberikan tidak konsisten. Sehingga jika tidak konsisten, maka pengisian nilai-nilai pada matriks berpasangan pada unsur kriteria maupun alternatif harus diulang.

Menghitung bobot/prioritas dari masing-masing variabel pada level 2 (subkriteria) dari masing-masing kriteria. Kemudian di tentukan *global priority*/prioritas global dengan cara mengalihkan *local priority*/prioritas dari masing-masing subkriteria dengan prioritas kriteria.

Menghitung bobot/prioritas dari masing-masing variabel pada level 2 (subkriteria) dari masing-masing kriteria. Kemudian di tentukan *global priority*/prioritas global dengan cara mengalihkan *local priority*/prioritas dari masing-masing subkriteria dengan prioritas kriteria.

Tri Hartoyo yang merupakan owner Fafa Cheese Indonesia. Awal mula berdirinya usaha cheese ini awal Januari lebih tepatnya tahun 2017, dan kini sudah 3 tahun lalu usaha cheese cake ini berjalan. Pada saat itulah memulai usaha menggiurkan ini dengan sistem online. Kala itu pemasaran online yang dilakukannya bersama istri. Pada saat itu 1 tahun sudah berjalan menjalankan usaha cheese cake ini melalui online dan outlet pertamanya di dekat Jembatan Merah Condongcatur Yogyakarta. Kini outletnya sudah banyak tersebar di seluruh Indonesia. 10 Outlet ada di Surabaya, Makassar, Bali, Medan dan selanjutnya akan ada di Solo, Semarang dan Lombok. Berikut ini adalah salah satu outlet Fafa Cheese yang berada di Medan Jl. Laksana No 99 Simpang Halat.

Fafa Cheese Medan dibuka pada tanggal 1 Januari 2020, fasilitas yang tersedia yaitu Wifi, ruang ngopi outdoor maupun indoor. Fafa Cheese menyediakan tiga varian cake, yakni *japanese cake*, *pillow cake*, dan *cheese tart*. Dari ketiga varian ini, Try menyiapkan pilihan rasa keju, coklat, green tea dan red velvet. Menyasar kalangan menengah harga produknya dibanderol mulai Rp 50.000- Rp 85.000 per porsi. Dia mengklaim, kelebihan produknya terletak pada rasa yang sangat kuat sesuai dengan selera pasar lokal.

Fafa Cheese menawarkan dua paket kemitraan. *Pertama*, paket outlet khusus di Yogyakarta dengan investasi Rp 70 juta. Fasilitasnya, dekorasi eksterior dan interior, perlengkapan toko dan *branding*. *Kedua*, paket outlet produksi dan penjualan dengan investasi Rp 210 juta. Yang didapatkan mitra adalah dekorasi eksterior dan interior, perlengkapan produksi, perlengkapan toko, bahan baku 100 porsi, pelatihan, sistem, *branding*, pendampingan dan lainnya. Mitra menyediakan ruang seluas 36 m<sup>2</sup> atau ruko, plus enam sampai sepuluh orang karyawan. Selain itu, mitra wajib mengambil bahan baku utama dari pusat.

Pusat juga menawarkan pengelolaan gerai, dengan sistem bagi hasil 30% untuk manajemen dan 70% untuk mitra, yang dihitung dari profit. Untuk mitra yang mengelola gerainya sendiri dikenakan biaya royalti 5% dari omzet per bulan. Berdasarkan perhitungan Risda, dalam waktu 1,5 tahun mitra sudah bisa balik modal. Dengan catatan total penjualan per bulan mencapai 1.000 porsi atau omzet Rp 60 juta. Bila dalam 1,5 tahun modal belum kembali, manajemen bakal memberikan garansi berupa kekurangan dana balik modal mitra. Konsultan usaha Djoko Kurniawan, menilai *cheese cake* tidak tergolong makanan musiman dan dapat bertahan lama. Ini terlihat dari penggemar bolu tersebut tetap ada. Termasuk *cheese*

cake ala Jepang yang punya harga relatif mahal. Iamenyarankan pebisnis bolu Jepang lebih perhatian ke konsumen lewat pemberian program spesial.

Geometriks Mean dari 10 matrik penilaian responden

**Tabel 1. Geometriks Mean dari 10 matrik penilaian responden**

Kriteria	Investasi	Produk	Potensi Keuntungan	Merek
Investasi	1,00	1,073	0,876	1,132
Produk	0,932	1,00	0,780	2,169
Potensi Keuntungan	1,141	1,282	1,00	1,612
Merek	0,884	0,461	0,621	1,00
<b>Total</b>	<b>3,957</b>	<b>3,816</b>	<b>3,277</b>	<b>5,912</b>

Dengan melakukan penilaian relatif pada setiap sel dengan cara nilai setiap sel dibagi dengan jumlah pada setiap kolomnya maka, akan diperoleh nilai relatif per sel. Akhirnya pada setiap faktor secara horisontal dijumlahkan dan dicari bobot prioritasnya. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 2. Matriks bobot penilaian perbandingan berpasangan factor Membeli Franchise Fafa Cheese**

Kriteria	Investasi	Produk	Potensi Keuntungan	Merek	Total	Bobot Prio
Investasi	0,253	0,281	0,267	0,191	0,993	0,248
Produk	0,236	0,262	0,238	0,367	1,102	0,276
Potensi Keuntungan	0,288	0,336	0,305	0,273	1,202	0,301
Merek	0,223	0,121	0,189	0,169	0,703	0,176
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	

Cari nilai random index (tabel)

Untuk N = 4, maka nilai random indeksnya = 0,9

Mencari  $Consistency\ ratio = \frac{CI}{RI}$

$$Consistency\ ratio = \frac{0,02}{0,9}$$

CR = 0,02

Ternyata hasilnya konsisten karena nilai CR < 0,1

### Analisis Data

Dari hasil pengolahan data diperoleh bobot kepentingan tiap-tiap faktor yang disebut dengan bobot lokal. Untuk mencari alternatif yang terbaik maka harus dicari bobot global dengan cara mengalikan bobot lokal dengan bobot yang ada pada hirarki di atasnya. Proses sintesa menghasilkan prioritas faktor sebagai berikut:

- Investasi =  $1 \times 0,248 = 0,248$
- Produk =  $1 \times 0,276 = 0,276$
- Potensi Keuntungan =  $1 \times 0,301 = 0,301$
- Merek =  $1 \times 0,176 = 0,176$

Dari nilai bobot global hasil sintesis tersebut di atas tampak bahwa faktor potensi keuntungan menjadi faktor utama dalam pembelian franchise. Hal ini disebabkan karena manusia akan memikirkan keuntungan terlebih dahulu dalam membeli franchise Fafa Cheese,.

Kemudian faktor yang kedua adalah produk yang dijual, dikarenakan setelah memikirkan keuntungan, para investor akan memikirkan jenis produk yang dijual apakah produk tersebut mampu bertahan dalam persaingan 5 tahun kedepan.

Kemudian untuk faktor yang ketiga adalah Investasi, hal ini dikarenakan para investor akan memikirkan berapa besar biaya investasi yang akan diberikan akan sesuai dengan keuntungan dan produk yang dijual.

Kemudian untuk faktor yang keempat adalah Merek, para investor tentunya juga akan melihat, bagaimana merek yang akan diperjualkan itu mampu bersaing dengan merek-merek ternama lainnya, hal ini juga sebagai pertimbangan dalam membeli sebuah Franchise khususnya pada Fafa Cheese.

### Evaluasi

Dari hasil pengolahan data diperoleh bobot kepentingan tiap –tiap factor disebut dengan bobot local. Untuk mencari alternative yang tebaik maka harus dicari bobot global dengan cara mengalikan bobot local dengan bobot yng ada pada hirarki di atasnya. Proses sintesa menghasilkan prioritas factor sebagai berikut :

- Investasi =  $1 \times 0,248 = 0,248$
- Produk =  $1 \times 0,276 = 0,276$
- Potensi Keuntungan =  $1 \times 0,301 = 0,301$
- Merek =  $1 \times 0,176 = 0,176$

Dari Penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mengevaluasi hasil dari pengamatan yang menyatakan bahwa dari nilai bobot global hasil dari sintesis tersebut diats tampak bahwa factor potensi keuntungna menjadi factor utama dalam pembelian franchise. Hal ini disebabkan karena manusia akan mmikirkan keuntungan terlebih dahulu dalam membeli franchise Fafa Cheese

## IV. Kesimpulan Dan Saran

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor potensi keuntungan menjadi faktor utama dalam pembelian franchise. Hal ini disebabkan karena manusia akan memikirkan keuntungan terlebih dahulu dalam membeli franchise Fafa Cheese,.
2. Kemudian faktor yang kedua adalah produk yang dijual, dikarenakan setelah memikirkan keuntungan, para investor akan memikirkan jenis produk yang dijual apakah produk tersebut mampu bertahan dalam persaingan 5 tahun kedepan.
3. Kemudian untuk faktor yang ketiga adalah Investasi, hal ini dikarenakan para investor akan memikirkan berapa besar biaya investasi yang akan diberikan akan sesuai dengan keuntungan dan produk yang dijual.
4. Kemudian untuk faktor yang keempat adalah Merek, para investor tentunya juga akan melihat, bagaimana merek yang akan diperjualkan itu mampu bersaing dengan merek-merek ternama lainnya, hal ini juga sebagai pertimbangan dalam membeli sebuah Franchise khususnya pada Fafa Cheese.

### 4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang dapat penulis ajukan sebagai berikut:

1. Untuk calon *franchisor* yang akan membeli usaha *franchise* haruslah memperhatikan secara detil terhadap informasi *franchise* tersebut, seperti bentuk dukungan apa yang diberikan oleh *franchisor*, berapa besar fee yang akan diberikan. Karena untuk *franchise* lokal yang sekarang ini lagi berkembang pesat, banyak dari *franchisor* tersebut yang lepas tanggung jawab terhadap *franchisee*-nya. Dimana *franchisor* tidak memberi bantuan dukungan berkelanjutan, ini disebabkan oleh *franchisor* yang hanya mementingkan keuntungan semata pribadi.

2. Pemerintah harus lebih memperhatikan perkembangan *franchise* di Indonesia, karena usaha *franchise* dapat menggiatkan perekonomian dan menciptakan lapangan kerja sehingga menurunkan pengangguran yang kian meningkat.
3. Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi bagi penelitian dimasa yang akan datang. Penulis menyadari belum dapat meneliti secara mendalam mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan wirausahawan dalam membeli usaha *franchise*.

### Daftar Pustaka

- [1]. Abdulkadir Muhammad, 2010, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- [2]. Abdul R. Saliman, 2014, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- [3]. Cut Fiarni, dkk., 2013, *Personalized Tourist Recommended Systems Based on Analytic Hierarchy Process (AHP)*. Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia.
- [4]. Falatehan, A. Faroby, 2016, *Analytical Hierarchy Process (AHP): Teknik Pengambilan Keputusan Untuk Pembangunan Daerah*. Indomedia Pustaka. Yogyakarta.
- [5]. Hartimbul Ginting, Nembah F., 2011, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- [6]. Jogiyanto, 2003, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- [7]. Karamoy, Amir, 2013, *Percaturan Waralaba Indonesia*. Jakarta: PT Foresight Asia.
- [8]. Rahmayanti, Reni 2010, *Analisis Pemilihan Supplier Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.