

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan di dunia industri makanan dan minuman masih menjadi salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. Sektor industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 2,03% pada tahun 2020 dimana saat itu seluruh negara terdampak Covid-19. Meski adanya Covid-19 sektor industri ini merupakan sektor yang sangat potensial untuk terus dipacu karena juga memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian negara sehingga dapat membuat negara bertahan dan tidak menimbulkan dampak krisis bagi negara Indonesia. Sektor industri makanan dan minuman pada tahun 2020 memberikan kontribusi sebesar 36,4% terhadap PDB manufaktur. Pada periode yang sama, pertumbuhan sektor industri ini mencapai 3,9%. (www.pikiran-rakyat.com, diunduh pada tanggal 12 Februari 2021).

Bisnis kuliner menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, terlebih lagi di negara Indonesia, karena selain menghasilkan keuntungan bagi pemilik dan pemerintah, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Bisnis kuliner telah banyak berkembang pesat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, Indonesia mampu memberikan kontribusi tertinggi dengan pertumbuhan sebesar 12,7% sedangkan tahun 2019 sektor industri makanan dan minuman diperkirakan tumbuh sebesar 9,86%, dan tahun 2020 sektor ini

diperkirakan akan tumbuh sebesar 30%. (www.ekbis.sindonews.com, diunduh pada tanggal 12 Februari 2021)

Restoran dan Café merupakan sebuah tempat atau bangunan dengan tujuan untuk mencari keuntungan dan juga membuat puas para tamu restoran dengan cara memberikan pelayanan yang baik serta menyediakan makanan dan minuman yang berkualitas. Kebiasaan dan pilihan makanan konsumen dibudidayakan berdasarkan adat istiadat, budaya dan juga agama. Dalam hal ini, kualitas makanan sangat mempengaruhi minat dan pilihan dari konsumen, salah satunya bila ada manfaat bagi Kesehatan tubuh konsumen. Kualitas dari makanan merupakan peranan penting yang selalu dicari oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya terhadap restoran yang dipilih. (<https://ejurnal.bunghatta.ac.id>, diunduh pada tanggal 12 Februari 2021)

Asal usul dari restoran berasal dari negara Prancis saat abad ke-16 sampai zaman Romawi Kuno kuno (abad ke-2). Berasal dari kata Prancis *restaurer* atau *restore* yang artinya pembangkitkan tenaga. Spesifiknya istilah ini dipakai untuk sajian sup yang sarat kaldu. Hal ini berbeda dengan arti kata *restaurant* yang berkembang pada akhir abad ke-18. Di masa ini, resto diartikan sebagai ruang kecil di sebuah pondokan (*tavern*), tempat para pelancong mengisi perut. Makanan yang disajikan merupakan hidangan sederhana dengan bahan baku dari sekitar pondokan. berkembangnya zaman semakin berbeda dalam cara konsep penyajian seperti menulis daftar makanan dalam menu. Makanan kemudian disajikan dalam porsi personal dan setiap tamu dilayani satu per satu. Menu yang dikeluarkan pun tidak

sekaligus, melainkan bertahap. (<https://www.femina.co.id>, diunduh pada tanggal 6 Maret 2021).

Sedangkan untuk *cafe* sendiri juga memiliki pengertian yang berbeda dari restoran Kafe (Cafe) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Kafe juga termasuk dalam kategori restoran namun memiliki perbedaan yang lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan alunan musik. (<https://www.kanalinfo.web.id>, di unduh pada tanggal 6 Maret 2021).

Di Kota Manado terdapat banyak cafe dan restoran dengan beragam menu dan makanan yang berbeda. Salah satunya ada Cafe *and* Resto Tuna House yang paling terkenal dan populer di Kota Manado. Cafe *and* Resto Tuna House ini menyediakan menu ikan tuna segar yang diolah dengan bahan-bahan dengan kualitas yang baik dan disajikan sebagai menu utamanya. Cafe *and* Resto Tuna House ini berlokasi di Kawasan Megamas Manado dengan 4 cabang lainnya yang juga berada di Kota Manado. (<https://www.facebook.com/tunahousegroup>, diunduh pada tanggal 10 Maret 2021)

Tabel 1.1 Tahun Berdirinya Cafe *and* Resto Group Tuna House

No.	Nama	Lokasi	Tahun
1	Tuna House	Kawasan Megamas	2015
2	Tuna House	Paniki	2017
3	Tuna House	Karangria	2018
4	Ikgang Jubi	Paniki	2018
5	Rahang Tuna House	Tikala	2019

Sumber: <https://www.facebook.com/tunahousegroup/>, diakses pada tanggal 6 Maret 2021

Dapat dilihat dari tabel 1.1. bahwa perkembangan *Cafe and Resto* Tuna House membuka cabang baru dari tahun ke tahun dimana pada tahun 2015 hanya memiliki satu *Cafe and Resto* namun pada tahun 2019 menjadi lima *Cafe and Resto*. Dari lima cabang *Cafe and Resto* Tuna House ini hanya empat cabang saja yang memiliki dekorasi yang unik dan indah. Empat cabang *Cafe and Resto* Tuna House yang memiliki dekorasi restoran, yaitu Tuna House di Karangria, Rahang Tuna House di Tikala, Tuna House dan Ikang Jubi yang berada di Paniki. Untuk Tuna House di Megamas tidak memiliki dekorasi yang unik seperti empat cabang lainnya, karena Tuna House di Megamas memiliki pemandangan laut yang indah dan dapat dilihat secara langsung dari *Cafe and Resto* Tuna house di Megamas. Meskipun tidak memiliki dekorasi yang unik seperti 4 cabang lainnya Tuna House di Megamas tetap memberikan keuntungan dari penjualan. Oleh karena itu, pada penelitian ini hanya menggunakan 4 cabang *Cafe and Resto* Tuna House di Karangria, Rahang Tuna House di Tikala, Tuna House dan Ikang Jubi yang berada di Paniki. Hal ini tetap memberikan peningkatan keuntungan sehingga dapat digunakan untuk dapat membuka cabang lainnya. Namun, seiring berkembangnya restoran *Cafe and Resto* Tuna House juga memiliki pesaing-pesaing yang cukup ketat untuk *Cafe and Resto* Tuna House yang dimana hal ini membuat *Cafe and Resto* Tuna House harus terus berinovasi dalam hal makanan maupun pelayanan. Namun, cafe dan resto di Manado merupakan salah satu usaha favorit sehingga terdapat beragam resto dan cafe di Manado. (<https://www.facebook.com/tunahousegroup>, diunduh pada tanggal 10 Maret 2021)

Tabel 1.2 Resto dan Café di Bidang *Seafood* Populer di Manado tahun 2021

No.	Nama Pesaing	Tahun Berdiri	Jumlah Gerai
-----	--------------	---------------	--------------

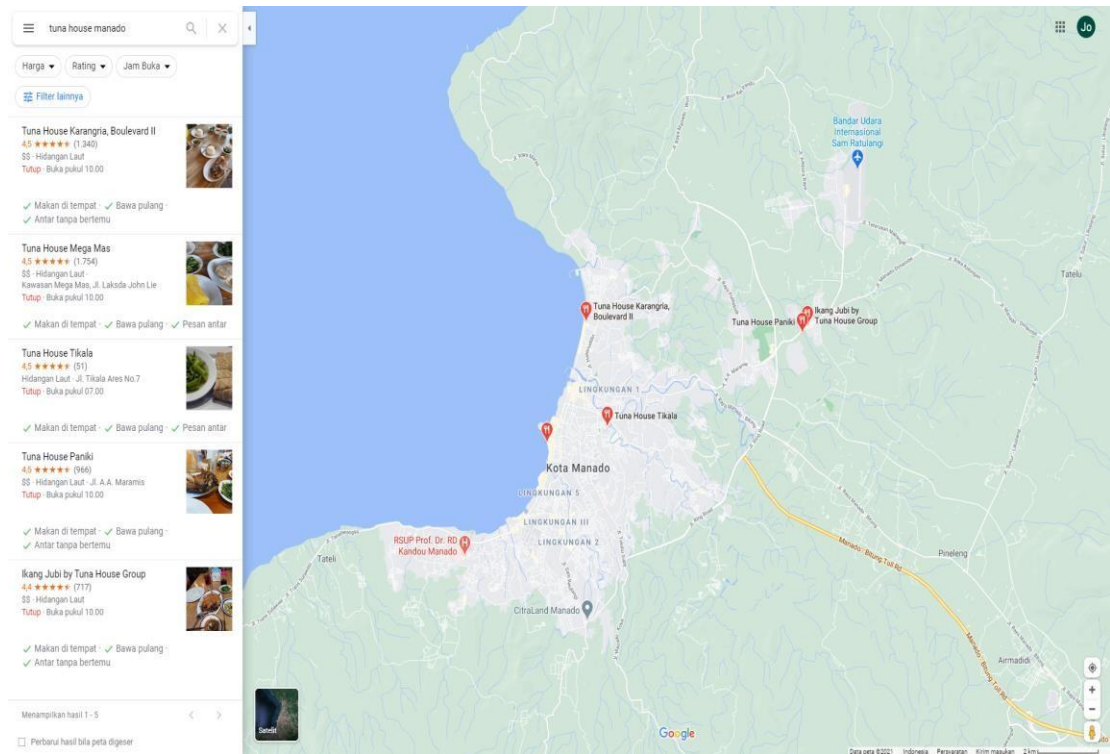
1	Tuna House	2015	5
2	Dabu-Dabu Lemong	2016	2
3	Raja Oci	2015	2
4	Afisha	2015	1
5	Bakar Rica	2017	1
6	Sari Laut	2017	1

Sumber: <https://www.facebook.com/Restoransarilaut/>, <https://www.facebook.com/RM-Bakar-Rica-Manado-184841448739706/>, <https://m.facebook.com/pages/Afisha-Rumah-Makan/372585222938206>, <https://www.facebook.com/Restoran-Raja-Oci-111799033834761/>, <https://www.facebook.com/DDLmanado/>, 2021

Dilihat dari tabel 1.2 bahwa persaingan makanan dan minuman antara Cafe *and* Resto Tuna House, Dabu-Dabu Lemong, Raja Oci, Afisha, Bakar Rica, dan Sari Laut sangatlah ketat. Hal ini dapat diketahui dari munculnya pesaing pesaing baru yang ingin bersaing dengan Cafe *and* Resto Tuna House. Terlebih lagi Cafe *and* Resto Tuna House telah membuka 5 cabang di Manado yang dimana bisa disimpulkan bahwa bertambahnya Cafe *and* Resto Tuna House menunjukkan bertambahnya pelanggan yang mulai loyal terhadap Resto *and* Cafe Tuna House. Oleh karena itu penting bagi Cafe *and* Resto Tuna House penting untuk dapat meningkatkan *customer loyalty* agar mampu terus bertahan dalam bisnis cafe *and* resto. Adapun alasan pentingnya meneliti *customer loyalty* menurut Mardalis (2005) yang menyebutkan terdapat enam alasan pentingnya mendapatkan customer loyalty, antara lain: (1) pelanggan yang ada lebih prospektif; (2) biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada; (3) pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya; (4) biaya operasional perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak nasabah loyal; (5)

perusahaan dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan; (6) pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha juga untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan. Oleh karena itu penting bagi *cafe and resto* untuk meningkatkan *customer loyalty* sehingga *Cafe and Resto Tuna House* dapat tetap bersaing di dalam dunia kuliner dan *Cafe and Resto Tuna House* dapat semakin meningkatkan keuntungannya.

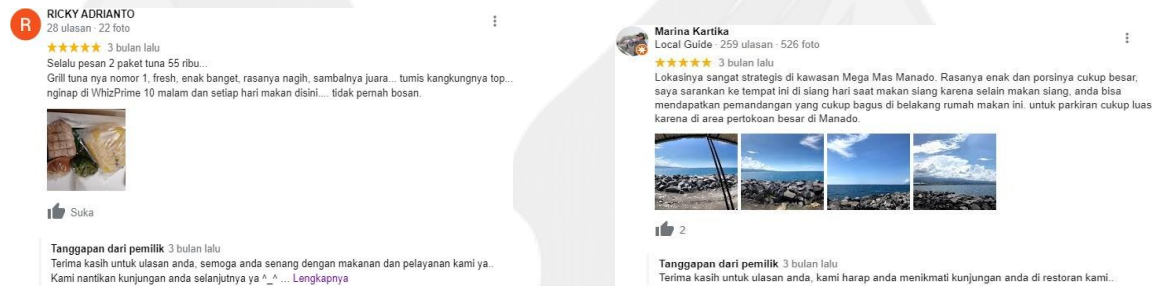
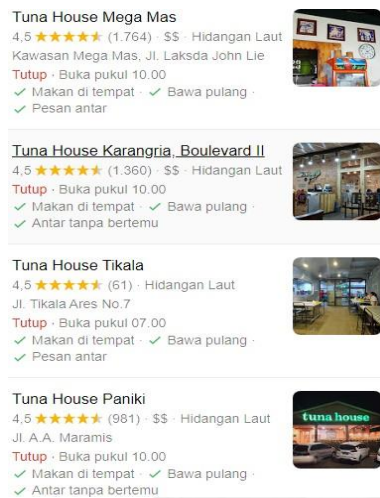
Haw dan Hamilton (2015) menyebutkan bahwa *customer loyalty* adalah hasil dari pengalaman emosi positif yang secara konsisten dirasakan oleh pelanggan. Adapun bukti bahwa *Cafe and Resto Tuna House* telah memiliki *customer loyalty* dapat terlihat dari gambar 1.1 bahwa *Resto and Cafe Tuna House* telah membuka cabang di berbagai daerah di Kota Manado dan bertambahnya outlet *Cafe and Resto Tuna House*. Hal ini menunjukkan bahwa *Cafe and Resto Tuna House* telah memiliki *customer loyalty* sehingga *Cafe and Resto Tuna House* dapat terus memperluas pangsa pasarnya dengan membuka *Cafe and Resto* yang awalnya pada tahun 2015 hanya 1 cabang menjadi 5 cabang di tahun 2017.



Gambar 1.1 Lokasi Cafe and Resto Tuna House

Sumber: google map, 2021

Adapun variabel yang juga mempengaruhi *customer loyalty* yaitu *customer satisfaction*. Menurut Tjiptono (2015), *customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Adapun bukti bahwa Cafe and Resto Tuna House memiliki *customer satisfaction* pada gambar 1.2 yang menunjukkan bahwa konsumen senang dan puas terhadap makanan dan rasa dari Cafe and Resto Tuna House serta memberikan *review* bintang 5 yang menandakan bahwa mereka sangat puas dari segala sisi.



Gambar 1.2 Review Cafe and Resto Tuna House dari Google

Sumber: google review, 2021

Adapun juga variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* yaitu *service quality*. Menurut Tjiptono (2015) *service quality* adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Adapun bukti bahwa Cafe and Resto Tuna House memiliki *service quality* pada gambar 1.3 dapat dilihat bagaimana pelayanan dari Cafe and Resto Tuna House terhadap pelanggan yang baru datang kemudian pelayan menunggu pelanggan ingin memesan apa, serta pelayan juga mengantarkan makanannya dan tidak seperti Cafe and Resto di berbagai tempat ketika memesan kemudian pelayan tidak menunggu dan meninggalkan kertas di meja serta hal ini membuat pelanggan merasa dilayani dengan baik.



Gambar 1.3 *Service Quality* dari Cafe and Resto Tuna House

Sumber: Foto dokumentasi pribadi, 2021

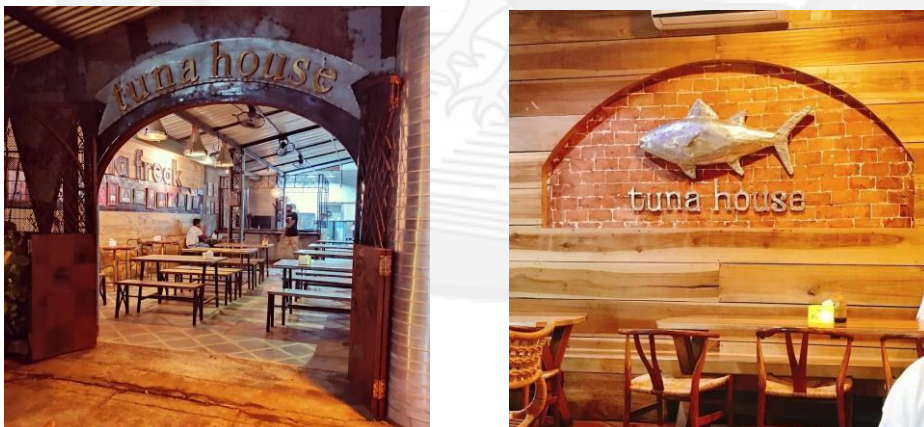
Adapun juga variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* yaitu *social enjoyment*. Menurut Simpson dan Weiner (1989) mendefinisikan *social enjoyment* sebagai kondisi kesadaran atau sensasi yang disebabkan oleh kenikmatan atauantisipasi dari apa yang dirasakan atau dipandang sebagai baik atau diinginkan; kenikmatan, kesenangan, kepuasan. Adapun bukti bahwa Cafe and Resto Tuna House memiliki *social enjoyment* pada gambar 1.4 *social enjoyment* yang dirasakan oleh pelanggan Cafe and Resto Tuna House dimana para pengunjung yang datang dengan teman ataupun keluarga terlihat senang.



Gambar 1.4 Social Enjoyment dari Cafe and Resto Tuna House

Sumber: <https://www.facebook.com/tunahousegroup>, 2021

Adapun juga variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* yaitu *cleanness*. *Cleanness* menurut Wakefield dan Blodgett (1996) adalah kualitas dari layanan yang dapat dirasakan dari penyedia layanan dimana kualitas layanan tersebut dapat berupa lingkungan yang bersih. Adapun bukti bahwa Cafe and Resto Tuna House memiliki *cleanness* yang dimana kebersihan dari Cafe and Resto Tuna House pada gambar 1.5 dimana restoran dalam keadaan bersih dari segi meja, lantai dan dinding.



Gambar 1.5 Cleanness dari Cafe and Resto Tuna House

Sumber: <https://www.facebook.com/tunahousegroup>, 2021

Adapun juga variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* adalah *aesthetics*. Menurut Kusmiati (2004) *aesthetics* adalah suatu kondisi yang berkaitan

dengan sensasi keindahan yang dirasakan seseorang, tetapi rasa keindahan tersebut baru akan dirasakan apabila terjalin perpaduan yang harmonis dari elemen-elemen keindahan yang terkandung pada suatu objek. Adapun bukti bahwa *Cafe and Resto Tuna House* memiliki *aesthetics* di empat cabangnya, yaitu Tuna House di Karangria, Rahang Tuna House di Tikala, Tuna House dan Ikang Jubi yang berada di Paniki. Pada gambar 1.6 dapat dilihat bahwa empat cabang *Cafe and Resto Tuna House* memiliki dekorasi tema yang berbeda-beda dari bahan kayu yang digunakan untuk meja dan kursi restoran menarik serta penempatan lampu yang unik untuk dijadikan tempat objek berfoto.



Gambar 1.6 Aesthetics dari Cafe and Resto Tuna House
Sumber: google foto, 2021

Adapun juga variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction* yaitu *cost* menurut Tjiptono (2016) *cost* adalah bagian dari bauran pemasaran dimana menunjukkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang tercermin dari harga yang ditetapkan untuk suatu produk tertentu yang pada akhirnya akan menghasilkan

pendapatan bagi perusahaan. Terdapat *price list* yang dimiliki oleh Cafe and Resto Tuna House harga dari minuman dan harga makanan serta terdapat pilihan paket makanan yang disediakan dari Cafe and Resto Tuna House. Adapun bukti bahwa Cafe and Resto Tuna House memiliki *cost* yang sesuai dapat dilihat pada gambar 1.7 yang menunjukkan *cost* yang sudah sesuai dan salah satu pelanggan yang telah mengkonsumsi juga mengatakan bahwa harga makanan dan minuman di Cafe and Resto Tuna House bagus/ramah di dompet.



Reviewed November 8, 2018

Kenikmatan saat pertama kali gigitan

Google Translation

Saat itu berlibur ke Manado dan dari pengalaman pertama makan di Tuna House sangat mengembirakan. Hingga saya kembali di kota Sidoarjo. Masih terbayang bagaimana nikmatnya Tuna disana. Suasana yang mendukung sembari menikmati hamparan laut di kota Manado, Ikan yang segar, Sambal yang mantab. Serta **harga** yang tidak buat kantong kering. Sangat Recommended !!

Semoga suatu saat bisa kembali lagi ke Tuna House

Show less

Date of visit: December 2017

Gambar 1.7 Menu dan Review Cost yang baik Cafe and Resto Tuna House

Sumber: <https://www.sintiaastarina.com/>, <https://www.tripadvisor.com/>, 2021

Dari pembahasan diatas dapat diketahui bahwa penting sekali bagi Cafe and Resto Tuna House untuk mempertahankan sekaligus menambah *customer loyalty*

agar tidak kalah dengan restoran pesaing yang juga terus berinovasi dan berkembang dalam industri restoran di Kota Manado. Dengan demikian, penelitian ini akan berfokus pada *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, *Cost* terhadap *Customer Satisfaction* dan *customer loyalty* dari pelanggan *Cafe and Resto Tuna House* cabang Karangria, Tikala dan Paniki.

1.2 Batasan Penelitian

Terdapat batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *Service Quality*, *Social Enjoyment*, *Cleanness*, *Aesthetics*, *Cost* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* dari pelanggan *Cafe and Resto Tuna House* Di Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.
3. Karakteristik responden:
 - i. Pria dan wanita
 - ii. Berusia 18 – 60 tahun masa dewasa dini (Kotler dan Amstrong, 2009)
 - iii. Bertempat tinggal di Manado
 - iv. Telah membeli dan mengkonsumsi (*dine in*) makanan dan minuman *Cafe and Resto Tuna House* cabang Karangria, Tikala dan Paniki minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir.
 - v. Pernah membeli dan mencoba makanan *seafood* selain *Cafe and Resto Tuna House* Manado lainnya dalam tiga bulan terakhir.

1.3 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa masalah didalam penelitian ini sebagai berikut: “Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi *customer loyalty* pada pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Manado”. Untuk menjawab pertanyaan pada penelitian ini akan digunakan beberapa pertanyaan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *social enjoyment* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *cleanness* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cafe and Resto Tuna House C di Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki?
4. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *aesthetics* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki?
5. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *cost* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki?
6. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat diatas maka tujuan yang akan diteliti dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *service quality* terhadap *customer satisfaction* dari pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Kota Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *social enjoyment* terhadap *customer satisfaction* dari pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Kota Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki.
3. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Cleanness* terhadap *customer satisfaction* dari pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Kota Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki.
4. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Aesthetics* terhadap *customer satisfaction* dari pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Kota Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki.
5. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Cost* terhadap *customer satisfaction* dari pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Kota Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki.
6. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dari pelanggan Cafe and Resto Tuna House di Kota Manado cabang Karangria, Tikala dan Paniki.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, memiliki 2 hal manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk para sektor pengembang pemasaran khususnya mengenai hal faktor antara lain *service quality, social enjoyment, cleanness, aesthetics, cost* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* serta masing-masing dari tiap teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *customer loyalty* pada pelanggan, serta bagaimana dari masing masing mempengaruhi satu dengan lainnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Ada beberapa manfaat praktis yang ingin dituju pada penelitian ini bagi beberapa pihak yang bersangkutan diantaranya:

1. Restoran yang terkait dengan penelitian ini *Cafe and Resto Tuna House* di Manado agar menjadikan penelitian ini yang dilakukan sebagai sumber data untuk menambah jumlah pelanggan yang *loyal* terhadap *Cafe and Resto Tuna House*.

2. *Cafe and Resto Tuna House* dapat mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi *customer loyalty* pelanggan *Cafe and Resto Tuna House* di Manado.
3. Memberikan pengetahuan tambahan terhadap manajer dari *Cafe and Resto Tuna House* serta memperbaiki *Service Quality, Social Enjoyment, Cleanness, Aesthetics, Cost*. Sehingga *customer loyalty* dari *Cafe and Resto Tuna House* di Manado terus bertambah dari tiap waktu ke waktu.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada Laporan Proposal Skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi tentang pembahasan Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, dan sistematika penulisan.

Bab II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi pembahasan landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian dan bagan alur berpikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, populasi, serta sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

