

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pentingnya memahami keputusan konsumen dalam pembelian adalah faktor penting bagi produsen ataupun pemasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179), keputusan pembelian konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan pasca pembelian. Dengan memahami keputusan pembelian maka dapat merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran dan penjualan yang tepat sasaran.

Pada keputusan pembelian ini memiliki peran penting seperti kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk. Menurut Tjiptono (2011:80) mengidentifikasi kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2011:151) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).

Sedangkan kelengkapan produk menurut Ma'suf (2005:135) adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.

Pemilik yang sekaligus penggelolah Toko Material Ari juga merasakan pentingnya memahami keputusan pembelian, dikarenakan pesaing dalam menjual material bangunan sudah semakin kuat. Toko Material Ari merupakan salah satu usaha yang terus berkembang. Toko Material Ari ini berdiri sejak tahun 1998, dibangun oleh Bapak Ari Theng. Toko Material Ari ini berlokasi di Jl. Patahilang 1 No. 229 dan 874. Adanya keberadaan Toko Material Ari ini membantu masyarakat daerah Kenten dalam melakukan pembelian bahan bangunan untuk melakukan kegiatan merenovasi rumah.

Cukup banyak penelitian sebelumnya yang meneliti tentang keputusan pembelian. Diantaranya adalah yang dilakukan oleh Wibawa (2014) yang berjudul "Analisis Pengaruh Promosi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserba Tanera Asahan" dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan kenyamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian pada konsumen Waserba Tanera Asahan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* yaitu promosi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kenyamanan berbelanja,

mempunyai hubungan yang positif terhadap variabel *dependent* yaitu Keputusan Pembelian. Pengujian hipotesis dengan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel *independent* yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa secara bersama keempat variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Junio Andreti, dkk (2013) dengan judul penelitiannya yakni "*The Analysis Of Product, Price, Place, Promotion And Service Quality On Customers' Buying Decision Of Convenience Store: A Survey Of Young Adult In Bekasi, West Java, Indonesia*" dengan tujuan penelitian yakni menganalisis pengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan mempertimbangkan faktor produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni terbukti bahwa adanya pengaruh produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dimana faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian yakni faktor harga, promosi dan kualitas pelayanan yang disediakan.

Di daerah Kenten terdapat banyak toko material yang menjadi pesaing Toko Material Ari. Jarak antara Toko Material Ari dengan pesaingnya hanya 800 meter, sehingga konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih berbelanja di toko yang mereka kehendaki sesuai dengan pelayanan yang di berikan oleh masing-masing toko. Namun dengan banyaknya pesaing yang

jaraknya sangat dekat dan menjual material yang sama tetap mendorong pemilik Toko Material Ari selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen.

Daerah Kenten merupakan salah satu daerah Palembang yang mengalami pertumbuhan pembangunan properti yang sangat pesat. Pembangunan ini ditandai dengan adanya ruko dan perumahan. Seperti perumahan Pusri, Gria Investama, Prima Indah, Bukit Raflesia, Kenten Gardena, Villa Sukamaju, Bukit Sukatani, Pondok Permata, Green Garden dan banyak lagi. Ruko dan perumahan yang di bangun terkadang terjadi kerusakan bangunan setelah di tempati seperti atap yang bocor, dinding bangunan retak, lantai yang rusak dan masalah lainnya. Sehingga konsumen harus merenovasi ruko atau rumah tersebut.

Banyaknya perumahan yang dibangun dan keinginan masyarakat untuk merenovasi rumahnya merupakan peluang yang baik untuk terus dimanfaatkan oleh Toko Material Ari. Walaupun disisi lain juga terdapat banyak pesaing. Semakin banyak pesaing maka seharusnya semakin baik tawaran dan pelayanan konsumennya. Pelayanan yang diberikan oleh Toko Material Ari ini cenderung lama dan sering mengalami keterlambatan. Penyebab yang sering terjadi di Toko Material Ari adalah melayani pembeli dan melayani penghantaran barang. Penyebab tersebut akibat kurang rapinya barang yang ditata dan adanya keterlambatan pengiriman barang yang di lakukan pihak agen sehingga

membuat konsumen harus menunggu lama. (Sumber: Wawancara dengan Bapak Ari Theng tanggal 17 maret 2016)

Harga produk yang diberikan untuk konsumen pada Toko Material Ari ini tidak jauh berbeda, serta produk yang dijual memiliki agen yang sama pada toko material lainnya. Pada beberapa produk harga di Toko Material Ari cenderung mengambil keuntungan lebih besar. Perbedaan keuntungan tersebut dapat terlihat antara Toko Material Ari, Toko Material Sanjaya dan Toko Material Benata Jaya. Berikut ini daftar perbedaan keuntungan produk yang berbeda dalam Tabel 1.1:

**Tabel 1.1**

**Daftar Perbedaan Keuntungan Toko Material Ari, Toko Material Sanjaya dan Toko Material Benata Jaya**

<b>Nama Produk</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Ari</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Sanjaya</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Benata Jaya</b>
<i>Kelompok Produk Inti</i>			
Batu Koral	20%	15%	20%
Batu Batako	10%	10%	8%
Semen	4%	5%	4%
Besi 8Ti	25%	20%	20%
Besi Hulu	25%	20%	20%
Kayu	35%	25%	30%

Lanjutan Tabel 1.1

<b>Nama Produk</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Ari</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Sanjaya</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Benata Jaya</b>
<b><i>Kelompok Produk Inti</i></b>			
Cat Q-luc	7%	6%	6%
Cat Dasar	15%	10%	15%
Cat Platone	6%	6%	5%
Cat F-talit	6%	7%	6%
Lampu Philips	8%	5%	7%
Lampu Hori	8%	8%	7%
Penta Remover	25%	20%	20%
<b><i>Kelompok Produk Aksesoris</i></b>			
Mesin Grenda	45%	35%	35%
Mata Grenda	25%	20%	20%
Mesin Bor	30%	25%	30%
Ban Luar Lori	20%	15%	20%
Kunci Monyet	40%	35%	35%
Lakban Listrik	20%	15%	20%

Lanjutan Tabel 1.1

<b>Nama Produk</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Ari</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Sanjaya</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Benata Jaya</b>
<i>Kelompok Produk Aksesoris</i>			
Lakban Bening	20%	15%	15%
Batu Asahan	40%	35%	35%
Pelampung Tedmond	50%	45%	45%
Kunci Pintu	40%	30%	35%
Gembok	45%	40%	40%
Benang Tukang	40%	20%	30%
Grendel	40%	30%	30%
Engsel	40%	40%	35%
Bak	25%	20%	25%
Roda Lori	20%	20%	20%
Kokot	40%	30%	40%
Sliner Kunci	35%	45%	35%
Tunjangan Jendela	30%	20%	30%
Terpal	25%	10%	20%

Lanjutan Tabel 1.1

<b>Nama Produk</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Ari</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Sanjaya</b>	<b>Keuntungan /produk Toko Material Benata Jaya</b>
<i>Kelompok Produk Aksesoris</i>			
Klep Sumur	25%	20%	20%
Roda Coster	20%	10%	10%
Pukul Karet	30%	20%	25%
Closet Jongkok	35%	30%	25%
CentongSemen	20%	15%	20%
Senter	25%	20%	15%
Spritus	30%	20%	15%
Pipa Listrik	20%	20%	15%
Kabel	20%	15%	20%
Sarung Tangan	50%	30%	40%

Sumber: Toko Material Ari, Toko Material Sanjaya, dan Toko Material Benata Jaya.

Toko material Ari juga mengalami permasalahan pada kelengkapan variasi merek produk. Misalnya Toko Material Ari lebih dominan menjual produk merek Wasser agar dapat diminati konsumen. Toko Material Ari lebih mengutamakan produk Wasser tersebut dikarenakan mengikuti program



pengumpulan poin penjualan. Begitu juga pada beberapa merek lainnya. Tidak semua merek yang dijual, hanya beberapa merek produk seperti merek Platinum, Angsa, Kris, AM, Tiga Roda dan sebagainya. Adapun merek yang di jual pesaing seperti merek Onda, Merah Putih, Jotun dan Fox banyak dibeli oleh konsumen dan laku di pasaran. Sehingga dengan tidak adanya merek produk tersebut dapat membuat konsumen kecewa bila saat berbelanja tidak menemukan merek yang dicarinya. Beberapa variasi merek produk tidak di jual oleh Toko Material Ari ditunjukkan pada Table 1.2 berikut ini:

**Tabel 1.2**

**Variasi Merek Produk Yang Tidak di Sediakan Oleh Toko Material Ari**

<b>Merek Produk</b>	<b>Merek Produk</b>	<b>Merek Produk</b>	<b>Merek Produk</b>
Shimizu	Avitex	Merah Putih	Ats
Grundfos	Property	Mortar Utama	Sanko
Multi Pro	Jotun	Gresik	Onda
Hitachi	Diamond Brand	Batu Raja	Radar
DAB	Bola Dunia	Tonasa	Penguin
Panasonic	Fox	Mulia	Tirta
Honda	Exito	Milan	Marlon
Arwana	Wavin	Hercules	Asiavin
Metrolite	Langgeng	Habitat	Rucika

Sumber: Toko Material Ari

Pada Toko Material Ari dapat dilihat untuk setiap tahunnya penjualan mengalami penurunan yakni pada tahun 2013 total penjualan sebesar Rp.3.867.267.000 pada tahun 2014 total penjualan sebesar Rp.3.822.983.000 sedangkan 2015 memiliki total penjualan sebesar Rp.3.809.221.000. Menurut Bapak Ari Theng mengatakan penurunan pendapatan sering terjadi pada periode ke-III diakibatkan faktor cuaca, karena bulan tersebut sering terjadi musim penghujan. Sehingga pada bulan tersebut konsumen lebih menunggu bulan lain dalam melakukan pembangunan dan merenovasi rumah. Berikut ini tabel 3.1 (Survei tanggal: 1 Maret 2016 dan wawancara dengan Bapak Ari Theng)

**Tabel 1.3**

**Data Penjualan Toko Material Ari Tahun 2013-2015**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun</b>		
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Periode I</b>			
Januari	357.890.000	323.500.000	323.340.000
Febuari	318.300.000	355.457.000	342.546.000
Maret	322.567.000	366.437.000	355.780.000
April	325.400.000	309.589.000	326.450.000

Lanjutan table 1.3

Bulan	Tahun		
	2013	2014	2015
<b>Periode II</b>			
Mei	344.800.000	311.720.000	321.560.000
Juni	358.900.000	317.600.000	324.778.000
Juli	348.443.000	307.895.000	311.533.000
Agustus	355.000.000	310.478.000	325.400.000
<b>PeriodeIII</b>			
September	280.287.000	316.749.000	300.680.000
Oktober	272.540.000	300.788.000	307.800.000
November	289.642.000	303.980.000	296.700.000
Desember	288.498.000	298.790.000	272.654.000
<b>Total</b>	<b>3.867.267.000</b>	<b>3.822.983.000</b>	<b>3.809.221.000</b>

Sumber: Toko Material Ari

Berdasarkan data dan penjelasan diatas dapat dilihat adanya permasalahan yang tercermin dari penurunan jumlah penjualan di Toko Material Ari. Maka peneliti tertarik untuk melakukan riset dan membuat penelitian tentang Toko Material Ari dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Material Ari di Palembang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah penelitian adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Material Ari di Palembang?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Material Ari di Palembang?
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Material Ari di Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan adalah:

1. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Material Ari di Palembang.
2. Untuk membuktikan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Material Ari di Palembang.
3. Untuk membuktikan pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Material Ari di Palembang.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

### **1. Bagi Penulis**

Penulis diharapkan memperoleh pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan suatu penelitian. Sarana dalam mengaplikasikan teori yang di peroleh selama mengikuti perkuliahan dengan praktek di lapangan secara langsung.

### **2. Bagi Perusahaan**

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan dan melayani konsumen secara tepat dan benar.

### **3. Bagi Pembaca**

Sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang berniat melakukan penelitian dibidang yang sama pada masa yang akan datang.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian studi kasus. menurut Basuki (2006: 113), studi kasus merupakan kajian mendalam tentang peristiwa, lingkungan, dan situasi tertentu yang memungkinkan mengungkapkan atau memahami sesuatu hal.

## **2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah semua konsumen Toko Material Ari yang berlokasi di Jalan Patahilang 1 No.229 dan 874 RT: 012RW:005 Sako Palembang.

## **3. Objek Penelitian**

Objek Penelitian yakni Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Material Ari di Palembang.

## **4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *purposive sampling*, penarikan sampel secara *purposive* merupakan cara penarikan sampel yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Menurut Sugiyono (2012:96) Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun penentuan jumlah sampel yang ditentukan menurut Alreck dan Seetle (2004:65) jika jumlah populasi besar, sampel minimum kira-kira 100 responden dan sampel maksimum yang digunakan 1000 responden atau 10% dari kisaran angka minimum dan maksimum. Jadi dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan adalah 100 responden.

## 5. Jenis Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun data penelitian primer yang digunakan adalah hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang diajukan. Dalam penelitian ini nantinya akan mengukur kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. dimana skala yang digunakan dalam pembuatan kuesioner ini adalah skala likert dengan skor sebagai berikut:

Sangat Setuju	(SS)	= 5
Setuju	(S)	= 4
Cukup Setuju	(CS)	= 3
Tidak Setuju	(TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)		= 1

Selanjutnya data sekunder yang digunakan antara lain berupa data perusahaan, buku, jurnal dan sebagainya.

## 6. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Dimana yang bertindak sebagai variabel bebas adalah kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian.

## **7. Teknik Analisis Data**

### **a. Uji Validitas Data**

Menurut Sugiyono (2003:124) Validitas menunjukkan sejauh mana alat dapat mengukur sesuatu yang diukur. Uji Validitas diperlukan agar diperoleh instrumen yang tepat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria pengujian instrumen dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Jika hasil pengujian dirasa tidak valid maka pernyataan tidak dipakai untuk alat pengumpulan data penelitian.

### **b. Uji Reliabilitas Data**

Menurut Sugiyono (2012:172) Uji reliabilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur data yang dihasilkan sama (konsisten) atau tidak. Pada uji reliabilitas dibutuhkan konsistensi data sehingga hasil yang diberikan sama. Untuk menguji reliabilitas data dibutuhkan program aplikasi *Statistic For Social Source* (SPSS) yang nanti akan memberikan tabel output yang digunakan untuk menunjukkan hasil jawaban dalam bentuk angka.



### c. Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi *Ordinary least Square* (OLS). Uji asumsi klasik terdiri dari normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

#### 1) Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali, (2013 : 160) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau memiliki distribusi normal. Data dikatakan normal apabila :

- a) Nilai  $Asymp < 0,05$  berarti data tidak memenuhi normalitas
- b) Nilai  $Asymp > 0,05$  berarti data memenuhi asumsi normalitas.

(menurut Imam Ghozali, 2013 : 165)

#### 2) Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2013:105), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas *independent*. Nilai yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adalah multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (Menurut Imam Ghozali, 2013:106)

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2013:139) Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dikatakan bebas heteroskedastitas apabila nilai yang diperoleh lebih besar dari nilai signifikan.

#### d. Analisis Regresi Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Berikut perumusan sistematis yang digunakan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Kelengkapan Produk

e = Standar error

**e. Uji Hipotesis**

Dalam penelitian ini ada 3 hipotesis yang digunakan, pengujian hipotesis ini dilakukan dengan uji T dan uji F. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel *independent* mempunyai pengaruh secara signifikansi terhadap variabel *dependentnya*. Sedangkan pada uji F digunakan untuk mengetahui apakah ketiga variabel bebas secara simultan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows 17.0* dengan nilai signifikan  $\leq 0.05$ , maka  $H_a$  diterima.

**f. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi nilai  $R^2$  berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel-variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent* (Ghozali,2013).

**F. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun secara sistematis menjadi lima bab yaitu:

**BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab I ini terkandung uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II : Landasan Teori**

Dalam bab II akan dibahas mengenai teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Teori ini merupakan penjabaran dari pengertian manajemen pemasaran, pengertian kualitas pelayanan, harga, kelengkapan produk, dan pengertian keputusan pembelian, *literature review* dan model penelitian

**BAB III : Gambaran Umum Perusahaan**

Dalam bab III berisi tentang bahasan hal-hal yang mencakup sejarah terbentuknya Toko Material Ari, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

**BAB IV Analisis Dan Pembahasan**

Dalam bab IV akan dibahas tentang pengolahan data penelitian berupa uji instrumen data penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas data, analisis hasil jawaban responden, pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji f beserta pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

## **BAB V : Simpulan Dan Saran**

Dalam bab V dijelaskan tentang simpulan yang didapat dari hasil analisis data, secara jelas dan ditentukan apakah masing-masing variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Selain itu dalam bab ini juga dibahas tentang saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi kepentingan perusahaan dan pihak lain.