

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat Alquran dan hadis, supaya dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah swt dan Rasulullah saw akan menjamin kehidupan manusia lebih baik dan sejahtera. Di dalam teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai guna atau *utility*.

Perilaku konsumen dalam Islam menekankan pada konsep dasar bahwa manusia cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas dalam ekonomi Islam bahwa setiap perilaku ekonomi ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya dalam konsumsi.

Selanjutnya, untuk meningkatkan kepuasan konsumen sebagai upaya menarik minat konsumen terhadap nilai guna, maka produsen sebagai penyedia barang-barang konsumsi memberikan sesuatu sebagai daya tarik konsumen agar mau memenuhi kebutuhannya tersebut, pihak produsen sebagai penyedia barang memberikan berbagai sebagai penyedia barang memberikan berbagai macam

hadiah-hadiah bagi konsumen yang berbelanja di suatu perusahaan atau pasar-pasar swalayan dari setiap transaksinya.

Persaingan yang semakin ketat antar produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap pengusaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan pembelian.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Konsumen yang memiliki loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk dan jasa yang disediakan perusahaan dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas konsumen pada penyedia jasa tersebut.¹

Mengukur kepuasan walaupun pengusaha yang berpusat pada konsumen berusaha mencipta kepuasan konsumen yang tinggi, tetapi itu bukan sasaran utama. Jika pengusaha meningkatkan kepuasan konsumen dengan menurunkan harga atau meningkatkan pelayanannya, hasilnya mungkin adalah laba yang lebih rendah. Pengusaha mungkin mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan cara selain meningkatkan kepuasan (sebagai contoh, dengan memperbaiki proses manufaktur atau menambah investasi). pengusaha harus beroperasi dengan filosofi

¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 58.

bahwa perusahaan senantiasa berusaha memberikan level kepuasan konsumen yang tinggi asalkan juga dapat memberikan setidaknya level kepuasan yang dapat diterima oleh para pemercaya lain, dengan sumber daya total tertentu.

Jika para konsumen menilai kepuasan mereka berdasarkan salah satu unsur kinerja misalnya, penyerahan barang perlu menyadari bahwa beragam sekali cara konsumen mendefinisikan penyerahan barang yang baik. Penyerahan barang yang baik dapat berarti penyerahan yang lebih awal, penyerahan yang tepat waktu, kelengkapan pesanan, dan seterusnya. Tetapi jika harus menyebutkan tiap-tiap unsur dengan rinci, para konsumen akan menghadapi daftar pertanyaan yang terlalu banyak. Perusahaan harus menyadari bahwa dua konsumen dapat melaporkan menerima “kepuasan yang tinggi” namun dengan sebab yang berbeda. Seseorang mungkin selalu mudah dipuaskan sepanjang waktu, sementara yang lainnya mungkin suka disenangkan tetapi merasa senang pada saat ini.²

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan, konsumen akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat puas, senang dan bahagia. Namun, bagaimana pembeli membentuk harapannya? Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya,

²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT Intan Sejati Klaten, 2003), hlm. 73

serta informasi dan janji pemasar dan pesaingnya. Apabila pemasar menaikkan harapan konsumen terlalu tinggi, pembeli mungkin akan kecewa jika perusahaan gagal memenuhinya. Di lain pihak jika perusahaan menetapkan harapan konsumen terlalu rendah, maka perusahaan itu tidak dapat menarik cukup banyak pembeli meskipun yang membeli akan puas.³

Pelayanan sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan baik. Strategi khusus dimaksud adalah mengenai hal apa yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Hal itu berkaitan dengan kualitas pelayanan yang merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan konsumen. Untuk itu, perlu dikaji kondisi pelayanan secara menyeluruh.

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan mampu memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang terpenuhi harapannya bahkan terlampaui dipastikan konsumen tersebut akan puas.⁴ Konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan yang menjadi konsumen pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunannya penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian.⁵

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (Yogyakarta: Andi and Pearson Education Asia, 2000), hlm. 50-51

⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), hlm. 159.

⁵ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 1.

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas dan senang.

Dalil yang terkait dengan kepuasan konsumen terkait dengan pelayanan adalah Allah swt berfirman dalam Alquran surah ali 'Imran/3: 159.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَّلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

”Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.⁶

Perbedaan antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan (kepuasan) harus diminimalisasi agar hasilnya mendekati atau lebih dari satu, yaitu dengan mengelola kesenjangan-kesenjangan yang terjadi pada penyerahan jasa. Penyedia harus memperbaiki kualitas jasa setiap saat dan semakin agresif untuk mengadakan penelitian akan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.⁷

Menurut Fandy Tjiptono kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, persepsi atas harga. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh

⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: CV Penerbit Fajar Mulya, 2015), hlm. 71.

⁷Bintoro, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm. 90.

kualitas produk, pelayanan atau barang-barang yang diberikan pada konsumen dalam proses penyerahan jasa.⁸

Berdasarkan peninjauan awal yang penulis lakukan pada beberapa konsumen kedai cerita kopi didapatkan data bahwa mereka lebih memilih kedai cerita kopi dibandingkan kedai lain karena harga yang terjangkau, pelayanan yang baik, rasa yang nikmat, konsep yang dibangun, dari segelas kopi kita bisa berbicara banyak hal dan membuat siapa saja yg datang merasa kedai ini menjadi miliknya, dan tidak ada batasan antara penjual dan pembeli. Kedai cerita kopi berdiri pada 14 September 2017, dan rata - rata pengunjung hari biasa sekitar 40 orang dan pada hari Sabtu dan Minggu sekitar 50 sampai 60 orang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis sangat tertarik untuk mengambil judul penelitian Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dirumuskanlah permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Apakah produk dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin?
2. Apakah produk dan pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin?

⁸Danang suntoyo, *Teori, Kuesioner dan Analisis Data* (Graha Ilmu Yogyakarta, 2007)

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh produk dan pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin.
2. Pengaruh produk dan pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini berusaha untuk mengembangkan pengetahuan pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin dan wawasan kepada semua pihak yang memerlukan serta diharapkan menjadi salah satu pelengkap dari referensi tentang ekonomi syariah.

2. Manfaat praktis

Bagi penulis: Untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi keilmuan yang telah diperoleh peneliti selama masa perkuliahan serta memperluas wawasan, pengetahuan, dan pengalaman.

Bagi mahasiswa: Sebagai bahan tambahan untuk kajian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah yang mirip dengan yang peneliti angkat.

Bagi kampus: Dapat menambah koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap judul penelitian ini, penulis merasa perlu memberikan batasan istilah sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang untuk mengubah sesuatu yang lain.⁹ Pengaruh yang dimaksud penulis di sini adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh pelayanan yang diberikan oleh Kedai cerita kopi kepada konsumen.
2. Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan.¹⁰ Produk dalam penelitian ini adalah produk-produk dari Kedai Cerita Kopi yang ditawarkan dan disajikan kepada konsumen khususnya minuman yang terbuat dari bahan utama kopi. Dalam penelitian ini dimensi produk adalah *perceived quality* (kesan kualitas), *reliability* (kehandalan), *aesthetic* (estetika), *conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi) dan *feature* (fitur).

⁹ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2012), hlm. 849.

¹⁰ Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 31.

3. Pelayanan adalah perbuatan (cara, atau hal melayani dan sebagainya); perlakuan.¹¹ Kualitas menurut Fandy Tjiptono adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹² Kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan).¹³
4. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.¹⁴ Kepuasan konsumen yang dimaksud penulis di sini adalah perasaan senang, lega, dan sebagainya, yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen Kedai Cerita Kopi Banjarmasin. Dimensi dari kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah *overall customer satisfaction product* (kepuasan keseluruhan produk), *overall customer satisfaction service* (kepuasan keseluruhan pelayanan), *confirmation of expectation* (produk yang dibeli sesuai

¹¹Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008)

¹²Mia Yuliani Sholihah, Kualitas Pelayanan, <http://airkusaja.blogspot.com/>.html, tanggal (19 Januari 2017).

¹⁴Husein Umar, *Study Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 65.

harapan), *repurchase intent* (niat membeli kembali), *willingness to recommended* (kerelaan untuk merekomendasi).¹⁵

F. Kajian Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah pengumpulan data. Metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran dengan harapan hasil penelitian dapat tersaji secara akurat dan mudah dipahami. Di samping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kartika Nur Rahmawati (13511241028) di Universitas Negeri Yogyakarta. Judul penelitiannya adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.¹⁶ Penelitian ini merupakan penelitian survei, menggunakan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini para konsumen Kedai Bangsawan Klaten. Ukuran sampel penelitian yang diambil sebanyak 80 orang ditentukan dengan rumus Slovin, selanjutnya sampel ditentukan dengan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* dengan analisis data yang digunakan

¹⁵ Fandi, Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, (Yogyakarta : Andi Offset, 2000), hlm. 101.

¹⁶ Kartika Nur Rahmawati, "*Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten*", Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta (Internet : <https://eprints.uny.ac.id/54057/>).

adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) kualitas produk di Kedai Bangsawan Klaten dalam kategori baik (2) kualitas pelayanan di Kedai Bangsawan Klaten dalam kategori baik (3) kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan (32.10%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten. (4) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan (32.70%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten. (5) kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan (64.80%) terhadap kepuasan konsumen di Kedai Bangsawan Klaten.

Persamaan dalam penelitian ini adalah tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan dan parsial dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan memakai analisis regresi linear berganda dengan populasi adalah konsumen yang membeli di objek pelaksanaan penelitian dengan teknik pengambilan sampel *Accidental Sampling*.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang dipakai Kartika Nur Rahmawati adalah teori Slovin.

2. Mansyur Yahya¹⁷ (K7404102) Mahasiswa di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Judul Penelitiannya adalah Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

¹⁷ Mansyur Yahya, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Espresso Bar Solo*, Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta (Internet : <https://media.neliti.com/media/publications/82300-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pe.pdf>).

Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Espresso Bar Solo. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan populasi Konsumen Kopi Espresso Bar Solo dengan sampel 50 responden memakai teknik cluster samping dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitiannya adalah (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap konsumen Kedai Kopi Espresso Bar Solo. Persamaan dengan penelitian ini adalah memakai variabel yang sama yaitu produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen/konsumen, memakai teknis analisis regresi linear berganda dan populasi merupakan konsumen atau konsumen daripada objek penelitian.

Persamaan dalam penelitian ini adalah tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan dan parsial dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan memakai analisis regresi linear berganda dengan populasi adalah konsumen yang membeli di objek pelaksanaan penelitian.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah teknik yang dipakai Mansyur Yahya dalam pengambilan sampel adalah teknik *cluster sampling* sedangkan penelitian ini memakai teknik *accidental sampling*.

3. Theresia Endriati E¹⁸, Mahasiswa Jurusan Manajemen Operasional, Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda. Judul penelitiannya adalah Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo di Alaya Samarinda. Menggunakan alat analisis regresi linier sederhana dengan 30 sampel responden. Hasil penelitiannya adalah (1) Nilai korelasi (r) menunjukkan variabel kualitas produk mempunyai hubungan yang sedang (cukup kuat) terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi di Alaya Samarinda. (2) Nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Postmo di Alaya Samarinda dan masih ada pengaruh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. B. (3) Nilai t hitung hasil perhitungan signifikansinya < dari 0,05 yang berarti pula variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Postmo di Alaya Samarinda. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas produk (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Postmo di Alaya Samarinda diterima. Persamaan dalam penelitian ini adalah tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan dan parsial dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan memakai analisis regresi linear berganda

¹⁸ Theresia Endriati E, *Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo di Alaya Samarinda*, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda (Internet : <https://www.neliti.com/id/publications/30382/pengaruh-kualitas-produk-kopi-terhadap-kepuasan-konsumen-kedai-kopi-postmo-di-al>).

dengan populasi adalah konsumen yang membeli di objek pelaksanaan dan jumlah sampel sebesar 30 responden.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel yang dipakai Theresia Endriati E menggunakan teori Slovin.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

1. Bab pertama penulis melakukan tahap pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.
2. Bab kedua berisi landasan teori. Pada bab ini akan dibahas masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.
3. Bab tiga merupakan metode penelitian. Pada bab ini berisi tentang jenis dan objek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data, variabel penelitian, teknik pengolahan data dan tahapan penelitian.
4. Bab empat alat penyajian data dan analisis terhadap beberapa masalah yang dibahas.

5. Bab lima merupakan penutup. Pada bab ini peneliti membuat simpulan atas hasil peneliti dan saran.