

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini, orang-orang sangat *mobile* dan aktif. Transportasi sangat diperlukan agar mereka dapat menjalankan tugas-tugas dan mendapatkan dukungan atau bantuan. Akibatnya, layanan transportasi kini menjadi bagian penting dari masyarakat. Transportasi yang memungkinkan pergerakan dan perpindahan cepat dari satu lokasi ke lokasi lain, bahkan melintasi jarak yang jauh, sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan mobilitas yang terus meningkat.

Ojek adalah salah satu jenis transportasi di Indonesia. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan ojek sebagai sepeda motor atau sepeda yang digunakan untuk mengangkut penumpang. Jenis transportasi umum lain yang dapat membantu mengatasi kemacetan lalu lintas adalah ojek. Di setiap kota di Indonesia, kemacetan lalu lintas merupakan masalah. Jalan menjadi lebih sempit, semakin banyak mobil di jalan, dan perbaikan infrastruktur lainnya merupakan beberapa penyebab kemacetan lalu lintas yang berlangsung lama. Oleh karena itu, ojek merupakan pilihan yang tepat untuk mengatasi kemacetan lalu lintas.

Survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Kementerian Perhubungan (Kemenhub) mengungkap publik paling banyak menggunakan aplikasi transportasi online (Mutia, 2022). Fenomena sosial menunjukkan bagaimana internet telah memengaruhi kehidupan masyarakat, dan bisnis-bisnis berlomba-lomba menciptakan teknologi terbaru. Masyarakat semakin bergantung

pada ponsel dan internet seiring meningkatnya penggunaan *smartphone* baik iOS maupun Android. Para pendiri Ojek Online memperkenalkan ojek online sebagai hasil dari potensi ini. (Lungsae & Malika, 2021).

Transportasi online telah menjadi bagian penting dalam mobilitas harian masyarakat Bandung. Permintaan tertinggi terjadi pada jam sibuk pagi (05.00–09.00) dan sore hari (15.00–18.00). Rata-rata pesanan per pengemudi per hari berkisar 10–20 order, dengan tarif rata-rata per perjalanan antara Rp12.000 hingga Rp18.000. (Erdani et al., 2026)

Menurut (Djuandharto Djajasinga, 2022) Saat ini, sebagian besar orang menggunakan aplikasi layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Aksesibilitas aplikasi transportasi internet merupakan salah satu keunggulan utamanya. Gojek, Grab, Maxim, dan aplikasi transportasi online terkenal lainnya saat ini tersedia di Indonesia. Pelanggan yang ingin bepergian ke mana saja, membeli makanan tanpa harus mengunjungi restoran secara fisik, atau mengirim barang tanpa harus mengantarkannya sendiri sangat terbantu oleh aplikasi-aplikasi ini.



Gambar 1.1 Logo Gojek, Maxim, & Grab

Sumber : Google.com

Di antara persaingan transportasi online di Indonesia terdapat Gojek yang mengoperasikan Go-Ride, Grab yang mengoperasikan Grab-bike, dan Maxim yang mengoperasikan Maxim-bike. Persaingan menjadi semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah bisnis ojek online. Persaingan harga, persaingan layanan, dan banyaknya pilihan layanan ojek online merupakan beberapa elemen yang mendorong persaingan ini. Bisnis harus berupaya memuaskan pelanggan jika ingin mendapatkan keunggulan kompetitif.

Tabel 1.1 Data Jenis E- Service

No.	Nama Perusahaan	Jenis Pelayanan
1.	Gojek	a. Pesanan antar jemput motor atau mobil b. Pelayanan pembelian makanan dan belanja di seluruh <i>merchant</i> Gojek c. Dompet digital d. Pengiriman barang e. Pembayaran dapat melalui Tunai, Gopay/Link Aja, kartu kredit/Debit f. Tarif harga per KM berkisar Rp2.000 – Rp2.500
2.	Grab	a. Transportasi motor dan mobil b. Pesan antar makanan dan bahan-bahan makanan c. Pengiriman produk d. Kesehatan digital e. Pembayaran dapat melalui OVO f. Tarif harga per KM berkisar Rp2.000 – Rp2.500
3.	Maxim	a. Antar jemput mobil dan motor b. Delivery makanan

No.	Nama Perusahaan	Jenis Pelayanan
		c. Cleaning, memenuhi kebutuhan harian pengguna untuk pengguna yang ingin membersihkan rumah d. Cargo, jasa antar barang yang berkapasitas e. Tarif harga per KM berkisar Rp2.000 – Rp2.300

Sumber: diolah oleh peneliti, 2026

Dari berbagai jenis e-service yang ditawarkan oleh beberapa aplikasi transportasi online yang disebutkan pada tabel 1.1 hampir memiliki kesamaan layanan agar e-service kualitas yang ditawarkan tetap terjaga, setiap usaha atau bisnis perlu memiliki keunggulan dan ciri khas tersendiri.

Namun tidak dapat di pungkiri dari ketiga aplikasi ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan seperti Gojek, sebagai platform dengan cakupan layanan paling komprehensif di antara ketiga platform yang dibandingkan. Namun Goride memiliki kekurangan seperti untuk mengaktifkan fitur asuransi harus manual tidak otomatis dengan biaya tambahan sebesar Rp1.000 per perjalanan, pengguna dapat memperoleh manfaat perlindungan hingga Rp350.000.000, mencakup voucher Jaminan Jemput Tepat Waktu senilai Rp5.000 jika penjemputan tertunda minimal 15 menit, serta perlindungan terhadap kehilangan barang pribadi akibat pencurian atau perampokan senilai Rp1.000.000. (Jaman et al., 2023)

Pada GrabBike menonjol dari sisi standar keamanan dan perlindungan penumpang yang paling komprehensif, didukung oleh regulasi internal yang ketat terhadap mitra pengemudi. Meskipun demikian, GrabBike memiliki kelemahan

dalam hal jumlah mitra pengemudi aktif yang secara keseluruhan masih kalah dibandingkan Gojek di Indonesia, sehingga waktu tunggu di beberapa wilayah dapat lebih lama. Beberapa pengguna juga melaporkan bahwa aplikasi Grab kadang terasa lebih lambat dan berat dibandingkan aplikasi Gojek. (Saragih et al., 2024)

Menurut (Adam Maulana, 2025) Maxim Bike menawarkan kelengkapan yang lebih terbatas dibandingkan GoRide dan GrabBike. Walaupun begitu, keunggulan utama Maxim Bike terletak pada tarif yang lebih murah, untuk perjalanan jarak pendek hingga menengah tanpa penggunaan promo, Maxim secara konsisten menawarkan harga terendah.



Gambar 1.2 Grafik Survei Layanan Transportasi Online

Sumber: GoodStats (2023)

Menurut survey *GoodStats* 2023 layanan ojek online menjadi salah satu pilihan masyarakat Indonesia di peringkat pertama ada Gojek dengan 54,4%. Di peringkat kedua ada Grab sebesar 29,9%, di susul Maxim 12,3%, InDrive 2,4% dan sisanya 0,9% memilih layanan ojek online lain nya.

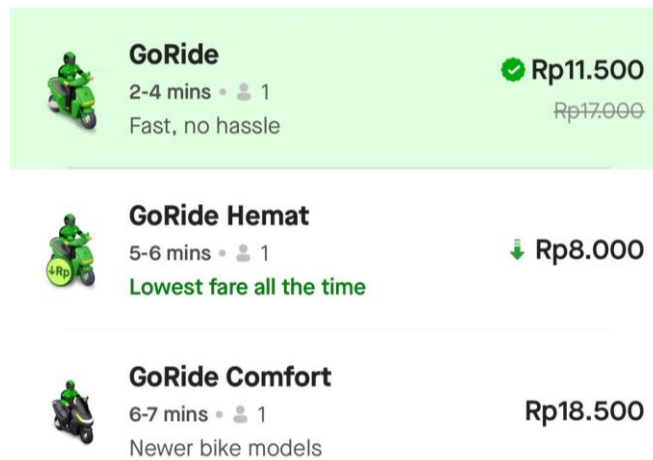


Gambar 1.3 Logo Gojek

Sumber: Gojek.com

Dalam lingkungan transportasi Indonesia, Gojek telah muncul sebagai fenomena yang luar biasa. Didirikan di Indonesia, Gojek merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sebuah penyedia jasa layanan berbasis online yang pemesanan nya dengan menggunakan sistem aplikasi.

Gojek berupaya mengurangi kemacetan di kota-kota besar, seperti Bandung, dan menurunkan angka pengangguran di Indonesia. Pelanggan atau penumpang hanya perlu memasukkan tujuan yang diinginkan dan lokasi penjemputan di aplikasi untuk prosedur yang mudah ini. Selain itu, pengguna dapat merencanakan pembayaran dengan lebih mudah karena aplikasi menampilkan tarif yang lebih rendah daripada ojek pangkalan (Kamim & Khandiq, 2021). Demi keselamatan dan keamanan penumpang, pengemudi akan menyediakan helm Gojek, sehingga penumpang tidak perlu membawa helm sendiri. (Christono, 2022)



Gambar 1.4 Tampilan Go-Ride pada aplikasi Gojek

Sumber: Gojek.com

Gojek menyediakan layanan seperti Go-Ride, layanan transportasi sepeda motor yang melayani masyarakat. Go-Ride langsung populer karena pemesanannya mudah dilakukan menggunakan aplikasi Gojek. Pengemudi Go-Ride direkrut setelah menjalani pelatihan, dan mereka dilengkapi dengan helm dan jaket. Untuk memastikan keterjangkauan dan transparansi, pengemudi juga memerlukan ponsel pintar untuk melihat pemesanan dan menghitung biaya berdasarkan jarak.

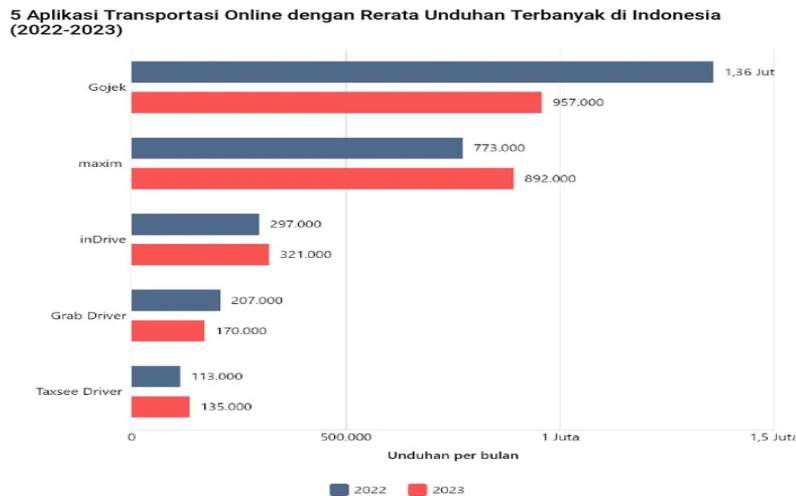
Gojek menghadirkan tiga varian layanan utama di bawah payung GoRide, yaitu GoRide Reguler, GoRide Hemat, dan GoRide Comfort. Ketiga varian ini dirancang untuk menjangkau segmen pengguna yang berbeda, mulai dari pengguna yang mengutamakan kecepatan dan ketersediaan armada, pengguna yang mengutamakan efisiensi biaya, hingga pengguna yang mengutamakan kenyamanan fisik selama perjalanan.

Menurut pernyataan berasal dari web Gojek langsung, GoRide Reguler merupakan layanan paling *basic* dari Gojek yang memungkinkan pengguna

menjadi penumpang sepeda motor dengan kapasitas maksimal satu orang. Layanan ini dapat digunakan untuk perjalanan hingga jarak 60 km di wilayah Jabodetabek dan hingga 50 km di wilayah non-Jabodetabek, termasuk Bandung.

GoRide Hemat adalah fitur layanan Gojek yang menawarkan tarif lebih murah dibandingkan GoRide Reguler, memberikan opsi transportasi harian yang lebih ekonomis bagi penumpang. Potongan harga yang diberikan adalah maksimal Rp4.000 di Jabodetabek dan Rp3.000 di luar Jabodetabek. Selain itu, layanan GoRide Hemat tidak dikenakan biaya jasa aplikasi yang biasanya berkisar antara Rp1.500 hingga Rp3.000, serta hanya sebagian voucher GoRide Reguler yang dapat digunakan pada layanan ini. (Naya et al., 2024)

Sedangkan GoRide *Comfort* merupakan varian layanan tertinggi dalam hirarki layanan ojek motor Gojek, yang diposisikan sebagai solusi transportasi roda dua premium bagi pengguna yang mengutamakan kenyamanan fisik selama perjalanan. GoRide *Comfort* menargetkan segmen pengguna yang berbeda dari GoRide Reguler maupun GoRide Hemat, yakni mereka yang bersedia membayar tarif lebih tinggi demi mendapatkan pengalaman berkendara yang lebih nyaman, maupun pengguna dengan kebutuhan khusus terhadap kapasitas kursi yang lebih lega. (Chandra et al., 2024)



Gambar 1.5 Data Unduhan Aplikasi Transportasi
Online di Indonesia Tahun 2022 – 2023

Sumber : The State of Mobile 2024 Report

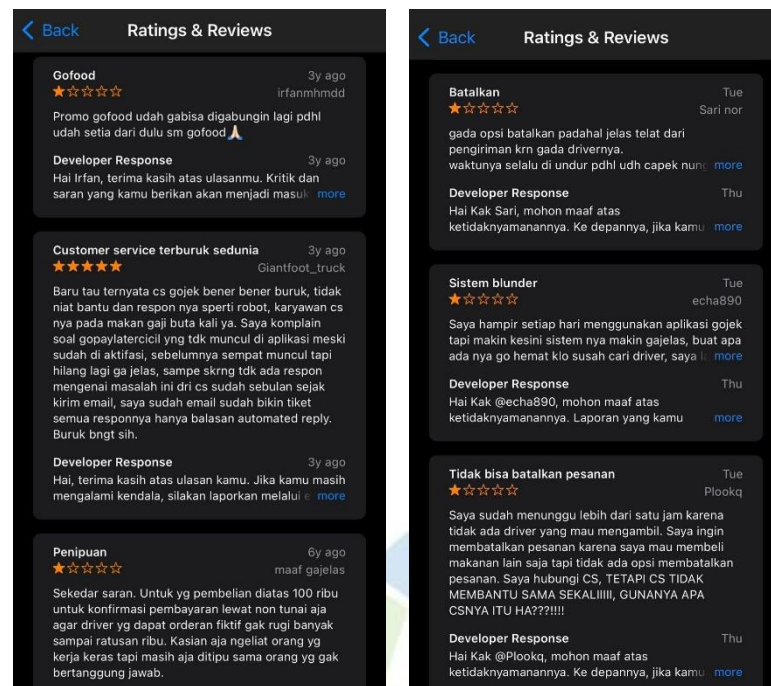
Gojek terus mempertahankan posisi teratas dalam hal jumlah unduhan aplikasi digital yang dirancang khusus untuk pemesanan transportasi, menurut statistik dari Laporan *The State of Mobile 2024*. Namun, dominasi Gojek tidak selalu berarti peningkatan jumlah unduhan. Bahkan, tahun 2023 mengalami penurunan unduhan keseluruhan sebesar 29% menjadi 957.000 dari sebelumnya yang sebesar 1,35 juta unduhan per bulan dibandingkan tahun 2022.

Salah satu penyebab nya karena mereka berusaha memberikan layanan terbaik untuk menarik perhatian & kepuasan pelanggan (Artika & Putra, 2024). Hal ini juga didukung dengan adanya promosi. Namun promosi yang diberikan Gojek masih belum maksimal dalam menarik minat para pelanggan, sebab promosi yang selama ini diberikan seperti diskon/cashback dan juga *voucher* memiliki syarat & ketentuan untuk agar dapat menggunakannya, misalnya harus

memiliki dompet digital gopay, menjadi pelanggan baru serta penggunaan transaksi minimal (Putro et al., 2024).

Menurut survei Ningsih et al. (2024), 41% pengguna Gojek di kalangan mahasiswa menyatakan ketidakpuasan terhadap kecepatan layanan, sementara 33% menilai respons aplikasi dan fitur bantuan masih belum memadai. Hal inilah yang kemudian menjadi dasar pelanggan Gojek membandingkan promosi yang diberikan oleh perusahaan sejenis.

Sebagian ulasan pelanggan menyatakan ketidakpuasan terhadap kualitas *customer service* Gojek. Baik itu terkait pengembalian dana, kegagalan promo, masalah saldo Gopay, atau pembatalan pemesanan. Pelanggan mengeluh bahwa respon layanan sering tertunda, tidak membantu, dan otomatis karena menggunakan sistem *chatbot* yang hanya mampu memberikan jawaban templat yang gagal menjawab persoalan pengguna (Truspilot, 2023)



Gambar 1.6 Review Konsumen Gojek

Sumber : Aplikasi Gojek (App Store)

Keluhan yang sering dirasakan pelanggan juga adalah keterlambatan driver saat melakukan penjemputan, terutama pada jam sibuk pagi dan sore hari akibat padatnya lalu lintas. Kondisi tersebut membuat waktu tunggu pelanggan menjadi lebih lama dibandingkan estimasi pada aplikasi (Amalia et al., 2025). Selain itu, pelanggan juga masih mengeluhkan adanya ketidaksesuaian kendaraan dan identitas driver dengan informasi yang tertera pada aplikasi. Beberapa pengguna merasa kurang aman ketika atribut driver tidak lengkap atau kendaraan yang datang berbeda dengan data pada aplikasi. Gangguan sistem aplikasi seperti *error*, *double order*, dan lambatnya respon aplikasi pada jam sibuk juga menjadi kendala yang sering dikeluhkan pengguna GoRide (Apriyanti & Yenny Lego, 2026).

Ulasan dari pelanggan menunjukkan bahwa peringkat memainkan peran penting dalam menentukan seberapa puas pengguna Gojek dengan layanan

tersebut. Kebahagiaan pelanggan meningkat seiring dengan kualitas layanan, dan ini berdampak pada kecenderungan pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut. Pelanggan lebih cenderung setia jika mereka senang dengan nilai yang ditawarkan oleh suatu produk atau layanan. Setiap bisnis ingin memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif selain menjadi hal penting untuk kelangsungan bisnis dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Proses melayani pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan. Pelanggan akan senang menerima layanan yang prima dan cenderung membeli kembali produk atau layanan tersebut jika produsen memberikannya dengan pengetahuan dan sikap positif (Alimansyah et.al ., 2022). Karena kualitas layanan terkait erat dengan keputusan pembelian konsumen, bisnis harus menawarkan layanan berkualitas tinggi dengan tujuan untuk memudahkan kehidupan pelanggan. (Saputra & 2 Ardani, 2020). Pelayanan yang baik dan memuaskan akan mendorong konsumen melakukan pembelian ulang dan menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (Yuliyanti & Ariyanto, 2024).

Selain itu, loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa layanan sesuai dengan harapan mereka dan bahwa harga serta kualitas layanan tersebut wajar, mereka merasa puas (Apriliani et.al, 2021). Tingkat sejauh mana suatu produk atau layanan memenuhi atau tidak harapan konsumen dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Sementara pelanggan yang tidak puas cenderung tidak akan membeli produk tersebut lagi, pelanggan yang puas cenderung akan melakukannya lagi. Sejumlah faktor, termasuk kualitas

layanan, dapat memengaruhi kebahagiaan pelanggan. Bagi perusahaan jasa penting untuk memberikan dan memfokuskan pada layanan yang diberikan kepada pelanggannya. Perusahaan harus menyadari betapa pentingnya memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi konsumen agar dapat mencapai tingkat kepuasan layanan yang diharapkan (Wijayanto & Rozi, 2022).

Setiap bisnis ingin meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan layanan terbaik dan memastikan kepuasan mereka. Kebahagiaan pelanggan dan layanan sangat berkaitan erat. Ketika barang dan jasa suatu perusahaan memenuhi harapan pelanggan, kepuasan pelanggan akan tercapai. Bagaimanapun kualitas layanan sangat bergantung pada siapa dan bagaimana layanan itu diberikan. Setiap perusahaan berupaya memberikan peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaannya, dengan tujuan memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya agar mereka puas terhadap jasa yang perusahaan berikan.

Secara keseluruhan, data hasil pra survei yang telah dilakukan memberikan gambaran awal bahwa tingkat kepuasan dan loyalitas responden terhadap layanan Go-Ride Gojek masih tergolong rendah. Dari enam indikator yang diukur, hanya satu indikator yakni pengaruh pengalaman positif terhadap niat penggunaan ulang yang menunjukkan respons positif dari mayoritas responden (60%). Lima indikator lainnya justru didominasi oleh respons negatif, dengan persentase ketidaksetujuan berkisar antara 60% hingga 80%. Pola ini menandakan perlunya kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang secara spesifik membentuk kepuasan dan loyalitas pengguna Go-Ride, sehingga Gojek dapat mengembangkan strategi peningkatan layanan yang lebih tepat sasaran. Hasil persentase tersebut dianggap sebagai

masalah yang terdapat dalam penelitian awal, karena dapat dibedakan antara penilaian responden yang menyatakan puas lebih kecil dibandingkan dengan penilaian responden yang menyatakan tidak puas.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti ingin mengkaji penelitian dengan berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Ride Pada Aplikasi Gojek di Kota Bandung”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya aplikasi online sejenis yang mulai meramaikan industri transportasi online, sehingga pelanggan masih mencari atau memilih transportasi online mana yang memberikan pelayanan terbaik.
2. Kurangnya promo yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan beralih pada transportasi online lain yang memberikan promo lebih
3. Pelanggan banyak mengeluhkan tentang pelayanan *Customer Service* karena tidak membantu menyelesaikan masalah

C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari fokus utama.

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel independen terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen, tanpa melibatkan variabel lain diluar itu.
2. Fokus penelitian ini terbatas pada pengguna aplikasi Gojek di Kota Bandung.
3. Responden penelitian dibatasi dengan rentang usia 15-27 tahun yang pernah menggunakan jasa pelayanan Go-Ride dari aplikasi Gojek.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari hasil latar belakang yang lebih teruraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Go-Ride pada aplikasi Gojek di Kota Bandung.
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Go-Ride pada aplikasi Gojek di Kota Bandung.

3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Go-Ride pada aplikasi Gojek di Kota Bandung.

E. Tujuan Penelitian

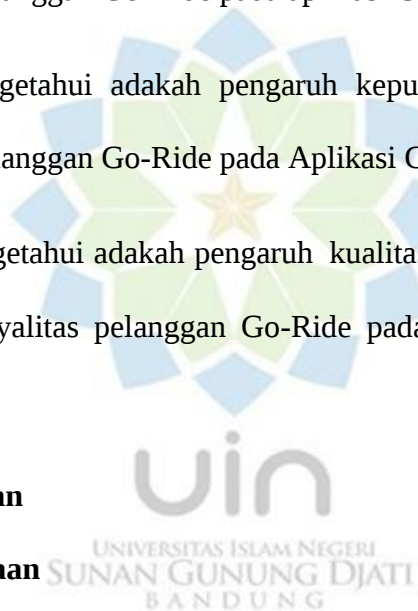
Adapun maksud dan tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Go-Ride pada aplikasi Gojek di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Go-Ride pada Aplikasi Gojek di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan Go-Ride pada aplikasi Gojek di Kota Bandung

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

- a. Hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi perusahaan Gojek untuk mengetahui aspek pelayanan mana yang masih perlu di perbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- b. Penelitian dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi layanan, program promo, maupun kebijakan operasional yang lebih efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan



- c. Dengan memahami faktor yang mempengaruhi loyalitas, Gojek mampu mengembangkan diferensiasi layanan yang lebih baik dibandingkan pesaing lainnya

G. Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan bagi penelitian selanjutnya terkait kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dalam konteks industri transportasi online di Kota Bandung
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah terkait hubungan kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan di industri transportasi digital
- c. Hasil penelitian dapat digunakan dalam kegiatan perkuliahan sebagai contoh penerapan teori kualitas layanan dan perilaku konsumen pada kasus nyata

2. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam kasus nyata
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan

- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bekal untuk penelitian lanjutan yang membahas tentang transportasi online.

H. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian disusun untuk memberikan gambaran mengenai urutan kegiatan yang akan dilaksanakan secara sistematis, mulai dari tahap persiapan hingga tahap akhir. Adapun jadwal penelitian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian

Tahapan Penelitian	2025		2026							
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags
Penulisan Akhir Naskah							X	X	X	X
Pendaftaran Munaqosah										X
Seminar Munaqosah										X
Revisi Skripsi										X

I. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah yang melandasi penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta gambaran umum mengenai sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan berbagai konsep kajian teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis. Tinjauan pustaka berfungsi sebagai dasar pijakan dalam menganalisis permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan implementasi dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti memaparkan dari hasil-hasil tahapan penelitian, mulai dari analisis, dan pembahasan dari hasil yang telah diteliti.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.

