Penggunaan program loyalitas sebagai alat ampuh untuk pemasaran hubungan menjadi populer untuk mendorong loyalitas pelanggan. Penggunaan program loyalitas dapat mengenalkan manfaat bagi pelanggan dan perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan isu penting bagi keberhasilan setiap organisasi karena diketahui bahwa menarik pelanggan baru lebih mahal daripada mempertahankan produk yang ada [4]. Program loyalitas sering disebut sebagai program "poin" atau "penghargaan" [8]. Salah satu contoh program loyalitas yaitu Penggunaan kartu, termasuk diskon harga langsung, penawaran khusus untuk anggota, hadiah gratis di beberapa tingkat ambang pengeluaran, poin yang dapat ditukarkan, dan / atau kelayakan untuk undian dan kontes.6]. pelanggan setia memungkinkan perusahaan menghasilkan lebih banyak keuntungan dari waktu ke waktu karena alasan; peningkatan pembelian, berkurangnya biaya operasional dan kenaikan marjin keuntungan. Karena persaingan meningkat selama krisis ekonomi saat ini[8].

Salah satu cara untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang difokuskan yaitu dengan cara pemberian reward berupa diskon kepada salah satu pelanggan terbaik. Pemberian Diskon secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan [4]. Dalam perancangan sistem pengambilan keputusan, pengumpulan data atau informasi tidaklah cukup. Kita harus memiliki kemampuan untuk mengubah beberapa informasi yang tersedia menjadi beberapa kemungkinan alternatif dalam pengambilan keputusan. Sebelum membuat alternatif, kita perlu membuat kriteria dan setiap kriteria harus bisa menjawab seberapa baik alternatif bisa memecahkan masalah yang sedang dihadapi [14]. Dalam menentukan pelanggan terbaik dibutuhkan salah satu metode agar hasil yang diperoleh akurat. Dengan menggunakan metode Fuzzy Multiple Attribute Decision Making (FMADM) dapat digunakan untuk mencari alternatif optimal beberapa alternatif dengan kriteria tertentu. Inti dari metode FMADM adalah menentukan nilai bobot untuk setiap atribut, kemudian dilanjutkan dengan membuat rangking untuk setiap alternative dengan menggunakan metode Simple Additive Weight (SAW) [14].

Dalam Penelitian ini, metode FMADM (*Fuzzy Multi-Attribute Decision Making)* untuk menemukan beberapa alternative yang terbaik dari beberapa kriteria kriteria yang sudah ditentukan dan SAW (*Simple additive weighting*) untuk melakukan proses perhitungan *ranking* pelanggan terbaik. Kriteria kriteria nya antara lain yaitu Total harga transaksi, banyak jumlah transaksi, kunjungan loyalitas, dan total utang transaksi.