

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Jenis usaha, Nama usaha dan Lokasi perusahaan

PT. Wahana Prestasi Logistik merupakan perusahaan yang difokuskan pada penelitian ini, yang lebih dikenal dengan Wahana *Express* yang memiliki alamat kantor pusat pada JL. Rempoa Raya 88, Rempoa Ciputat. PT. Wahana Prestasi Logistik merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan jasa di Indonesia. Didirikan tahun 1998, PT Wahana Prestasi Logistik (Wahana *express*) melayani pelanggan dengan mengedepankan layanan logistik dalam pengiriman paket serta dokumen yang sudah dilengkapi dengan *tracking system*. Tidak hanya itu, PT. Wahana Prestasi Logistik (Wahana *express*) juga menyediakan penyewaan gudang untuk layanan *tracking*, *floor*, dan *special handling* di wilayah Cikarang dan Surabaya serta layanan penyewaan armada untuk van, CDE Box, dan CDD Box untuk wilayah Jabodetabek.

Wahana *express* meningkatkan jasa yang ditawarkan yaitu berupa pengiriman. Wahana *express* tidak hanya melayani pengiriman paket/barang besar tetapi juga melayani pengiriman dokumen dengan tujuan kota-kota besar maupun kecil di seluruh penjuru Indonesia. Saat ini pelayanan pengirimannya dikembangkan dengan melayani pengiriman ekspor lewat udara dan membuka kantor cabang di Singapura. Wahana *express* dalam memberikan kinerja yang hemat, cepat, dan bersahabat terus melakukan berbagai inovasi. Wahana *express* menawarkan jangkauan yang luas dari dalam maupun luar negeri (Singapura) dengan harga yang kompetitif dan *tracking system* yang dapat diandalkan.

Sampai saat ini Wahana *express* telah memiliki 53 kantor cabang dan lebih dari 3.500 mitra agen yang tersebar dari seluruh penjuru Indonesia dari Sabang hingga Merauke. Wahana *express* juga memiliki layanan *Corporate Online*. *Corporate online* merupakan suatu layanan jasa pengiriman menggunakan sistem online yang sudah otomatis dan terintegrasi. Para pengguna *Corporate Online* akan mendapatkan kemudahan satu dashboard Wahana *express* yang dapat digunakan untuk login pelanggan, memasukkan resi secara *online*, *reporting*, *invoice*, serta lain sebagainya.

Kelebihan dari layanan *corporate* yang dimiliki Wahana *express* adalah pengguna akan mendapatkan jadwal *pick up* rutin dari kurir Wahana sehingga dapat mempermudah distribusi barang dari penjual ke konsumen. Tidak hanya itu Wahana

express juga memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran melalui sistem kredit, tagihan atau top up deposit serta Wahana express juga memberikan semua fasilitas tanpa dipungut biaya admin.

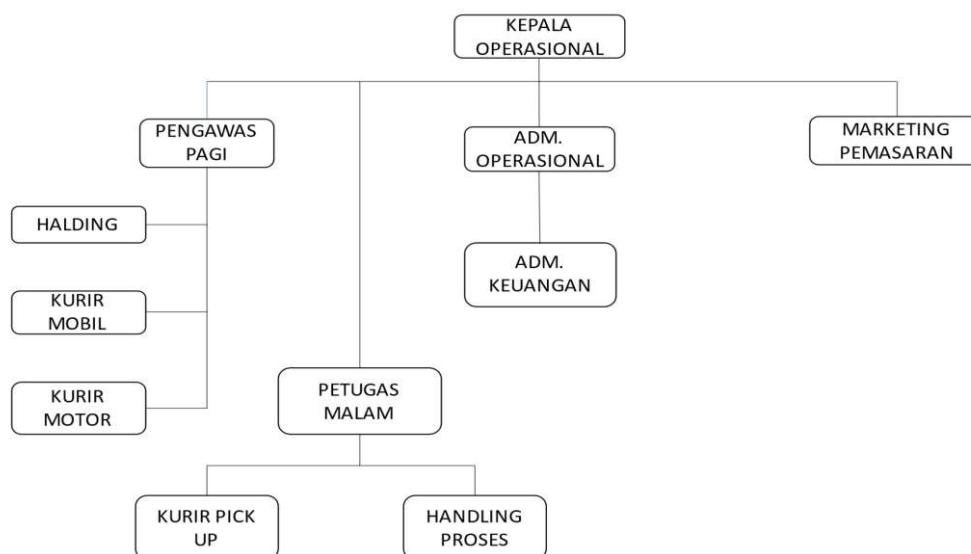
1.1.2 Visi dan Misi PT. Wahana Prestasi Logistik

Perusahaan harus mempunyai tujuan, lalu tujuan tersebut disalurkan ke dalam visi dan misi. Berikut merupakan visi dan misi PT. Wahana Prestasi Logistik:

- Menjadi perusahaan terbaik di industri jasa pengiriman di seluruh Indonesia.
- Meningkatkan produktivitas dan komitmen karyawan terhadap proses perbaikan kualitas yang mengacu kepada efisiensi biaya.
- Memberikan layanan terbaik kepada pelanggan analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi). Analisis tersebut merupakan analisis yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam bidang Politik, Ekonomi, sosial dan Teknologi

1.1.3 Struktur Organisasi

Sebuah perusahaan wajib memiliki suatu struktur organisasi dengan tujuan agar para karyawan dapat mengetahui kepemimpinan yang ada di dalam perusahaan tersebut, berikut ini adalah struktur organisasi dari perusahaan PT. Wahana Prestasi Logistik:



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi PT. Wahana Prestasi Logistik

Sumber : Data Perusahaan

1.1.4 Logo Perusahaan

Berikut gambar logo dari PT. wahana Prestasi Logistik



Gambar 1. 2 Logo Wahana Express

sumber: <https://www.wahana.com/>

1.1.5 Kontak dan Media Sosial Perusahaan

Website : www.wahana.com

Email : info@wahana.com

Media Sosial : <https://www.instagram.com/WahanaExpressOfficial>
<https://www.facebook.com/WahanaExpressOfficial>

1.1.6 Produk dan Layanan Perusahaan

Wahana Express memiliki produk dan layanan sebagai berikut:

a. Produk Wahana Express

Wahana Express menawarkan jasa pengiriman untuk memudahkan mobilitas masyarakat maupun pelaku usaha untuk mengirimkan barang. Jenis pengiriman yang ditawarkan Wahana Express adalah:

1. Domestik Express

Domestik Express merupakan layanan yang ditawarkan Wahana Express untuk pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia.

2. Prioritas

Prioritas merupakan layanan pengiriman yang ditawarkan oleh Wahana Express dengan pelayanan yang cepat dan harga yang terjangkau.

b. Layanan Wahana Express

Layanan yang diberikan Wahana Express sebagai berikut:

1. Fitur *tracking* paket

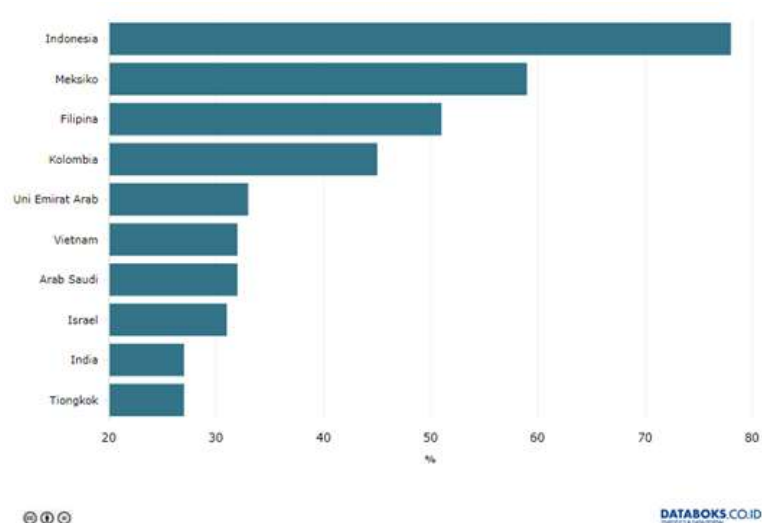
2. *Free pickup*

3. Laporan Pengiriman Online

1.2 Latar Belakang Penelitian

Bisnis *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Dapat dilihat dalam beberapa tahun terakhir bahwa bisnis *e-commerce* ini merupakan sebuah *trend* dan menjadikan hal tersebut peluang dalam berbisnis di masyarakat. Perkembangan *e-commerce* yang begitu pesat dan cepat menimbulkan peluang bagi perusahaan yang bergerak pada bisnis *e-commerce* dan juga perusahaan penyedia jasa logistik sehingga dapat melakukan kerja sama antar perusahaan penyedia jasa logistik dan perusahaan yang bergerak pada bisnis *e-commerce* (Yasmin GA, 2019).

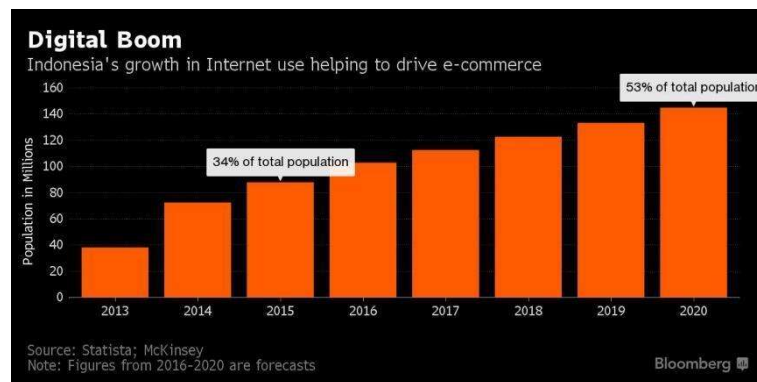
Berdasarkan lembaga riset yang berasal dari Inggris yaitu *merchant machine*, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Indonesia berada di peringkat teratas dari negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Rata-rata uang yang dibelanjakan masyarakat Indonesia di situs belanja daring mencapai US\$ 228 per orang atau sekitar Rp 3,19 juta per orang. Sekitar 17,7% responden membelanjakan uangnya untuk membeli tiket pesawat dan memesan hotel secara daring. Sebanyak 11,9% responden membelanjakan uangnya untuk produk pakaian dan alas kaki. Adapun kategori terpopuler ketiga adalah produk kesehatan dan kecantikan yang dipilih oleh 10% responden (katadata.co.id, 2019). Berikut merupakan gambar daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia.



Gambar 1. 3 Daftar Negara Pertumbuhan E-commerce Tercepat di Dunia

sumber : Katadata.co.id

Bisnis pada sektor logistik dan jasa pengiriman meroket saat masa pandemi Covid-19. Hal tersebut dikarenakan meningkatnya aktivitas digital masyarakat pada saat masa pandemi Covid-19 termasuk di dalam aktivitas digital tersebut adalah belanja *online* atau daring. Aktivitas tersebut yang membuat melonjaknya bisnis pada sektor logistik dan jasa pengiriman. Ketua DPP asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia (ALFI) Yuki Nugrahawan Hanafi mengatakan bahwa kegiatan logistik yang masih dapat bertahan bahkan mengalami pertumbuhan positif dan signifikan adalah layanan logistik *e-commerce* dan layanan pengiriman barang (*courier service*).



Gambar 1. 4 Pertumbuhan E-commerce di Indonesia

Sumber : (Lampost.co)

Dapat dilihat dari gambar 1.4 diatas menunjukkan bahwa perkembangan dalam *e-commerce* di indonesia mengalami kenaikan yang pesat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan tersebut bukan hanya karena tren belanja meningkat, namun juga munculnya *e-commerce* baru selama periode *covid-19* (Situmorang, 2020). Dengan pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat di Indonesia, maka jasa kurir semakin diperlukan dalam pendistribusian barang yang dibeli pada *e-commerce*. Secara geografis Indonesia merupakan negara kepulauan yang sangat luas memaksa jasa kurir untuk memperluas jaringan usaha pada tiap daerah, termasuk wilayah yang terpencil.

Peluang tersebut terus dimanfaatkan oleh wahana express dengan mulai mengekspansi pasar dengan layanan kurir di sektor retail, hingga saat ini Wahana express mempunyai 53 kantor cabang dan lebih dari 3.500 mitra agen yang tersebar dari sabang hingga merauke dengan sistem online yang sudah terintegrasi serta otomatis yang efektif dan efisien bagi konsumen agar memudahkan mengetahui status pengiriman paket atau dokumen (www.wahana.com). Sales koordinator Wahana Express, Kuku Subekti mengatakan, omzet Wahana Express dikategorikan stabil walaupun ada kemerosotan hanya sebesar

10% saja. Ia mengakui pengiriman barang antar pulau pun semakin banyak, diantaranya yang melonjak adalah pengiriman obat-obatan, alat pelindung diri dan masker pun meningkat saat pandemi Covid-19.

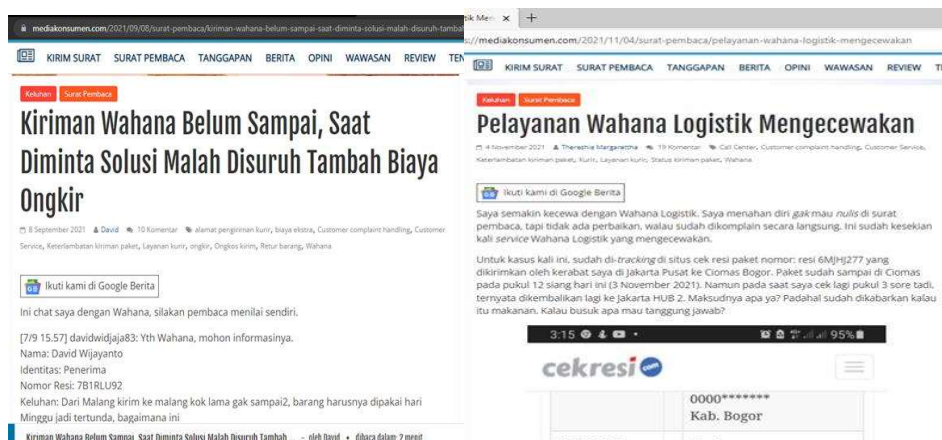


Gambar 1. 5 Jasa Pengiriman Favorit

sumber : (digation.id)

Dapat dilihat dari gambar 1.5 diatas menjelaskan bahwa jasa pengiriman terfavorit di indonesia yang mendapatkan peringkat teratas adalah JNE dengan mendapatkan 37,7%. Posisi kedua ialah J&T Express dengan persentase 32,1%. Kemudian Go-Send 13,2%, Selanjutnya adalah Pos Indonesia yang mendapatkan 6,6% dan di posisi terakhir ada pada jasa pengiriman Wahana Express sebesar 5,7%. Jika dilihat dari diagram tersebut Wahana Express memiliki peringkat terbawah jika dibandingkan dengan jasa pengiriman yang lainnya, hal ini dikuatkan dengan beberapa artikel yang ditemukan mengenai beberapa alasan mengapa orang tidak memilih Wahana Express sebagai berikut

Gambar 1. 6 Capture artikel



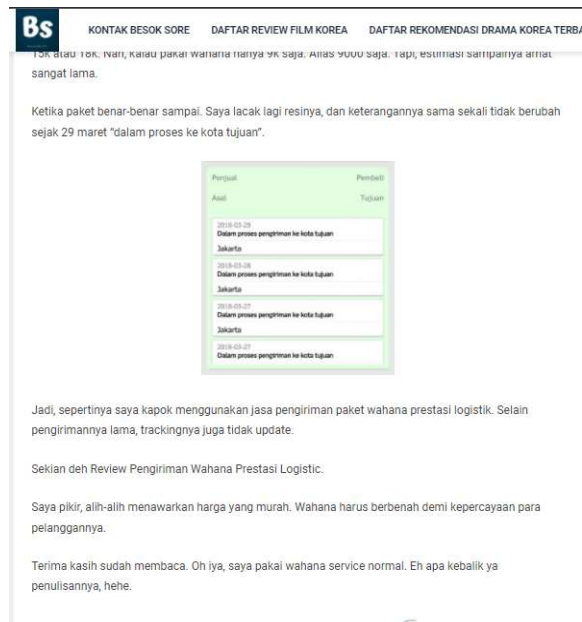
Sumber : (mediakonsumen.com)



Sumber : (detik.com)



Sumber (Kaskus.co.id)



Sumber: (BesokSore.com)

Dari beberapa artikel diatas yang telah ditemukan oleh peneliti, sebagian besar menyatakan bahwa terdapat beberapa konsumen yang merasa tidak puas oleh pelayanan yang diberikan Wahana Express seperti pada 2 artikel dari Detik News berikut dikemukakan bahwa sebagai pedagang *e-commerce* yang mengirimkan barang kepada *customer* melalui jasa pengiriman Wahana Express dengan estimasi waktu 5 hari. Namun sampai batas waktu tersebut, paket tidak kunjung sampai tujuan. Pengirim sudah mengisi form komplain pada website wahana, tetapi tidak ada jawaban. konsumen juga sudah melakukan komplain melalui *email customer service* yang ternyata alamat email tersebut statusnya *suspend* (detiknews.com).

Selanjutnya artikel lainnya juga menjelaskan ketidakpuasan konsumen pada layanan Wahana Express karena paketnya tidak kunjung datang lebih dari seminggu, padahal estimasi yang dijanjikan kurang dari seminggu (besoksore.com). Kemudian ditemukan juga komentar lain terkait dengan ketidakpuasan konsumen pada layanan Wahana Express yang ditemukan di blog dan kaskus. Para konsumen merasa jasa pengiriman Wahana Express sangatlah lambat. Pengguna jasa mengaku sangat susah untuk menerima *update* tentang barang pesanannya yang dikirim melalui jasa pengiriman Wahana Express. Pengguna jasa Wahana Express lainnya juga menyatakan bahwa pelacakan yang disediakan oleh Jasa pengiriman Wahana Express sangat payah dikarenakan pelacakan nomor resi hanya menerima 3 status pelacakan di web-nya seperti: Barang diterima dan

diperiksa, Barang diproses kirim dan barang diterima penerima tanpa ada update status lokasi terkini paket tersebut berada.

Dari beberapa artikel serta blog yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dirasakan oleh konsumen yaitu pada pengiriman dan informasi mengenai paket yang dikirimkan. Permasalahan ini dirasakan oleh banyak konsumen yang membuat konsumen merasa tidak puas dengan jasa pengiriman yang dilakukan oleh Wahana Express. Selain itu peneliti juga menyebarkan pra kuesioner kepada 50 orang mengenai bagaimana perasaan konsumen kepada pelayanan yang telah diberikan oleh Wahana Express. Hasil yang didapat dari pra kuesioner dapat dilihat di Tabel 1.1

Tabel 1. 1 Hasil Pra Kuesioner

Nomor	Uraian	Ya	Tidak
1.	Jasa pengiriman Wahana Express memberikan informasi yang <i>update</i> kepada pelanggan.	(46,7%)	(53,3%)
2.	Saya puas dengan sikap yang diberikan oleh pegawai Wahana Express (hormat, kesopanan, jujur).	(86,7%)	(13,3%)
3.	Wahana Express sesuai dengan apa yang saya harapkan.	(46,7%)	(53,3%)
4.	Wahana Express dapat mengatasi kendala pengiriman.	(36,7%)	(63,3%)
5.	Saya akan memikirkan kembali menggunakan jasa pengiriman Wahana Express.	(56,7%)	(43,3%)
6.	Wahana Express cepat tanggap dalam melayani konsumen.	(46,7%)	(53,3%)
7.	Barang yang dikirimkan oleh Wahana Express cepat sampai dan aman.	(40%)	(60%)
8.	Wahana Express memberikan layanan <i>tracking</i> yang akurat.	(46,7%)	(53,3%)
9.	Pegawai Wahana Express responsif	(46,7%)	(53,3%)
10.	Wahana Express memberikan jam operasional sesuai dengan yang saya butuhkan.	(66,7%)	(33,3%)

Sumber : Data Olahan Peneliti

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata 53% dapat diketahui bahwa informasi yang diberikan Wahana Express kepada konsumen tidak membuat mereka puas. Masih banyak yang mengeluhkan informasi yang diberikan Wahana Express masih kurang baik. Sebanyak 56,7% konsumen Wahana menyatakan bahwa mereka akan memikirkan kembali untuk menggunakan Wahana Express, sementara 63% konsumen merasa Wahana Express tidak dapat mengatasi kendala pengiriman. Sebesar 53% konsumen Wahana

Express mereka tidak setuju dengan pelayanan Wahana Express yang cepat tanggap, sebesar 60% konsumen menyatakan bahwa barang yang dikirimkan oleh jasa pengiriman Wahana Express tidak cepat sampai dan tidak aman. Selanjutnya rata-rata konsumen sebesar 53% merasa bahwa Wahana Express memiliki layanan *tracking* barang yang kurang akurat dan pegawai yang kurang responsif dalam membantu konsumen.

Dari hasil pra kuesioner diatas, dapat dijelaskan bahwa konsumen merasakan ketidakpuasan mengenai kurangnya informasi yang diberikan, serta konsumen juga merasakan bahwa bantuan kepada pelanggan yang diberikan oleh pegawai Wahana Express belum maksimal. Kepuasan konsumen atau pelanggan menurut Kotler dan Keller dalam Priansah (2017:196) adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika melebihi harapan, sebaliknya konsumen akan puas. Menurut (Kotler dan Keller dalam Alma (2018:140). Kepuasan pelanggan memiliki 3 dimensi yaitu Niat beli ulang, Konfirmasi harapan, Merekomendasikan produk atau jasa. Penyebab timbulnya rasa kekecewaan atau ketidakpuasan menurut Alma (2017) terdiri dari enam alasan, diantaranya:

1. Promosi atau iklan tidak sesuai dengan kenyataan
2. Perilaku personil kurang memuaskan
3. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu yang terbuang dan harga tidak sesuai
4. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
5. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang
6. Harapan tidak sesuai dengan kenyataan

Dari beberapa pemaparan artikel, blog, serta hasil dari pra kuesioner, terlihat bahwa pengguna jasa Wahana Express masih merasa kurang puas mengenai layanan yang diberikan oleh Wahana Express, dikarenakan pengiriman yang lama, barang yang tidak terjaga dengan baik, kurangnya informasi terkait pengiriman yang dilakukan, dan lainnya. Hal tersebut terjadi karena adanya perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Sikap positif yang ditimbulkan pada konsumen berasal dari kualitas pelayanan yang harus diberikan sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2017) merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan

konsumen.. Menurut Priansah (2017) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan yaitu empati (*empathy*), jaminan (*assurance*), berwujud (*tangibles*), daya tanggap (*responsiveness*), dan keandalan (*reliability*). Kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan yang diperoleh perhatian besar dari perusahaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Astianti (2018) menjelaskan bahwa kualitas layanan pada Wahana Prestasi Logistik di Yogyakarta belum memuaskan pelanggan.

Poluan dkk (2017) menjelaskan bahwa masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Penelitian sebelumnya mengenai hubungan kualitas dan kepuasan pelanggan menjelaskan bahwa nilai hubungan variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang cukup kuat, sifat hubungannya positif yang artinya jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat pula dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh Riyanto A (2018) kepada PDAM Cabang Cibadak Kabupaten Sukabumi dan pada penelitian yang dilakukan oleh Marnovita (2020) pada PT. PLN (persero).

Kurangnya Wahana Express dalam melakukan pelayanan dengan baik kepada konsumen karena pegawai kurang memiliki respon yang baik kepada pelanggan, para pelanggan mengeluhkan respon dari pegawai yang tidak akurat dan sulit untuk dihubungi. Kegagalan Wahana Express dalam memenuhi harapan konsumen dapat menimbulkan citra buruk bagi Wahana Express. Hal tersebut berhubungan dengan dimensi *Responsiveness*, yang mana berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka. Sebagai salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang Jasa pengiriman, Wahana Express yang memfokuskan pada kualitas pelayanan serta produknya, sudah sewajarnya Wahana Express harus memberikan pelayanan serta fasilitas-fasilitas yang memadai.

Belum adanya penelitian terbaru mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan khususnya pada pelanggan Wahana Express maka berdasarkan

pemaparan, permasalahan-permasalahan yang terjadi pada Wahana Express layak untuk dijadikan penelitian. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Wahana Express”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PT. Wahana prestasi Logistik?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan PT. Wahana prestasi Logistik?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Wahana Prestasi Logistik?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PT. Wahana Prestasi Logistik
2. Mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan PT. Wahana Prestasi Logistik
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Wahana Prestasi Logistik

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pertimbangan bagi pihak lain yang ingin mempelajari masalah-masalah yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Wahana Prestasi Logistik (Wahana Express).

b. Manfaat Bagi Perusahaan

Merupakan masukan agar dapat dijadikan sebagai bahan masukan mengenai kualitas pelayanan setiap pegawai dan menjadi evaluasi untuk dapat mempertimbangkan dalam menentukan kebijakan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wahana Express.

c. **Manfaat Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta pengetahuan, yang mana akan menjadi referensi bagi masyarakat luas. Penelitian ini merupakan persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana untuk peneliti.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan selama 8 bulan mulai bulan juni 2021 – februari 2022

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Wahana Prestasi Logistik”. Dalam penelitian ini terdapat dari lima bab yang bertujuan untuk mempermudah pemahaman materi yang dibahas pada penelitian ini, adapun sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

a. **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum uraian tentang Gambaran Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Waktu dan Periode Penelitian serta Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan mengenai pendekatan metode langkah-langkah teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini dan menganalisis data bertujuan untuk menjawab permasalahan dari penelitian ini.

d. **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas hasil penelitian dan pembahasan secara sistematis mengenai deskripsi pada objek penelitian yang diperoleh dari analisis data serta pembahasan hasil pengolahan data.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis, dan saran mengenai objek penelitian serta saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain.