

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat saat ini menuntut para pebisnis untuk lebih profesional dalam segala hal, dimana hal ini dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup usaha yang telah mereka dirikan. Untuk tetap mampu bersaing dengan para pesaing mereka para pebisnis harus memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada para pelanggan mereka.

Setiap pebisnis mencari apa yang sebenarnya sedang dibutuhkan dan diminati saat ini agar dapat menarik minat pelanggan. Hal ini sangat diperhatikan khususnya pada industri jasa banyak pebisnis yang berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan mereka.

Menurut (Tjiptono, 2007) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan metode *Servqual*. *Servqual* merupakan metode pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang mereka dapatkan dengan pelayanan yang mereka harapkan atau butuhkan.

Menurut (Tjiptono, 2004:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada

persaingan yang ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan dan keinginan pelanggan sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi ataupun melalui iklan.

Berdasarkan kutipan pada berita jaringan terluas Indonesia (jpn.com) di akses pada tanggal 25 mei 2015, salah satu usaha dalam bidang jasa yang saat ini sedang berkembang merupakan usaha salon di mana usaha salon akan semakin berkembang karena adanya kesadaran dari masyarakat akan penampilan dan bagian dari gaya hidup masyarakat moderen yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Sehingga membuat usaha salon akan semakin berkembang setiap tahunnya. Menurut Rudy Hadisuwarno, pakar kecantikan sekaligus ketua II Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Asosiasi Ahli Kecantikan dan Pengusaha Salon Indonesia Tiara Kusuma usaha dibidang salon di prediksi akan terus berkembang hingga 15% pada tahun 2015.

Untuk menghadapi perkembangan usaha salon yang saat ini sedang berkembang pesat maka dalam mempertahankan usaha dalam bidang jasanya Salon Amelia berusaha memenuhi kebutuhan gaya hidup pelanggan yang saat ini semakin di dunia *fashion* dan *style* rambut dimana Salon Amelia memberikan pelayanan potongan rambut, creambath, pewarnaan rambut, rebonding, keriting rambut, facial, massage dan pada saat ini salon Amelia mengembangkan usahanya dalam bidang bridal. Tidak hanya sekedar memberikan pelayanannya Salon

Amelia berusaha sebaik mungkin agar pelayanan yang mereka berikan dapat membuat pelanggan puas dan akan melakukan pembelian ulang jasa mereka.

Salon Amelia kini memiliki 2 tempat yaitu di Jln. Musi raya Perumnas sebagai pusat dari salon karena salon Amelia awalnya berdiri di Jln. Musi raya Perumnas dan dengan melihat adanya peluang yang bagus dalam bidang Salon maka pemilik memutuskan untuk membuka cabang di Jln. Letda A rozak dengan menyediakan tempat yang lebih nyaman untuk pelanggan mereka di bandingkan dengan pusatnya di mana di cabang salon Amelia menyediakan tempat yang luas dan bukan hanya itu Salon Amelia pun menyediakan parkirán yang memang khusus untuk pengunjung Salon Amelia, sedangkan di pusat yang berada di Jln. Musi Raya Perumnas Salon Amelia tidak menyediakan parkirán khusus pengunjung.

Salon Amelia menyadari akan banyaknya pelayanan yang mereka berikan, oleh karena itu Salon Amelia berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang sebaik mungkin agar pelanggan mereka tetap ke salon Amelia dan tidak membuat pelanggan mereka merasa kecewa. Karena bagi pemilik kepuasan pelanggan mereka merupakan hal utama untuk tetap menjaga loyalitas pelanggan baru maupun pelanggan lama mereka.

Saat ini Salon Amelia yang berada di Jln Letda A Rozak mengalami penurunan pelanggan dalam beberapa bulan ini dan ini membuat pemilik merasa perlu meningkatkan kualitas pelayanan dari salon mereka agar pelanggan mereka tidak beralih kesalon lain karena kualitas pelayanan mereka yang menurun.

Berikut ini merupakan table pelanggan salon Amelia di Jln. Letda A rozak dalam 1 (satu) tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah pelanggan Salon Amelia per 3(bulan)

Tahun 2014

Periode	Jumlah Pelanggan	Kenaikan /Penurunan	Persentase Kenaikan/penurunan (%)
Januari 2014 - Maret 2014	4.500	-	-
April 2014 – Juni 2014	(4.388)	(112)	2,48
Juli 2014 – September 2014	(4.233)	(155)	3,53
Oktober 2014 – Desember 2014	4.263	30	0.70

Sumber : Pemilik Salon Amelia

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pada bulan April hingga Juni Salon Amelia mengalami penurunan jumlah pelanggan sebanyak 112 pelanggan dan pada bulan Juli hingga September Salon Amelia kembali mengalami penurunan jumlah pelanggan sebanyak 155 pelanggan, pada bulan Oktober hingga Desember Salon Amelia mengalami kenaikan jumlah pelanggan namun jumlah pelanggan yang bertambah tidak sebanding dengan penurunan yang terjadi selama 6 bulan. Menurut pemilik Salon Amelia penurunan yang terjadi dikarenakan kurang puasnya pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Dan pemilik sendiri pernah mendapatkan komplain dari pelanggan langsung dikarenakan pelanggan merasa tidak puas dengan hasil warna cat rambut yang dikerjakan oleh karyawan salon. Dari adanya salah satu komplain tersebut pemilik salon Amelia mulai melakukan sebuah perbaikan dalam sistem pelayanan mereka di mana saat ini

salon Amelia memberikan tugas kepada karyawan mereka menurut keahlian mereka, dan untuk pelanggan yang ingin memotong rambut juga dapat di kerjakan oleh pemilik salon jika pelanggan meminta untuk di potong oleh pemilik salon.

Strategi yang di lakukan oleh Salon Amelia cukup berhasil dikarenakan jika dilihat dari tabel diatas salon Amelia mampu menarik minat pelanggan mereka lagi. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan dari salon Amelia di Jln. Letda A rozak masih kurang maksimal.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Ratih Hardiyati (2010) yang meneliti mengenai “analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan (villa) agrowisata kebun teh pagilaran” Penelitian ini menggunakan sampel tamu yang menginap di villa Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tampilan fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan, dan kepedulian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

John Hendra Istianto (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah pelanggan Ketty Resto.

Wayan Arya Paramarta dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya dimensi tangible yang mempunyai

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar. Sedangkan dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar.

Dari penelitian terdahulu di atas masih terdapat perbedaan hasil penelitian dan sejalan dengan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penulisan skripsi mengenai salon Amelia yang berada di jln. Letda A rozak mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan penelitian diberi judul “ **Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Amelia**”

B. Perumusan Masalah

Apakah kualitas pelayanan Salon Amelia berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Salon Amelia terhadap kepuasan Pelanggannya.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. H1, *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Amelia

2. H2, *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Amelia
3. H3, *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Amelia
4. H4, *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Amelia
5. H5, *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Amelia

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Secara akademis :

Penelitian ini akan bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran terutama pada topik kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah studi kasus dengan memusatkan penelitian secara mendalam pada kepuasan pelanggan

2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang melakukan pembelian jasa disalon Amelia .

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu mengambil responden yang mudah untuk dijumpai serta memenuhi kriteria tertentu untuk dijadikan responden penelitian (Singarimbun & Effendi, 2005). Kriteria yang ditetapkan sebagai berikut:

- a. Usia minimal 17 tahun.
- b. Pelanggan yang telah menggunakan jasa salon Amelia minimal 2kali.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 100 pelanggan dengan catatan bahwa sampel yang dipilih bersedia mengisi dan mengembalikan kuesioner dengan benar.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah pelanggan Salon Amelia, dengan objek kualitas layanan jasa terhadap kepuasan pelanggan Salon Amelia yang terdiri dari bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*empathy*).

4. Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Data Primer, data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, pelanggan yang berada di salon Amelia.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang pengumpulannya dengan mempelajari masalah yang berhubungan dengan objek yang diteliti serta bersumber dari data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan data yang ada dari perusahaan kemudian data tersebut diolah kembali.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuisoner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi butir-butir pertanyaan responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disebarakan kepada 100

responden pelanggan Salon Amelia. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan Rumus Slovin (dalam Riduwan, 2005:65) yang dikutip oleh (Ella, 2007):

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase ketidaktepatan/tingkat kesalahan sampel. (10%)

Berdasarkan Jumlah pelanggan Salon Amelia diperoleh populasi sebesar 4.263, maka sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{4.263}{1 + (4.263 \times \frac{0.1^2}{1})} = \frac{4.263}{1.463} = 2.913 \approx 291$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 291 responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2010:132) yang dikutip dari (Triutama David, 2011), yaitu menampilkan jawaban:

- 1) Tanggapan sangat setuju diberi bobot 5
- 2) Tanggapan setuju diberi bobot 4
- 3) Tanggapan netral diberi bobot 3
- 4) Tanggapan tidak setuju diberi bobot 2

5) Tanggapan sangat tidak setuju diberi bobot 1

b. Wawancara

Pengumpulan data yang diperoleh dari pendekatan langsung peneliti pada pemilik salon Amelia dalam hal ini ibu Amelia dan karyawan salon Amelia yang dapat memberi informasi dalam penelitian ini.

6. Variabel Penelitian

a. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu kepuasan pelanggan.

b. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006:26) yang dikutip dari (Ratih Hardiyanti, 2010).

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Berwujud (*tangible*), kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan. Keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain). perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

- 2) Keandalan (*reliability*), kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat pada pelanggan. Dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan dan Kepastian (*assurance*), pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5) Empati (*empathy*), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman dengan pelanggan.

7. Teknik Analisis Data

a. Uji validitas dan reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang benar-

benar akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Sedangkan uji reliabilitas yaitu suatu kuesioner dikatakan reliabel jika suatu kuesioner menghasilkan ukuran yang konsisten saat pengukuran dilakukan berulang kali. Uji reliabilitas menggunakan metode *cronbachs's (r-Alpha)* lebih besar dari 0,06 maka alat ukur dinyatakan reliabel (Hair et al., 1998). Sebaliknya, apabila alat ukur tidak reliabel maka harus diuji coba ulang.

b. Teknik analisis kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang berwujud angka-angka. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif yaitu dengan menggunakan alat statistik regresi linier berganda (*multiregression analysis*) yang bertujuan mengetahui besarnya pengaruh indikator dari variabel bebas atau independen yaitu: keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*empathy*) dan berwujud (*tangible*) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Menurut Malhotra (2004, p.502) yang dikutip oleh Felita Sasongko (2013), analisis regresi adalah prosedur statistik untuk menganalisa hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Jika terdapat dua atau lebih variabel bebas maka menggunakan analisa regresi linier berganda. Dengan demikian

dapat diketahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Malhotra (2004,p.512) yang dikutip oleh felita sasongko (2013) rumus yang dapat digunakan sebagai perhitungan analisa regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Dimana:

Y	= Kepuasan pelanggan
a	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅	= Koefisien regresi masing-masing
X ₁	= <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)
X ₂	= <i>Reliability</i> (Kehandalan)
X ₃	= <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)
X ₄	= <i>Assurance</i> (Jaminan)
X ₅	= <i>Empathy</i> (Empati)
E	= Nilai eror atau nilai sisa (residual)

Untuk menguji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk menguji kelayakan dari regresi yang dipakai dalam penelitian ini.

1) Uji Normalitas

Pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian

normalitas menggunakan uji statistik non parametik Kolmogorov Smirnov (K-S) dimana:

- a. Angka signifikansi (SIG) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi (SIG) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat adanya keterkaitan antar variabel independen. Beberapa pedoman untuk mengetahui suatu model regresi apakah memiliki problem multikolinieritas atau tidak adalah:

- a. Bila variabel-variabel yang memiliki angka VIF dibawah angka 10 dan mempunyai angka *tolerance value* diatas 0,1 maka model regresi bebas dari problem multikolinieritas.
- b. Bila variabel-variabel yang memiliki angka VIF jauh lebih besar dari angka 10 dan mempunyai angka *tolerance value* dibawah 0,1 maka model regresi terjadi problem multikolinieritas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian menggunakan uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejserdengan dasar

pengambilan keputusan jika nilai signifikan diatas 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai signifikan dibawah 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas (Ghazali:2006)

4) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah suatu situasi dengan model estimasi tidak memiliki residual yang berkorelasi dari satu pengamatan ke pengamatan lain, sehingga model menjadi tidak efisien. Dalam penelitian ini pengujian menggunakan metode *Run Test* dimana *Run Test* merupakan sebagian dari statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Dimana *Run Test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak.

5) Uji Hipotesis

a) Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan kriteria yaitu nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis penelitian diterima. Sebaliknya jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka hipotesis penelitian ditolak.

b) Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan koefisien regresi variabel independen serempak terhadap variabel dependen. Serupa

dengan uji t, uji F memiliki kriteria yaitu nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima. Sebaliknya jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka hipotesis penelitian ditolak.

C. Teknik Analisis Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kategori atau bukan angka, yaitu jawaban responden dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert, dalam penelitian ini akan dijelaskan pada bagian deskripsi variabel.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai materi pokok penulisan ilmiah ini maka, berikut uraian pembahasan di tiap-tiap pokok.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian, Metode penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas definisi dari Jasa, Karakteristik Jasa, Kualitas Pelayanan, Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menjelaskan secara singkat profil perusahaan, kondisi perusahaan., struktur organisasi salon dan aktivitas salon secara keseluruhan.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini membahas mengenai data penelitian yang dikumpulkan, analisis data penelitian, serta pembahasan hasil dari penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini merupakan simpulan dari analisis pada Bab IV yang Telah dirumuskan, keterbatasan dalam penelitian serta saran bagi pihak yang berkepentingan.