

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada tahun 2018 penjualan ritel meningkat 3,6 persen. Ini merupakan level terendah dalam sepuluh tahun terakhir. Para retailer mengantisipasi peningkatan 6-7 persen dalam pertumbuhan ritel pada kuartal pertama 2018. Pemilihan Kepala Daerah dan Asian Games menciptakan gebrakan yang dapat meningkatkan penjualan ritel di 2018. Berbagai asumsi meruntuhkan bisnis ritel di Indonesia saat memasuki tahun 2018. Banyak faktor yang menyebabkan ditutupnya sejumlah lokasi ritel modern, salah satunya adalah kecenderungan untuk menekankan perubahan pola pembelian masyarakat.

Perilaku konsumen tidak lagi menganggap membeli sebagai gaya hidup yang menganggap bahwa berbelanja sebagai sesuatu yang penting, menurut Roy N. Mandey, ketua Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (APRINDO). Selain berbelanja, terdapat aktivitas lain yang dapat disebut sebagai gaya hidup yang mengacu pada berbagai kegiatan. Salah satu contohnya yaitu terjadi peningkatan pada belanja leisure dari 2016 hingga 2018. Pengeluaran rumah tangga meningkat pada triwulan II tahun 2017, karena konsumsi rumah tangga makanan dan minuman, sandang, alas kaki, perumahan, dan peralatan rumah tangga hanya meningkat 0,03-0,17 persen, pertumbuhan konsumsi rumah tangga ini dinilai melambat. Sedangkan konsumsi di restoran dan hotel meningkat dari 5,43 persen menjadi 5,87 persen. Pergeseran ini menunjukkan bahwa kebiasaan pembelian masyarakat telah bergeser dari non-leisure ke leisure.

Menurut Beni Sindhunata, Direktur Eksekutif Badan Riset Investasi dan

Perbankan (Inbra), dalam artikelnya *The Retail Industry in Temporary Changes* yang dimuat beritasatu.com, faktor-faktor penyebab buruknya kinerja pengecer baik di tingkat nasional maupun global antara lain, penurunan daya beli konsumen. Daya beli konsumen menurun, terbukti dengan pola konsumsi yang turun 5,2 persen per September 2017. Pada tahun 2017 juga terjadi perlambatan peningkatan konsumsi per kapita pada kelompok pendapatan menengah ke atas. Produk domestik bruto (PDB) negara itu tetap di Rp 3.502. triliun, dengan pulau Jawa menyumbang 58 persen, menghasilkan peningkatan PDB 5,06 persen.

Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Hariyadi Sukamdani memprediksi sektor ritel akan membaik pada 2018. Padahal Indonesia akan memasuki tahun politik pada 2018. Pada 2018, laju pertumbuhan diperkirakan 2,5 persen. Angka ini kemungkinan akan meningkat sesuai dengan lingkungan ritel yang bergerak cepat di Indonesia. Beberapa variabel, menurut Hariyadi, dapat membantu sektor ritel untuk bangkit tahun ini, termasuk kenaikan harga komoditas internasional yang berdampak pada belanja ritel. Ekspor Indonesia juga membaik dan meningkat. Barang-barang ritel berpotensi untuk diekspor sebagai akibat dari hal ini. (<https://pelakubisnis.com/2018/06/pertumbuhan-ritel-2018-optimis-bergerak-positif/diunduh-pada-tanggal-16-Februari-2021>).

Karena capaian pertumbuhan ekonomi nasional masih belum memberikan kabar baik, industri ritel modern di Indonesia diperkirakan tidak akan naik dua digit hingga 2019-2020. Pertumbuhan industri ritel modern di Tanah Air masih menunjukkan tren yang menguntungkan, menurut Kementerian Perdagangan. Hal

tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan konsumsi kebutuhan sehari-hari atau fast moving consumer goods (FCMG) yang mencakup 58 kategori produk yang selama ini menjadi tumpuan penjualan ritel modern. Selama periode April 2018- April 2019, konsumsi FMCG di ritel modern Indonesia meningkat sebesar 6,6 persen, dengan rincian untuk format minimarket meningkat 12,1% dan bentuk supermarket dan hypermarket menurun -6,8%. Pemerintahan baru Jokowi telah menerapkan sejumlah skema. Item baru yang dijanjikan kampanye dimaksudkan untuk memberikan dampak yang menguntungkan pada industri ritel saat ini, yang berpotensi meningkatkan konsumsi publik.(<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190904/12/1144434/meneropong-prospek-industri-ritel-modern-hingga-2021> diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

Menurut Menteri Perdagangan Agus Suparmanto, bisnis ritel berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dari sisi perdagangan dan konsumsi. Pada triwulan III 2019, sektor perdagangan naik 13,02 persen, dengan konsumsi menyumbang 56,52 persen dari total PDB (PDB).Perekonomian Indonesia meningkat 5,02 persen pada triwulan III-2019, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), menyiratkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2019 secara keseluruhan adalah 5,04 persen. Sektor ritel tidak hanya berkontribusi pada perekonomian nasional, tetapi juga membantu menjual produk dalam negeri, terutama yang dihasilkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (<https://www.antaraneews.com/berita/1159256/mendag-industri-ritel-miliki-peran-penting-dalam-pertumbuhan-ekonomi> diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

Industri ritel modern di Indonesia akan berkembang lebih cepat pada tahun 2020 dibandingkan tahun 2018-2019, dengan salah satu penyebab utamanya adalah peningkatan daya beli masyarakat menengah ke atas yang sebelumnya sempat menurun akibat tahun politik. Segmen toko kelontong (minimarket) akan terus mendorong ekspansi bisnis ritel modern pada 2020, seperti yang terjadi pada 2019. Menurut Yongki, pemerintah dituntut memberikan kemudahan berusaha di dalam negeri guna membuka lapangan kerja baru. bagi masyarakat menengah ke bawah yang umumnya bekerja di sektor informal, sehingga industri ritel kontemporer dapat kembali berkembang pesat. Adapun apa yang dapat dilakukan pemerintah untuk memulihkan daya beli kelas menengah ke bawah dengan membayar tunai untuk bekerja atau menerapkan program padat karya skala besar, masyarakat kelas menengah bawah akan menerima dukungan tunai langsung di bawah inisiatif ini, tetapi hanya jika mereka setuju untuk mengerjakan proyek yang disiapkan pemerintah. (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200128/12/1194484/industri-ritel-diprediksi-tumbuh-lebih-baik> diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

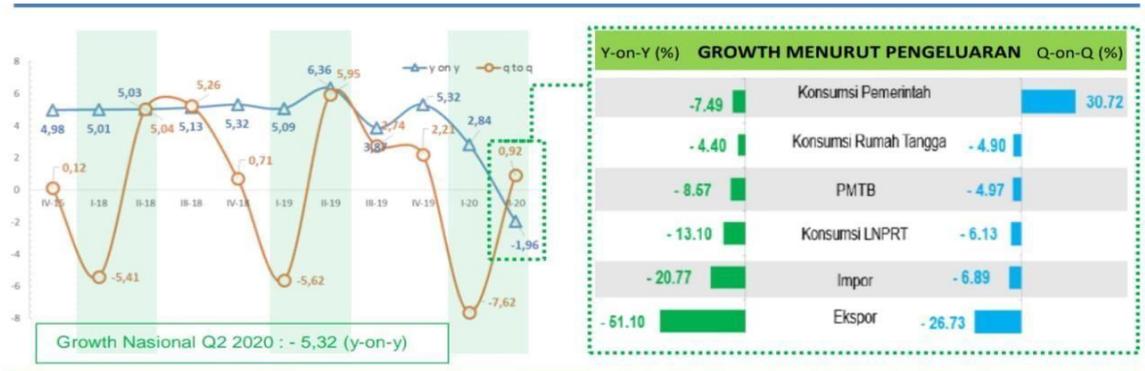
Setelah melihat pertumbuhan industri retail dengan ruang lingkup lebih luas, yaitu diseluruh Indonesia, selanjutnya lebih melihat pertumbuhan industri retail di lingkup yang lebih kecil, yaitu Nusa Tenggara Timur.

Kota Kupang atau yang biasa dikenal dengan kota kasih adalah sebuah kotamadya dan sekaligus ibu kota provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Kotamadya ini adalah kota yang terbesar di Pulau Timor yang terletak dipesisir Teluk Kupang, bagian barat laut pulau Timor. Sebagai kota terbesar di provinsi Nusa Tenggara Timur, Kota Kupang dipenuhi oleh berbagai suku bangsa. Suku yang signifikan jumlahnya di" Kota Kupang "adalah suku Timor, Rote, Sabu,

Tionghoa, Flores dan sebagian kecil pendatang dari Bugis dan Jawa.

Perekonomian Nusa Tenggara Timur, diukur dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku, mencapai Rp. 27,40 triliun pada kuartal ketiga 2019, dibandingkan Rp. 17,74 triliun atas dasar harga konstan 2010. Dibandingkan triwulan yang sama tahun 2018, PDRB NTT naik 3,87 persen pada Triwulan III-2019. Dari segi lapangan usaha, bidang usaha Industri Manufaktur memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi tertinggi sebesar 10,53 persen. Komponen Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga (PK-RT) yang naik sebesar 5,63 persen, mengalami pertumbuhan terbesar dari sisi pengeluaran. PDRB NTT tumbuh 2,59 persen pada triwulan III-2019 jika dibandingkan triwulan sebelumnya. Dari sisi lapangan usaha, industri Jasa Keuangan tumbuh paling cepat sebesar 9,34 persen. Sementara itu, komponen pengeluaran Konsumsi Pemerintah tumbuh paling cepat sebesar 32,22 persen. Secara total, PDRB NTT naik 5,23 persen dari triwulan I hingga triwulan III 2019. Bidang usaha Industri Manufaktur memiliki pertumbuhan ekonomi tertinggi sebesar 9,77 persen dari sisi produksi. Pertanian, kehutanan, dan perikanan terus mendominasi struktur ekonomi NTT pada triwulan III-2019, menyumbang 27,84 persen dari total. Sementaraitu, Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga yang mencapai 69,86 persen dari total pengeluaran masih mendominasi. (<http://nttprov.go.id/2018/index.php/kondisiumum/perekonomian> diunduh pada tanggal 6 Februari 2021).

Hal ini dapat dilihat dari grafik pertumbuhan PDRB Triwulan Provinsi NTT Tahun 2018-2020 berikut:



**Gambar 1.1** Grafik pertumbuhan PDRB Triwulan Provinsi NTT Tahun 2018-2020

(diunduh pada 19 April 2021).

Dampak pandemi covid-19 menyebabkan perekonomian Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) pada triwulan II tahun 2020 terkontraksi (tumbuh negatif) sebesar -1,96 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun 2018.

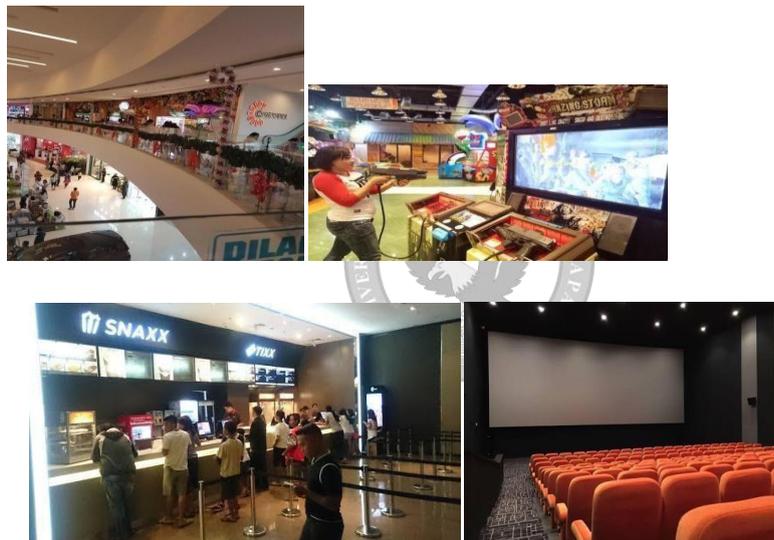
Pemerintah Nusa Tenggara Timur (NTT) secara aktif mendukung kebijakan pemerintah pusat yang bermitra dengan pedagang tradisional dengan toko modern dalam rangka membantu pedagang tradisional daerah di NTT untuk meningkatkan pendapatan ekonomi mereka. Menurut Simon Tokan, Kepala Dinas Perdagangan Nusa Tenggara Timur, jika pemerintah pusat mengeluarkan peraturan yang mengatur tentang kemitraan pedagang tradisional dan pengecer modern, itu akan mempengaruhi pasar secara keseluruhan di daerah perbatasan seperti NTT, di mana harga barang yang dijual di pasar tradisional akan sama dengan harga barang yang dijual dipasar tradisional. (<https://bali.bisnis.com/read/20171017/538/772381/ntt-dukung-kemitraan-pedagang-tradisional-ritel-modern> diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

Lippo Plaza Kupang adalah salah satu retail yang berada di kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Lippo Plaza merupakan toko ritel di Kupang

yang telah dibuka sejak tahun 2015. Lippo Plaza Kupang merupakan pusat perbelanjaan ke-60 Lippo Mall yang akan dikelola hingga tahun 2021. Lippo Plaza Kupang hadir untuk memenuhi keinginan masyarakat Kupang dan sekitarnya untuk pusat perbelanjaan yang lengkap dan nyaman. Untuk mempromosikan gaya hidup masyarakat Kupang, pusat ritel ini memungkinkan semua anggota keluarga dari segala usia untuk berpartisipasi dalam kegiatan belanja dan kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kesukaan mereka. Melalui penciptaan lapangan kerja, mobilitas ekonomi daerah, partisipasi masyarakat, dan kegiatan sosial, Lippo Plaza Kupang dapat bermanfaat bagi masyarakat dan pemerintah.

Plaza ini mengusung konsep *super block* yang serasi dengan Siloam *Hospital*, pusat konferensi, bank, sekolah, dan hotel yang semuanya berada di dekatnya. Selain itu, Lippo Plaza Kupang adalah peritel nasional dengan lebih dari 70 tenant, termasuk *anchor tenant Matahari department store, hypermart, cinemaxx, ace hardware*, dan informasi, serta *tenant* di bidang *fashion* dan aksesoris, kecantikan & kesehatan, makanan & minuman, dan hiburan. Kelengkapan tenant yang ada di Lippo Plaza Kupang memberikan tingkat persaingan yang cukup tinggi bagi para pesaing ritel Lippo Plaza, seperti mal Ramayana dan Transmart Kupang, toko ritel terbesar di Kupang. Keunggulan Lippo Plaza dibandingkan mal Ramayana dan Transmart adalah bahwa Lippo Plaza memiliki berbagai macam penyewa, seperti yang ditunjukkan di atas, sedangkan mal Ramayana dan Transmart memiliki jumlah penyewa yang terbatas. (<https://investor.id/archive/lippo-malls-operasikan-lippo-plaza-kupang> diunduh pada tanggal 16 Februari 2021).

Hiburan atau *entertainment* didefinisikan oleh Schrum (2004) sebagai suatu aktivitas yang dirancang untuk memberi kesenangan dan relaksasi kepada orang lain. Dengan demikian, segala sesuatu yang bersifat menyenangkan dan membuat rileks termasuk sebagai hiburan/entertainment. Lippo plaza kupang terus berusaha memberikan hiburan yang menarik bagi para konsumennya, terbukti dengan disediakannya fasilitas seperti *fun world* untuk anak-anak dan juga bioskop untuk remaja dan orang dewasa. Semua fasilitas tersebut digabungkan kedalam satu tempat sehingga para konsumen menjadi lebih gampang untuk mengunjungi area-area tersebut.

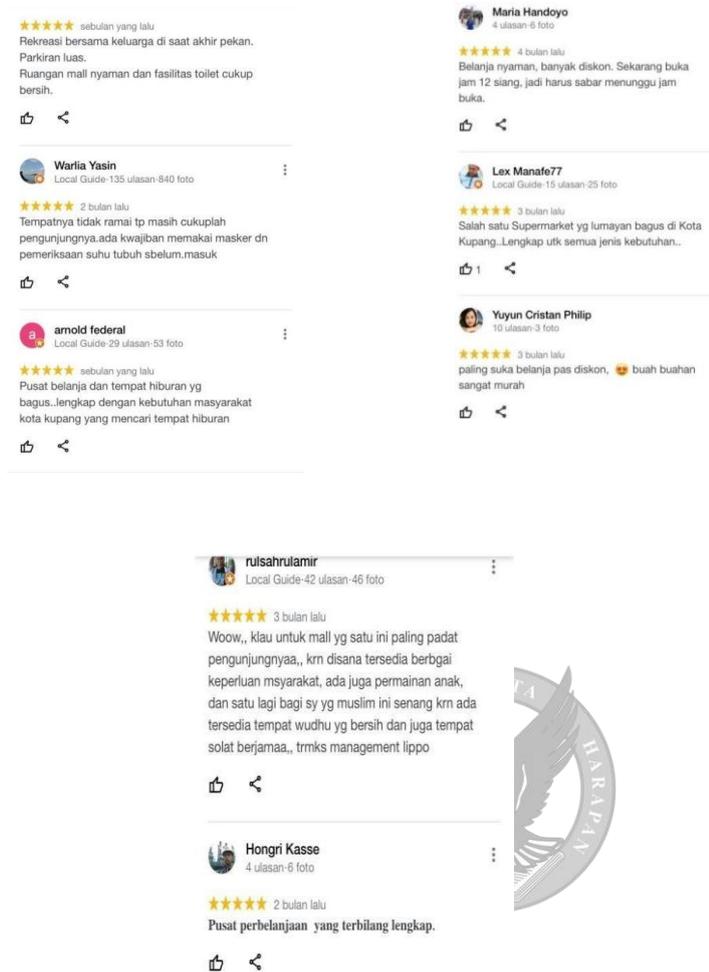


**Gambar 1.2 Area hiburan Lippo Plaza, Kupang NTT**

Menurut Wulansari (2009:34) interaksi sosial adalah hubungan – hubungan timbal balik antara individu dengan individu, kelompok dengan kelompok, serta antara individu dengan kelompok. Interaksi sosial yang dilakukan oleh para karyawan Lippo Plaza Kupang dan para pelanggan memberikan dampak yang positif.

Menurut Russell (1974) untuk mengukur keadaan emosi menggunakan tiga dimensi yaitu kesenangan (*pleasure*), gairah (*arousal*), dan dominasi (*dominance*) untuk mewakili semua emosi. Hal ini dibuktikan dengan para

pelanggan yang memberikan komentar-komentar yang positif mengenai Lippo Plaza Kupang.



**Gambar1.3** Komentar yang diberikan oleh para pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017) Menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau *shopper satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang diperkirakan terhadap hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang. Untuk menjaga eksistensinya Lippo Plaza Kupang terus memberikan yang terbaik bagi para pelanggan yang datang sehingga pelanggan merasa puas ketika berkunjung ke Lippo Plaza Kupang. Lippo Plaza Kupang

membuktikan hal tersebut dengan pendapatan skor terhadap mall tersebut



sebesar 4,4 bintang berdasarkan review melalui google.

**Gambar 1.4** Review dari Google

Kemenarikan dari objek penelitian ini dapat dibagi kedalam beberapa segi, dikarenakan terlalu luas cakupan atau aspek yang dibahas. Misalnya dalam segi kebutuhan sehari-hari, Lippo Plaza Kupang menyediakan hypermart sebagai salah satu sarana berbelanja. Kemudian pada segi kebutuhan perabot rumah tangga terdapat *ace hardware* dan *informa* yang sudah memiliki kelengkapan yang lengkap. Selanjutnya pada segi hiburan terdapat *cinepolis* dan *fun world* yang disediakan bagi para konsumen baik itu dari usia anak-anak hingga dewasa. Pada segi kecantikan terdapat *burn- burn*, matahari *department store*, *the body shop* dan beberapa *tenant* lainnya. Kemudian pada segi kesehatan terdapat apotek dan rumah sakit yang merupakan satu lingkungan dengan Lippo Plaza Kupang.

## 1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Entertainment* terhadap *Pleasure*, pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
2. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Social Interaction* terhadap *Pleasure*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
3. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Entertainment* terhadap *Arousal*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
4. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Social Interaction* terhadap *Arousal*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
5. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Entertainment* terhadap *Dominance*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
6. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Social Interaction* terhadap *Dominance*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
7. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Pleasure* terhadap *Shopper Satisfaction*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
8. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Arousal* terhadap *Shopper Satisfaction*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
9. Penelitian ini meneliti mengenai analisis pengaruh *Dominance* terhadap *Shopper Satisfaction*, pada pelanggan Lippo Plaza di kota Kupang, NTT.
10. Responden yang digunakan pada penelitian ini diukur menggunakan gender, usia dan domisili. Dimana gender yang digunakan yaitu pria dan wanita. Usia yang ditargetkan berkisar antara 17-65 tahun dengan karakteristik: berdomisili didaerah Kupang dan telah melakukan pembelian ditempat sekurang-

kurangnya 2x dalam kurun waktu 6 bulan terakhir di Kupang, khususnya Lippo Plaza di kota Kupang,NTT.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Entertainment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Pleasure* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
2. Apakah *Entertainment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Arousal* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
3. Apakah *Entertainment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Dominance* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
4. Apakah *Social Interaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Pleasure* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
5. Apakah *Social Interaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Arousal* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
6. Apakah *Social Interaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Dominance* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
7. Apakah *Pleasure* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *ShopperSatisfaction* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang,

8. Apakah *Arousal* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Shopper Satisfaction* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
9. Apakah *Dominan* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Shopper Satisfaction* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?
10. Apakah *Shopper Satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Entertainment* terhadap *Pleasure* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Entertainment* terhadap *Arousal* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Entertainment* terhadap *Dominance* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Social Interaction* terhadap *Pleasure* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Social Interaction* terhadap *Arousal* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
6. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Social Interaction* terhadap *Dominance* pada pelanggan Lippo Plaza dikota kupang, NTT.
7. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Pleasure* terhadap *Shopper Satisfaction* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
8. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Arousal* terhadap *Shopper Satisfaction* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.

9. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Dominance* terhadap *Shopper Satisfaction* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.
10. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dari *Shopper Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pelanggan Lippo Plaza dikota Kupang, NTT.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka manfaat penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat teoritis**

1. Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan informasi dan pengetahuan serta dapat memperluas wawasan mengenai *entertainment* dan *social interaction* terhadap *pleasure*, *arousal* dan *dominance* melalui *shopper satisfaction* untuk membentuk *customer loyalty* terhadap Lippo Plaza Kupang.
2. Hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dimasa mendatang.

### **1.5.1 Manfaat praktis**

1. Bagi penulis

Manfaat bagi penulis dalam memperluas dan menambah pengetahuan mengenai *entertainment* dan *social interaction* terhadap *pleasure*, *arousal* dan *dominance* melalui *shopper satisfaction* untuk membentuk *customer loyalty* terhadap Lippo Plaza Kupang. Selain itu penulis juga dapat mengasah kemampuan menganalisa permasalahan dilapangan, sehingga hal tersebut juga dapat bermanfaat dalam dunia kerja.

2. Bagi Lippo Plaza Kupang

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi dengan pengaruh *entertainment* dan *social interaction* terhadap *pleasure*, *arousal* dan *dominance* melalui *shopper*

*satisfaction* untuk membentuk *customer loyalty* terhadap Lippo Plaza Kupang.

## **1.6 SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Di dalam bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Di bab tinjauan pustaka ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, bagian alur dan pola berfikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Di bagian ketiga ini berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, populasi, sampel, metode pengumpulan, definisi operasional dan metode analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat ini menuliskan tentang gambaran umum perusahaan, analisis data, metode analisis statistik, metode penelitian hipotesis dan pembahasan.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Di bab yang terakhir ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian ini dan juga saran yang bisa diberikan.