

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa saat ini ini, pertumbuhan bisnis terus menjadi menjamur baik di pasar dalam negeri (nasional), ataupun pasar internasional. Di Indonesia persaingan bisnis sangat membuka kesempatan serta tantangan untuk pelaku usaha. Kesempatan buat memperluas pasar produknya, serta tantangan buat bisa bersaing dengan industri yang bergerak di bidang yang sama. Perihal itu membuat industri wajib senantiasa berinovasi, menjajaki pertumbuhan era serta memastikan strategi pemasaran yang pas supaya ekspansi pasar produk untuk industri bisa terbentuk serta industri sanggup bersaing sehingga tujuan industri bisa dicapai.

Setiap industri pada dasarnya mau mencapai kesuksesan dalam melaksanakan usaha-usahanya. Dalam menggapai tujuan tersebut industri wajib bergerak salah satunya lewat pemasaran, ialah proses yang dalam orang serta kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta mau dengan menghasilkan penawaran, serta secara leluasa menukarkan produk yang bernilai dengan pihaklain. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat berarti untuk industri dagang ataupun jasa. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan keorganisasian berupa keharusan agar perusahaan yang bersangkutan menjadi lebih efektif, dibandingkan dengan pihak pesaingnya dalam hal menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai untuk para

Pelanggan (cosumer value) pada dasar sarana yang telah dipilih (Winardi, 2004, hal.279). Dalam mempertahankan keunggulan, meningkatkan kualitas produk dan jasa dengan menggunakan strategi pemasaran yang menarik dan harga yang sesuai di mata Pelanggan adalah cara mempertahankan siklus hidup mereka. Selain itu untuk perusahaan dagang maupun jasa memperhatikan harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan yang bertujuan untuk menarik Pelanggan dan juga merupakan hal penting untuk mempertahankan siklus hidup usaha mereka. Perusahaan mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang terus guna mencapai kemajuan, melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan (Abdullah, 2014).

Firman Allah SWT dalam Surah Al-Jumu'ah Ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: " Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung ". (Q.S Al-Jumu'ah: 10).

Ayat di atas menunjukkan Allah SWT memerintahkan untuk menunaikan kewajiban kita sebagai manusia untuk beribadah dan bertebaranlah kita untuk mencari rezeki Allah dimuka bumi ini dan berlomba-lombalah untuk kebaikan. Ajaran islam apabila seperti gambaran dalam ayat di atas tentu akan sangat baik dalam mencari rezeki disetiap usaha seperti berdagang maupun berbisnis.

Setiap usaha pasti memerlukan manajemen agar usahanya lebih terkonsep. Dalam usaha yang penulis angkat memerlukan manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya

untuk mengedintifikasikan apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh Pelanggan, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan (Amirullah, 2015, hal. 10).

Kafe adalah tempat (bangunan) yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua Pelanggannya untuk makan maupun minum. Selain bertujuan bisnis atau mencari untung, kafe juga berusaha membuat puas para tamu dan hal ini merupakan tujuan operasi kafe yang utama (Tarigan, 2013, hal. 67). Bisnis kafe merupakan salah satu bisnis yang memiliki persaingan sangat ketat. Perkembangan bisnis kafe di Indonesia dan di kota-kota besar bahkan khususnya di pedesaan seperti di Tamban semakin berkembang dengan pesat. Banyak kafe-kafe dengan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk memikat Pelanggan baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua, dari segi ekonomi yang sedang sampai ekonomi menengah keatas. Perkembangan bisnis kafe membuat selera pelanggan yang senantiasa berubah dan juga semakin kuatnya persaingan menjadikan Pelanggan semakin selektif dalam melakukan pelanggan. Eksistensi kafe di Tamban telah menjadi pandangan sehari-hari khususnya bagi kalangan anak muda. Salah satu kafe di Tamban yang menarik perhatian penulis adalah Kedai Ice Septia (KIS), yang terletak di Ds. Karang Mekar km. 14 rt. 1, Kec.Mekarsari, Kab. Batola, Prov. Kalimantan Selatan.

Hal pertama yang menarik perhatian penulis adalah intensitas pengunjung yang datang setiap harinya selalu ramai terutama dihari weekend dan hari libur ini menyediakan tempat yang cukup luas dan nyaman, ada juga meja indoor dan outdoor. Kedai Ice Septia (KIS) ini bernuansa ramah lingkungan yang mana

pemilikinya memberikan hiasan tanaman bunga dan lain sebagainya di sekitaran lingkungan kedai tersebut. Kedai Ice Septia (KIS) ini buka dari jam 8 sampai jam 6 sore kecuali dibulan ramadhan buka dari jam 6 sore sampai jam 10 malam. Cocok dijadikan tempat untuk mengerjakan tugas sekolah, bermain game, maupun sekedar tempat nongkrong bersama teman-teman, untuk makan bersama ataupun buka puasa bersama saat Ramadhan. Selanjutnya penulis tertarik pada variasi menu yang di berikan KIS ini sangat inovatif dan beragam, mereka selalu mengikuti trend makanan/minuman yang berkembang saat ini. Dari segi harga untuk makanan dan minuman cukup sesuai dengan porsi yang diberikan, dan cukup masuk di kantong anak sekolah, pegawai pemerintahan, dan masyarakat sekitar. Dalam menunjang usaha Kedai Ice Septia (KIS) owner nya sendiri mempekerjakan beberapa pegawai untuk membantu penyajian pesanan.

Dari uraian di atas peneliti tertarik mengambil variabel harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independent untuk di teliti, karena variabel berpotensi sangat mempengaruhi untuk menentukan Loyalitas Pelanggan yang mana Loyalitas Pelanggan juga bisa sangat dipengaruhi oleh ketiga variabel independen tersebut. Pengunjung akan melakukan Loyalitas Pelanggan bila harga terjangkau, variasi menu yang sangat inovatif, dan kualitas pelayanan yang baik. Namun, setiap pengunjung memiliki perilaku yang berbeda sehingga belum tentu faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi dalam membuat loyalitas dalam Pelanggan. Pengunjung bisa saja hanya dipengaruhi oleh satu variabel, dua variabel atau bahkan dipengaruhi oleh semua variabel tersebut. Oleh karena itu harus memiliki pengetahuan mengenai variabel apa saja yang menjadi

pertimbangan pengunjung dan juga mengetahui variabel mana yang paling dominan di antara ketiga variabel itu yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sehingga dapat membuat kebijakan dan strategi yang efektif.

Harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh usaha tersebut sangat berperan penting dalam Loyalitas Pelanggan dimana pengunjung membandingkan harga, variasi menu, dan dengan harapan mendapatkan pelayanan yang baik. Dari informasi yang didapat di atas tersebut maka penulis bermaksud meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengunjung untuk datang ke Kedai Ice Septia (KIS) Tamban.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut dan dalam rangka meningkatkan pendapatan di Kedai Ice Septia (KIS), maka di perlukan penelitian tentang pengaruh harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan, dengan menggunakan teknik penelitian langsung atau wawancara. Penelitian ini akan mengambil sampel pada pengunjung yang berbelanja di Kedai Ice Septia (KIS) Tamban. Jika dilihat dari variabel yang akan diteliti maka dalam penelitian ini, penulis memilih judul "Pengaruh Harga, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) di Tamban.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS)?
2. Apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) secara simultan.
2. Untuk mengetahui apakah harga, variasi menu dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) secara parsial.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari segi teoritis: Bagi mahasiswa sebagai bahan untuk melakukan penelitian khususnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, juga memperkaya ilmu pengetahuan tentang perusahaan yang bergerak di industri kafe. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan

penulis dalam ilmu yang telah diberikan dalam kuliah, terutama pada bidang pemasaran, khususnya pada subjek yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan.

2. Dari segi praktis: Bagi perusahaan menjadi masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan serta menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan subjek yang diteliti dalam penelitian ini, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan di Kedai Ice Septia (KIS). Dan bagi pihak lain penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, atau rujukan referensi untuk kegiatan penelitian yang lebih mendalam lainnya, khususnya untuk para akademisi, serta menambah wawasan bagi kalangan non akademisi.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pandangan agar fokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Loyalitas Pelanggan (Y) adalah dorongan perilaku untuk membangun kesetiaan Pelanggan dengan melakukan Pelanggan secara berulang-ulang terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Masanto, 2004, hlm. 128). Dalam penelitian ini, Loyalitas Pelanggan yang penulis maksud adalah kesetiaan Pelanggan yang bertahan dalam jangka waktu

yang cukup lama dan pada masa mendatang terus melakukan Pelanggannya di Kedai Ice Septia (KIS).

2. Harga (X_1), berarti jumlah uang yang harus dibayar oleh para Pelanggan untuk mendapatkan produk yang bersangkutan (Winardi, 2004, hal. 293). Harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harga makanan dan minuman yang dijual di Kedai Ice Septia (KIS).
3. Variasi Menu (X_2), Menciptakan suatu variasi pada produk akan menghasilkan keragaman pilihan bagi Pelanggan. Philip Kotler (2002:347) juga mengatakan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh Pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen. Setiap Pelanggan memiliki selera makan yang berbeda-beda. Karena variasi menu merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Jika suatu café dan resto menyediakan menu yang beranekaragam, akan lebih memudahkan café untuk menarik Pelanggan. Indikator variasi menu menurut Philip Kolter (2015-139) adalah rasa, ukuran, kualitas produk, tampilan dan ketersediaan produk. Variasi menu yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keberagaman menu makanan dan minuman yang dijual di Kedai Ice Septia (KIS).
4. Kualitas Pelayanan (X_3), menurut Wijaya (2008:59) adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan eskpektasi pembeli (Ratnasari, 2006, hal. 5). Kualitas pelayanan yang

dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan oleh sistem maupun karyawan Kedai Ice Septia (KIS).

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dalam pengolahan data, maka penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

1. Skripsi Ahmad Syaifullah (2020), dengan judul skripsi "Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di De'Kopi Arwana". Penelitian ini bertujuan agar mengetahui apakah variabel Harga, Lokasi, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di De'Kopi Arwana berpengaruh secara simultan dan parsial. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu sama-sama meneliti Harga, dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen (X) dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen (Y) serta sama-sama menggunakan penelitian lapangan dengan metode pendekatan kuantitatif, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Akan tetapi yang membedakan adalah penelitian terdahulu variabel independen satunya menggunakan lokasi dan *store*

atmosphere sedangkan penelitian yang sedang penulis angkat variabel independen lainnya yaitu variasi menu. Hasil penelitian ini menyatakan secara simultan (bersama-sama) variabel harga, lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan di De'Kopi Arwana. Sedangkan secara parsial variabel harga, lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan di De'Kopi Arwana.

2. Skripsi Annisa Fitria (2018), dengan judul " Pengaruh Pelayanan Karyawan Dalam Menarik Minat Pelanggan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin ". Penelitian ini bertujuan agar mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Menarik Minat Pelanggan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin. Dan untuk mengetahui dimensi Pelayanan yang paling dominan mempengaruhi terhadap minat Pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya dimensi pelayanan meliputi reliability (X_1), responseveness (X_2), assurance (X_3), empaty (X_4), dan tangibles (X_5) berpengaruh secara simultan terhadap minat Pelanggan. Secara tiga variabel bebas yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap minat Pelanggan RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin, yaitu variabel reliability (X_1), responseveness (X_2), assurance (X_3), empaty (X_4), dan tangibles (X_5). Dimensi pengaruh paling besar berpengaruh adalah variabel tangibles

(X₅). Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama sama meneliti tentang kualitas Pelayanan karyawan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini lebih menekankan pada minat pelanggan dalam berbelanja barang pada tersebut di RM. Ayam Geprek Solo Cabang Banjarmasin, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).

3. Skripsi Adi Nugraha (2020), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil menunjukkan berdasarkan uji koefisien determinasi bahwa variabel kualitas pelayanan yang memiliki signifikansi pengaruh sangat kuat terhadap loyalitas Pelanggan yang sesuai dengan perspektif islam. Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama sama meneliti tentang kualitas Pelayanan karyawan sebagai variabel independent (X). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah penelitian ini lebih menekankan pada minat pelanggan dalam berbelanja barang pada tersebut di pizza podang’s, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) sebagai variabel dependen (Y).
4. Skripsi Andi Angriani (2018), dengan judul “Pengaruh Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Catering Ukhuwah di Makassar”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

pengaruh variasi menu, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan pada catering ukhuwah di makassar. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling, dengan jenis metode yang digunakan adalah sampling incidental. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel variasi menu dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan pada catering ukhuwah di makassar. Sedangkan secara parsial tidak semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Variabel variasi menu tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan. Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama sama meneliti tentang pengaruh variasi menu dan kualitas Pelayanan karyawan sebagai variabel independent (X). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah variabel harga sebagai variabel independent (X). Penelitian ini lebih menekankan pada keputusan pelanggan pada catering ukhuwah di makassar, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) sebagai variabel dependen (Y).

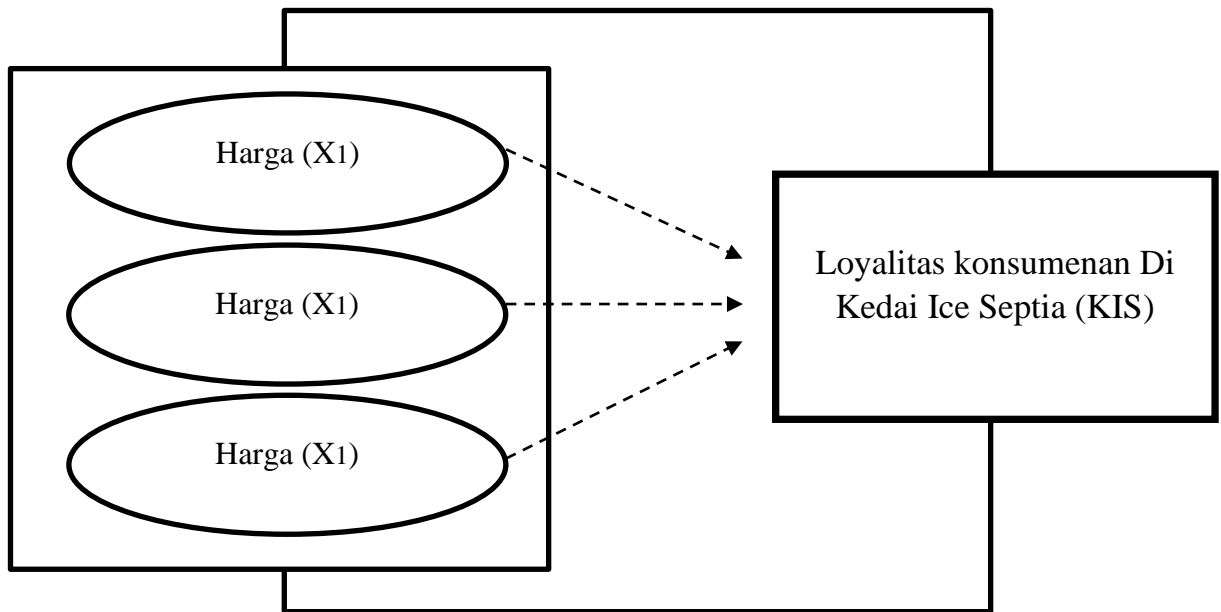
5. Skripsi Ridho Saputra (2020), dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Distro Label Store

Pekanbaru”. Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis dan mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan pada Label Store. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yakni penetapan sampel berdasarkan tujuan dan pertimbangan peneliti dan Pelanggan yang sudah pernah membeli Label Store Pekanbaru. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan pada Label Store Pekanbaru. Penelitian ini memiliki persamaan dengan Penelitian yang penulis teliti yaitu sama sama meneliti tentang pengaruh harga dan kualitas Pelayanan karyawan sebagai variabel independent (X). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti adalah variabel variasi menu sebagai variabel independent (X). Penelitian ini lebih menekankan pada keputusan pelanggan pada Distro Label Store Pekanbaru, sedangkan penelitian yang sedang penulis teliti yaitu tentang Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS) sebagai variabel dependen (Y).

G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hal tersebut di atas maka dibuatlah kerangka teori sebagai berikut

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

———— : Simultan

----- : Parsial

Dalam penelitian ini akan diketahui apakah harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan kedai Ice Septia (KIS). Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang di dalamnya mengandung sebuah kemungkinan benar atau kemungkinan salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan hipotesis tersebut akan diterima jika ternyata fakta-fakta dibenarkan. Oleh karena itu penulis akan mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Oleh sebab itu maka peneliti merumuskan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini baik secara parsial maupun secara simultan hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara Simultan

- a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).
- b. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).

2. Secara Parsial

- a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).
- b. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Ice Septia (KIS).

I. Sistematika Penulisan

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

Bab I Pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini disajikan beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian, yakni teori pengaruh, harga, variasi menu, dan kualitas pelayanan, serta Loyalitas Pelanggan.

Bab III Metode penelitian, dalam bab ini dibahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data serta teknik analisis data.

Bab IV Analisis Data dan Laporan Penelitian yang meliputi gambaran mengenai lokasi penelitian, penyajian data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

Bab V Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran