

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab pertama menerangkan segala kerangka penelitian yang terdiri dari latar belakang penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian yang bertujuan untuk memastikan apa permasalahan dari penelitian yang hendak diteliti.

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Teknologi saat ini menunjukkan pertumbuhan luar biasa yang diperlukan. Perkembangan teknologi berjalan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kebutuhan manusia pada bidang teknologi informasi. Saat ini seluruh informasi dapat diakses dan disebarluaskan oleh semua orang secara mudah melalui media online yang didukung dengan berkembangnya pula jaringan teknologi informasi yang biasa disebut internet (Wahyusetyawati, 2017). Pertumbuhan teknologi internet mengganti *style* hidup warga Indonesia yang berbasis teknologi. Kehadiran teknologi internet sangatlah memudahkan pekerjaan warga Indonesia (Bustami & Laksamana, 2019).

Kecanggihan teknologi muncul di tiap sudut kehidupan, salah satunya dalam perihal transportasi. Di masa modern saat ini, kebutuhan transportasi menjadi kebutuhan yang berarti sebagai pengaruh dari kegiatan sosial, ekonomi, serta sebagainya. Sehingga secara tidak langsung bisa menuntut terdapatnya kenaikan mobilitas penduduk serta sumber energi dengan cepat. Transportasi merupakan

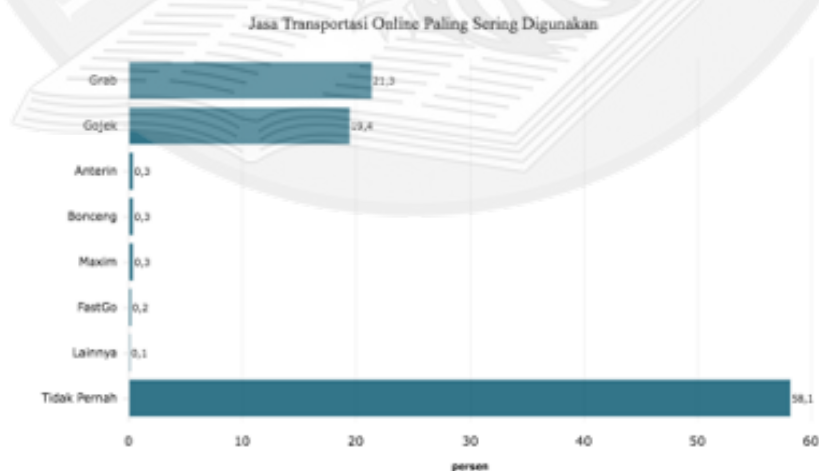
fasilitas universal yang digunakan untuk mengangkut benda ataupun makhluk bernyawa dari satu tempat ke tempat yang lain (Wahyusetyawati, 2017). Pemilihan transportasi ditentukan dari beberapa faktor yang ada seperti segi pelayanan, kehandalan, keperluan, keselamatan dalam ekspedisi, bayaran, fleksibel, tingkatan polusi, jarak tempuh, serta kecepatan gerak. Meningkatnya mutu internet lewat smartphone mengundang adanya transportasi online di Indonesia (Bustami & Laksamana, 2019).

Transportasi online dipandang positif pada awalnya karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik saat itu. Transportasi online muncul di tengah sistem transportasi negara Indonesia yang belum tertata dengan baik. Inovasi ini merupakan solusi dari sistem transportasi yang masih kurang baik, tapi di sisi lain ialah permasalahan untuk sebagian orang yang mengandalkan hidupnya dari jasa transportasi konvensional. Transportasi online memberikan kemudahan, kenyamanan serta keamanan yang lebih terjamin, dan bayaran lebih murah. Sehingga tidak heran apabila banyak orang yang berpaling dari transportasi konvensional ke transportasi online. Berbagai macam pelaku usaha berlomba membentuk industri transportasi berbasis aplikasi online semacam Grab, Gojek, dan Uber (Wahyusetyawati, 2017).

Berbagai pilihan penyedia layanan jasa transportasi online yang dapat konsumen gunakan secara selektif. Pelanggan tidak hanya membeli barang atau jasa saja tetapi akan mempertimbangkan aspek jasa lainnya yang melekat pada suatu barang atau jasa tersebut. Kualitas layanan menjadi komponen berarti dalam keberhasilan perusahaan transportasi online dalam memberikan kepuasan bagi para

pelanggannya. Kualitas layanan pelanggan secara rasional dapat meningkatkan kepercayaan serta menumbuhkan rasa kepuasan pelanggan yang tinggi, dimana hal itu menjadi salah satu harapan bagi pelaku bisnis (Mulyapradana et al., 2020). Setiap perusahaan dalam bidang jasa sangat dituntut untuk selalu menjaga reputasi perusahaan di pandangan pelanggan.

Penyedia jasa transportasi online terbesar saat ini dipelopori oleh PT Aplikasi Anak Bangsa. Perusahaan tersebut membawahi PT Gojek Indonesia yang dimulai pada tahun 2010 oleh Nadiem Maakarim (Teknovidia, 2022). Kemudian disusul oleh industri yang bergerak di bidang jasa berikutnya yaitu Grab yang awalnya bernama Mytekxi. Grab berdiri pada tahun 2012 di Malaysia oleh Anthony Tan dan merambak masuk ke Indonesia (PranataPrinting, 2021). Perusahaan ini memanfaatkan sarana aplikasi dalam pemasaran dan operasional layanan. Karena Gojek dan Grab berbasis smartphone, maka pelanggan yang ingin menggunakan jasa ini harus mengunduh aplikasi terlebih dahulu pada layanan penyedia aplikasi seperti Google Play untuk android, dan App Store untuk iOS.



**Gambar 1.1 Data Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan**  
Sumber: Databoks (2020)

Berdasarkan Databoks (2020) seperti pada gambar 1.1 yaitu Data Jasa Transportasi Online Paling Sering Digunakan, menunjukkan hasil survei 2019-2020 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), yakni Grab dan Gojek merupakan aplikasi transportasi online yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Keduanya menerapkan sistem yang sama yaitu sistem rating bagi para driver agar dapat memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen sehingga konsumen merasa aman dan nyaman di setiap perjalanan. Grab dan Gojek juga memiliki kesamaan pada warna logo yang menggunakan warna hijau muda dan layanan yang ditawarkan juga hampir memiliki kesamaan dengan persaingan tarif perjalanan. Grab lebih sering menawarkan layanan promosi dalam bentuk potongan harga atau cashback melalui OVO sebagai pihak ketiga dalam salah satu sistem pembayaran. Sedangkan Gojek menerapkan strategi dengan memberikan promosi dalam bentuk potongan harga secara langsung ataupun memberikan promo digital marketing dan voucher belanja yang bekerja sama dengan merchant lainnya.

JASA TRANSPORTASI ONLINE			JASA TRANSPORTASI ONLINE			JASA TRANSPORTASI ONLINE		
BRAND	TBI 2020		BRAND	TBI 2021		BRAND	TBI 2022	
Gojek	47.3%	TOP	Gojek	53.0%	TOP	Gojek	54.7%	TOP
Grab	43.5%	TOP	Grab	39.7%	TOP	Grab	36.7%	TOP

**Gambar 1.2 Top Brand Index Jasa Transportasi Online 2020 - 2022**

*Sumber: Top Brand Award*

Jika Grab dan Gojek dibandingkan secara lebih kompleks pada ajang penghargaan Top Brand Award, keduanya merupakan brand yang masuk pada kategori jasa transportasi online. Top Brand Award merupakan penghargaan yang dapat digunakan sebagai standard pemasaran di Indonesia. Berdasarkan Top Brand

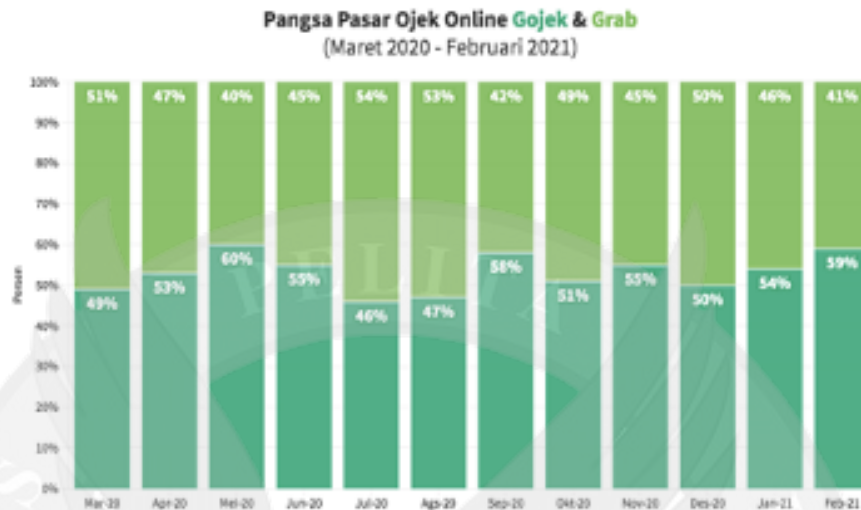
Award pada gambar 1.2 Top Brand Index Jasa Transportasi Online tahun 2020-2022, Gojek berhasil memperoleh perentase lebih tinggi dari pada Grab pada tiga tahun berturut-turut. Pada tahun 2021 Gojek berhasil memperoleh 53,0%, sedangkan pada tahun 2022 Gojek mengalami peningkatan menjadi 54,7%. Walaupun secara jumlah banyak pengguna aplikasi Grab lebih banyak digunakan masyarakat, tetapi Gojek mendapat penghargaan lebih tinggi dari pada Grab (Top Brand Award, 2019).

Kasus positif Covid-19 pertama terdeteksi di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020. Diawali dengan dua orang yang terkonfirmasi telah tertular virus dari warga Jepang. Satu bulan kemudian, virus Covid-19 ini resmi menyebar ke 34 provinsi di Indonesia, dengan jumlah positif Covid-19 pada masyarakat terbanyak pada provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah. (Susilo et al., 2020). Virus ini menyebabkan banyak kematian masyarakat di dunia sehingga Indonesia menerapkan kebijakan protokol kesehatan Covid-19 untuk karantina dan juga lockdown. Upaya ini membatasi pergerakan baik individu, dan kelompok besar orang atau komunitas di suatu wilayah agar dapat mengurangi risiko penularan Covid-19. Selama periode ini, semua penduduk di negara Indonesia bahkan di dunia sangat disarankan untuk selalu tinggal di rumah dan kurangi aktivitas di luar rumah. Pembatasan transportasi umum di beberapa titik karena pandemi Covid-19 ini mengharuskan para pekerja yang tetap harus masuk kantor (di beberapa waktu tertentu) dengan tetap menerapkan protokol Covid-19 dengan benar sehingga mereka mencari pilihan transportasi lain seperti kendaraan pribadi, ojek online, dan taksi online yang bersifat individu (Anggreni & Safitri, 2020).

Taksi online terlihat lebih aman digunakan masyarakat di tengah pandemi, karena memiliki ruang tertutup sehingga tidak banyak berinteraksi dengan orang lain (terbatas). Sejumlah ahli kesehatan merekomendasikan tempat yang paling aman bagi penumpang ialah duduk tepat di belakang pengemudi, karena kemungkinan besar tidak akan terkena *droplet* ketika pengemudi bersin atau batuk saat perjalanan. Diantara ojek online dan taksi online, keduanya sama-sama memiliki resiko terhadap penumpang apabila pengemudi terinfeksi Covid-19. Tetapi jika keadaan sangat mendesak dan para pekerja harus bekerja dan menggunakan layanan transportasi online, semua tergantung pada penumpang. Karena dari pihak pemerintah, baik dari Grab dan Gojek juga telah menghimbau khususnya untuk mitra pengemudi wajib menaati protokol kesehatan Covid-19 dengan menyediakan kebutuhan masker dan hand sanitizer. Bagi penumpang transportasi online direkomendasikan untuk selalu menggunakan masker, handsanitizer, membawa dan memakai helm milik sendiri supaya tidak bergantian dengan individu lain, serta menjaga jarak (Republika, 2020). Jasa layanan transportasi online khususnya ojek online dan taksi online memiliki perbedaan serta pangsa pasar yang berbeda pula di setiap aplikasi transportasi online (DataIndonesia, 2022). Hal itu dikarenakan kedua layanan tersebut menyediakan fasilitas dan harga yang berbeda sesuai dengan kebutuhan masyarakat umum.



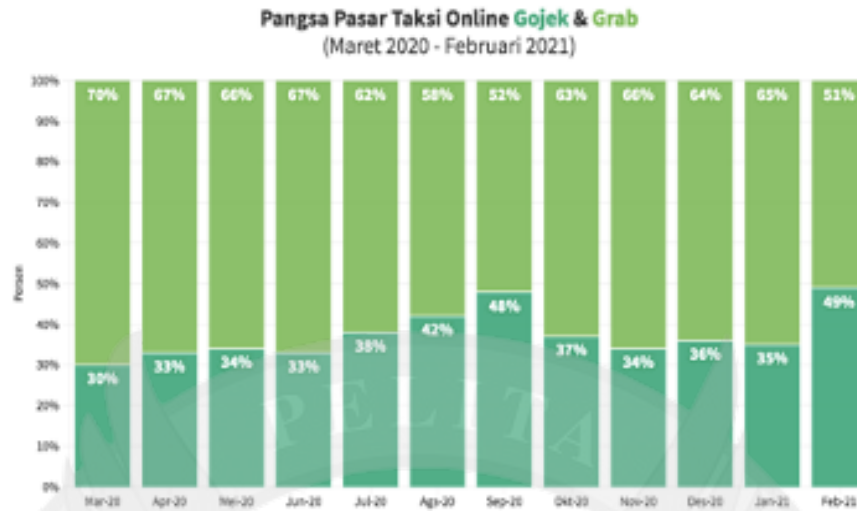
Tetapi keduanya sama-sama dapat mempermudah aktivitas sehari-hari (Kompasiana, 2021).



**Gambar 1.3 Data Pangsa Pasar Ojek Online Gojek dan Grab (Maret 2020-Februari 2021)**

Sumber: Website DataIndonesia.id (2022)

Berdasarkan DataIndonesia (2022a) yaitu data grafik di atas, Gojek dan Grab memiliki jumlah persentase pangsa pasar yang berbeda-beda sesuai dengan produk yang dimilikinya. Gojek menyediakan layanan ojek online yang bernama GoRide, sedangkan Grab menyediakan layanan ojek online bernama GrabBike. Pada gambar 1.4 Data Pangsa Pasar Ojek Online Gojek dan Grab khususnya bulan Maret 2020, pangsa pasar ojek online milik Gojek sebesar 49%. Sementara pangsa pasar ojek online milik Grab sebesar 51%. Gojek dengan strategi yang dimilikinya dapat menguasai pangsa pasar dalam satu tahun kedepan. Sehingga pada Februari 2021, ojek online Gojek atau GoRide ini mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 59% dan untuk GrabBike hanya mencapai 41%



**Gambar 1.4 Data Pangsa Pasar Taksi Online Gojek dan Grab (Maret 2020-Februari 2021)**

Sumber: Website DataIndonesia.id

Berdasarkan DataIndonesia (2022b), Gojek menyediakan layanan taksi online yang bernama GoCar, sedangkan Grab menyediakan layanan ojek online bernama GrabCar. Pada gambar 1.5 Data Pangsa Pasar Taksi Online Gojek dan Grab dalam satu tahun cukup bersaing ketat. Pada Maret 2020 kedudukan taksi online milik Grab lebih tinggi sebesar 70% dan Gojek mencapai 30%. Dalam perjalanan setahun, Grab mengalami naik turun karena bersaing ketat dengan Gojek. Berbeda dengan produk GoRide milik Gojek, Grab lebih menguasai pangsa pasar taksi online atau GrabCar dengan persentase 51%, sementara taksi online atau GoCar memiliki persentase dibawahnya sebesar 49%. Jadi berdasarkan data di atas, Gojek unggul dalam layanan ojek online (GoRide), tidak dengan layanan taksi online (GoCar). Sedangkan Grab lebih unggul dalam layanan taksi online (GrabCar). Padahal secara jumlah banyak pengguna aplikasi, Grab lebih banyak



digunakan masyarakat, tetapi produk GrabBike memiliki posisi tetap di bawah GoRide.

Dengan memanfaatkan dimensi SERVQUAL, penilaian terhadap kualitas layanan suatu produk dan jasa dapat dilakukan. Metode SERVQUAL terdiri dari 5 dimensi, diantaranya *tangibility*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* (Prananda et al., 2019). Namun dengan adanya perbedaan pangsa pasar, SERVQUAL tidak cukup untuk menentukan kepuasan pelanggan dengan masalah yang sedang berlangsung pada saat pandemi Covid-19. Melainkan terdapat faktor pendorong lain yaitu Covid-19 Protocol. *Tangibility* digunakan untuk mengukur pelayanan karena pelayanan merupakan sesuatu yang tidak berwujud sehingga tidak dapat disentuh, hanya dirasakan (Marlius, 2017). *Responsiveness* merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan tepatnya karyawan yang memberikan pelayanan secara langsung dengan cepat dan tanggap (Lubis & Andayani, 2017). *Reliability* merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan janji perusahaan (Susanti et al., 2019). *Assurance* merupakan pengetahuan, kemampuan, dan kesopan-santunan pegawai perusahaan penyedia layanan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (Hanifa et al., 2019). Dan *emphaty* memberikan perhatian yang tulus secara pribadi kepada pelanggan dengan berusaha memahami apa yang diinginkan pelanggan (Susanti et al., 2019).

Pandemi Covid-19 tentunya membuat penurunan performa transportasi online, tetapi setiap perusahaan selalu berinovasi dan meluncurkan berbagai program dengan mengembangkan teknologi, serta beradaptasi saat pandemi Covid-

19. Adaptasi mengharuskan pelaku jasa transportasi online untuk meluncurkan fitur perlindungan kesehatan untuk menjaga keamanan, kenyamanan dan kebersihan. Upaya ini dilakukan supaya pengemudi dan pelanggan tetap dapat menggunakan layanan transportasi tanpa tertular virus Covid-19. Kepatuhan pelayanan dari mitra pengemudi kepada pelanggan ini dinilai pada kualitas pelayanan sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan baik pelanggan tetap atau pelanggan baru. Tingkat kepuasan tersebut dirasakan oleh pelanggan yang menilai akan suatu kinerja pihak perusahaan baik dalam bidang produk dan jasa dapat memenuhi harapan pelanggan. Dengan keunikan data yang dimiliki oleh kedua perusahaan transportasi online saat pandemi Covid-19, Gojek unggul dalam layanan ojek online (GoRide), tidak dengan layanan taksi online (GoCar). Sedangkan Grab lebih unggul dalam layanan taksi online (GrabCar).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan sumber pendukung, fenomena masalah yang diangkat dalam penelitian ini menjadi acuan penulis untuk menjadikan GoCar sebagai objek penelitian. Karena seperti yang dijelaskan sebelumnya, Gojek adalah merek penyedia jasa transportasi online terbesar dan sering digunakan masyarakat umum (Top Brand Award, 2022), tetapi posisi pangsa pasar GoCar bisa lebih rendah dibandingkan GrabCar (Data Indonesia, 2022). Sehingga dalam penelitian ini ingin mengetahui apa masalah yang dapat membuat Gocar bisa di bawah GrabCar. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode SERVQUAL untuk menguji dan menganalisa secara langsung dampak hubungan antara *service quality*, *covid-19 protocol* dan *customer satisfaction* pada GoCar.

Penelitian ini adalah modifikasi dari penemuan sebelumnya oleh Chuenyindee dkk. pada tahun 2022 dengan judul “*Public utility vehicle service quality and customer satisfaction in the Philippines during the Covid-9 pandemic*”. Modifikasi dilakukan pada objek dan subjek penelitian dengan mengganti objek menjadi transportasi online Gocar, dan subjek menjadi masyarakat di Jabodetabek. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOCAR DI JABODETABEK SELAMA PANDEMI COVID-19”**.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada transportasi online menjadi suatu hal terpenting di masa pandemi Covid-19. Pergerakan pelanggan cukup terbatas dikarenakan harus tetap menerapkan protokol Covid-19 dengan menggunakan masker, berjaga jarak, dan *hand sanitizer*. Penilaian dimensi kualitas layanan berdasarkan *tangibility*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* tentu akan meningkatkan rasa puas bagi pelanggannya.

Berdasarkan saran dari penelitian sebelumnya Chuenyindee et al., (2022), agar dapat melanjutkan penelitian mengenai lima dimensi SERVQUAL, maka penulis akan melakukan penelitian terhadap pengaruh protokol Covid-19 dengan metode SERVQUAL yang dapat mempengaruhi kualitas layanan serta kepuasan pelanggan pada aktivitas transportasi online. Gojek digunakan sebagai transportasi

online, terutama untuk produk GoCar. Karena seperti yang dijelaskan di latar belakang, Gojek adalah penyedia jasa transportasi online terbesar dan sering digunakan masyarakat umum.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian, dan masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka muncul tujuh pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *tangibility* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
2. Apakah *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
3. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
4. Apakah *assurance* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
5. Apakah *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?
6. Apakah *covid-19 protocol* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Pada bagian tujuan penelitian akan dijelaskan apa tujuan dari penelitian ini agar dapat lebih tepat menemukan jawaban atas permasalahan penelitian. Oleh karena, itu tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisa apakah *tangibility* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

2. Untuk menguji dan menganalisa apakah *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.
3. Untuk menguji dan menganalisa apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.
4. Untuk menguji dan menganalisa apakah *assurance* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.
5. Untuk menguji dan menganalisa apakah *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.
6. Untuk menguji dan menganalisa apakah *covid-19 protocol* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk membahas pengaruh kepuasan pelanggan pada masyarakat Jabodetabek.

1. Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui dampak dari kualitas layanan transportasi online terhadap kepuasan pelanggan selama pandemi Covid-19 di Jabodetabek.
2. Responden pada penelitian merupakan masyarakat Jabodetabek yang menggunakan transportasi online.
3. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner berupa link google form yang berisi pertanyaan penelitian kepada responden.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Semua penelitian ilmuwan selalu memiliki manfaat yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, universitas, badan penelitian, dan pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Zaman akan terus berkembang sehingga penelitian di masa depan juga akan semakin berkembang mengikuti zamannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi lebih lanjut khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran, menjadi landasan penerapan teori di perguruan tinggi, dan menjadi referensi untuk penelitian sejenisnya. Terdapat landasan teori yang terdapat di dalam penelitian ini yaitu terkait dimensi *servqual*, *tangibility*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *covid-19 protocol*, dan *customer satisfaction*. Penelitian ini dilakukan atas modifikasi model dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh T. Chuenyindee et al., (2022), sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjadi bukti tambahan secara empiris bagi penelitian kedepannya.

### 2. Manfaat Praktis

- Bagi penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran, menambah wawasan, pengalaman, dan meningkatkan pengetahuan peneliti.

- Bagi pembaca



Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk memperluas pengetahuan kepada pembaca yang akan melakukan penelitian maupun tidak terkait dengan faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction*.

- Bagi perusahaan

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi GoCar untuk memahami bagaimana pengaruh *tangibility*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, dan *covid-19 protocol* dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Diharapkan melalui analisis dari hasil penelitian dapat diterapkan menjadi strategi GoCar untuk bersaing dengan kompetitor lainnya. Dengan menerapkannya, diharapkan kedepannya GoCar dapat menjadi pemimpin pasar taksi online di Indonesia.

## **1.7 Sitematika Penelitian**

Dalam penelitian ini, sistem penulisan yang digunakan penulis terbagi menjadi lima bab, yang dibuat untuk mempermudah dan memperjelas penyusunan skripsi sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab satu, peneliti menyampaikan tujuan penelitian dengan menjelaskan informasi berdasarkan data yaitu latar belakang permasalahan, masalah penelitian, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab kedua, peneliti menjelaskan mengenai teori-teori terkait lima dimensi SERVQUAL (*tangibility, responsiveness, reliability, assurance, empathy*), protokol Covid-19, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan sehingga menghasilkan landasan teori yang kuat untuk memecahkan masalah penelitian dan mampu membuktikan hipotesis penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ketiga menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang ditinjau dari sumber dan metode pengumpulan data, alat penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab keempat menjelaskan hasil analisis data dan jawaban atas masalah penelitian dengan menggunakan informasi yang dikumpulkan melalui kuisioner *google form*, dimana data informasi dianalisis dari variabel ke indikator variabel.

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Pada bab kelima menjelaskan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya sesuai dengan kebutuhan dari masalah yang diteliti dan informasi yang berkaitan dengan objek dan kesamaan yang diselidiki. Bab lima juga memberikan saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama.