

# BAB I

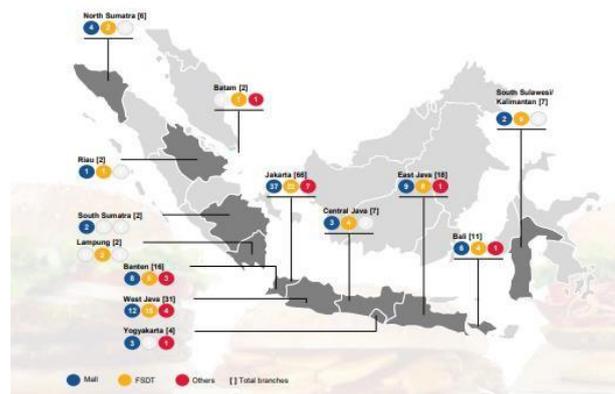
## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan Burger King

Burger King merupakan salah satu restoran cepat saji di Indonesia. Bukan hanya di Indonesia, Burger King termasuk restoran cepat saji yang tersebar di seluruh dunia. Burger King didirikan pada tahun 1954, burger king merupakan restoran cepat saji yang menjual hamburger terbesar kedua di dunia. Burger King didirikan oleh James McLamore dan David Edgerton, restoran ini berpusat di Miami-Dade County, Florida.

Burger King berdiri di Indonesia pertama kali pada tahun 1998, akan tetapi Burger King sempat tutup untuk beberapa saat. Burger King kembali beroperasi dan membuka gerai kembali di Indonesia pada tahun 2007. Hingga saat ini diketahui Burger King sudah membuka lebih dari 170 gerai di Indonesia. Gerai yang dibuka tidak hanya berada di Mall akan tetapi juga banyak gerai yang khusus menjual Burger King saja.



Gambar 1.1 Penyebaran Gerai Burger King di Indonesia Tahun 2020

Sumber: Bkdelivery.co.id, Diakses 9 Maret 2023, 15.18 WIB

Pada peta penyebaran gerai Burger King tersebut diketahui bahwa Burger King memiliki gerai yang tersebar di 13 provinsi di Indonesia. Untuk yang

berwarna biru menunjukkan gerai Burger King yang dibuka di dalam Mall, bagian berwarna oranye merupakan gerai Burger King yang dibuka di area FSDT dan untuk bagian berwarna putih adalah gerai yang dibuka di area lainnya di luar area Mall dan FSDT.

### 1.1.2 Visi dan Misi Burger King

Visi:

Burger King adalah *We take pride in serving our guest the best burger and a variety of other great tasting, healthy food, cooked over on open fire, that's what we're all about.*

Misi:

Burger King adalah *A grilled Burger, fried, soft drink, a good value, served, quickly, consistently by friendly people in clean surroundings.*

### 1.1.3 Burger King Indonesia Apps



Gambar 1.2 Logo Burger King Apps

Sumber : [Bkdelivery.co.id](http://Bkdelivery.co.id)

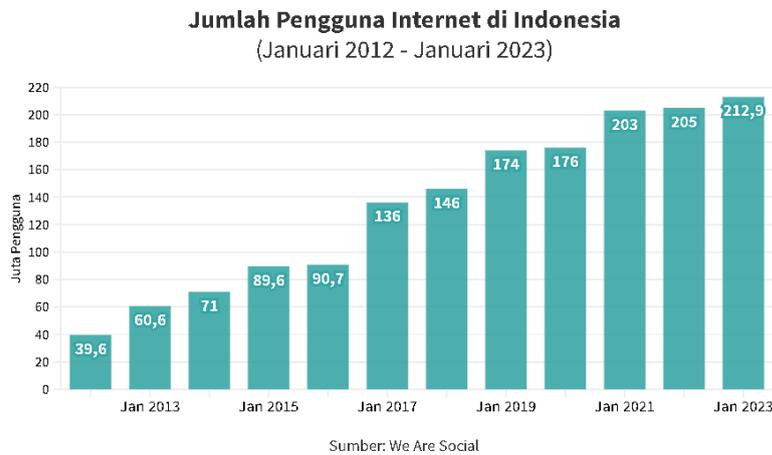
Burger King Indonesia pertama kali diluncurkan oleh PT. Sari Burger Indonesia. Seiring berjalannya waktu, aplikasi milik Burger King ini banyak diketahui oleh masyarakat penyuka makanan cepat saji dan masyarakat yang menyukai promo serta sering melakukan pemesanan untuk *online food delivery* Burger King. Aplikasi

ini sudah diunduh sebanyak 18 ribu kali di Apps Store dengan rating 4.9 dan 1 juta kali di Play Store dengan rating 4.5. Aplikasi Burger King Indonesia juga menduduki posisi kesebelas untuk kategori aplikasi *Food & Drink* di Indonesia.

Burger King Indonesia digunakan untuk membantu mempermudah konsumen Burger King dalam melakukan pemesanan produk milik mereka. Di dalam aplikasi ini konsumen Burger King dapat melakukan pemesanan untuk *Dine In*, layanan *online food delivery* dan juga untuk *Preorder pick*. Hanya di aplikasi Burger King Indonesia konsumen mendapatkan penawaran eksklusif yang tidak tersedia apabila melakukan pemesanan melalui gerai. Selain itu dalam aplikasi ini, konsumen dapat melakukan penyesuaian produk yang mereka pesan dengan apa yang konsumen inginkan. (Bkdelivery.co.id.)

## **1.2 Latar Belakang**

Berkembangnya teknologi pada zaman sekarang mempermudah banyak orang untuk melakukan berbagai hal dengan cepat (Sari *et al.*, 2018). Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, hal ini mendorong kebutuhan seseorang menjadi lebih berkembang. Seperti halnya pada kebutuhan smartphone. Seperti yang diketahui, pada tahun 2022 pengguna smartphone di Indonesia mencapai 370.1 Juta. Jumlah tersebut telah meningkat sebesar 5,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Tentu saja dengan meningkatnya jumlah pengguna smartphone di Indonesia maka jumlah pengguna internet di Indonesia juga akan terus meningkat. Tercatat pada tahun 2022, pengguna internet di Indonesia adalah sebanyak 204,7 juta.

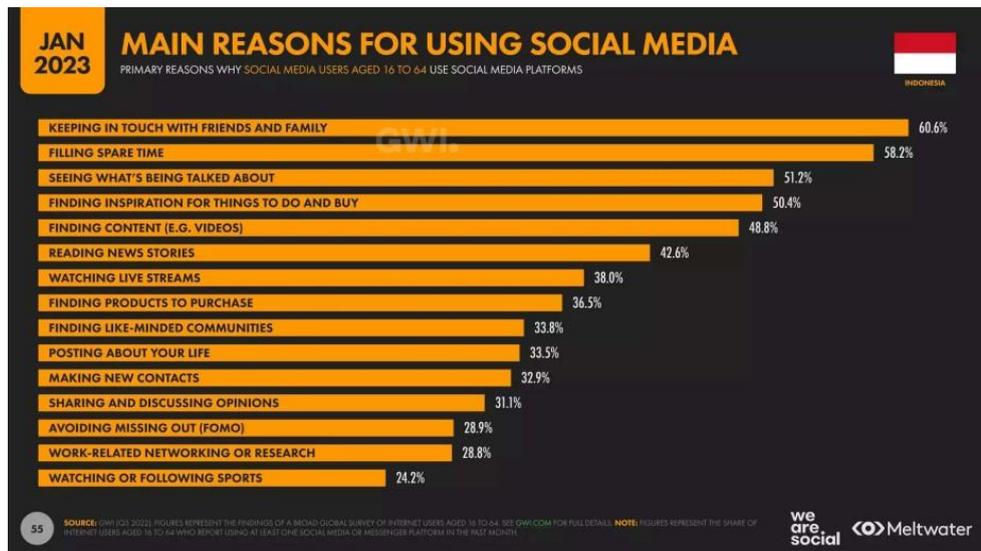


**Gambar 1.3** Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

*Sumber* : We Are Social, Diakses pada 9 Maret 2023, 15.55 WIB

Dapat dilihat dari grafik bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 tercatat sebanyak 212,9 Juta Pengguna. Jumlah pengguna internet di tahun ini lebih tinggi 3,85% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini berarti sebesar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet.

Masyarakat Indonesia mengakses internet setiap harinya digunakan untuk melakukan aktivitas mereka. Aktivitas yang dilakukan tidak jauh dari hal-hal berkomunikasi, bekerja atau hanya sekadar bersantai untuk menyegarkan diri mereka dari pekerjaan atau hal yang membuat penat.



**Gambar 1.4** Alasan utama penggunaan internet di Indonesia

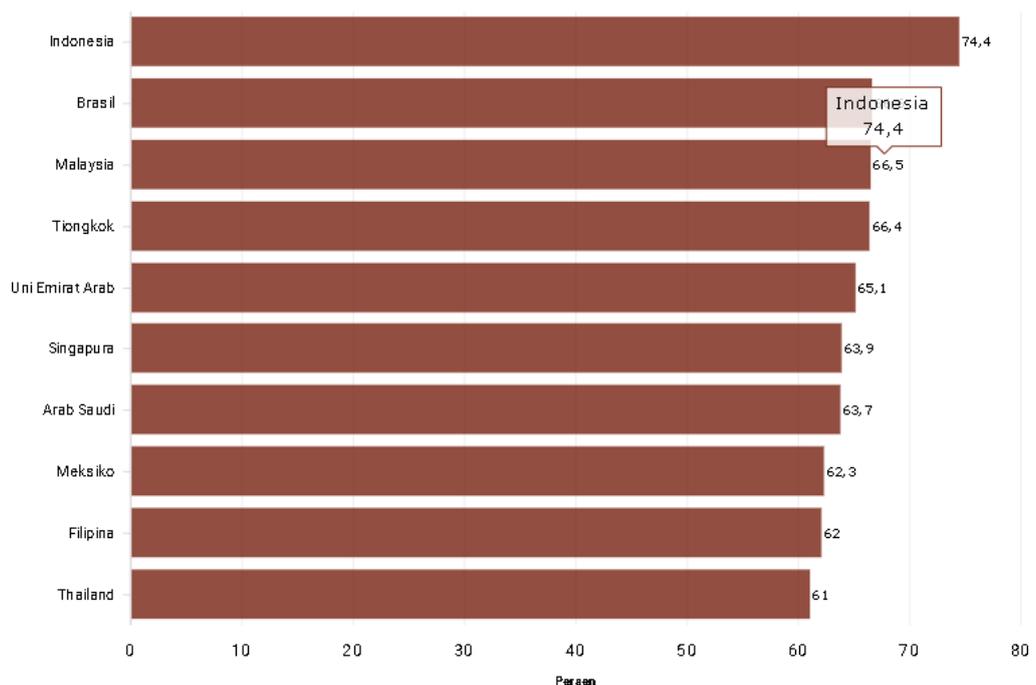
*Sumber* : Wearesocial, Diakses pada 9 Maret 2023, 15.55 WIB

Berdasarkan data diatas yang diambil dari *website* Wearesocial, masyarakat Indonesia dengan menggunakan smartphone dan internet di Indonesia, mereka melakukan aktivitas mereka secara virtual. Seperti berkomunikasi dengan mengakses pesan instan dan media social, bersantai, mengakses media sosial, mencari informasi dan berita, membaca cerita, mencari informasi. Termasuk juga dengan melakukan pencarian barang yang akan mereka beli dan transaksi jual beli secara online. Menurut Indrawati *et al.*, (2022) mengatakan bahwa dengan melakukan transaksi jual beli online para konsumen akan mendapatkan harga yang lebih murah dan mereka dengan leluasa dapat membandingkan harga antara satu toko dan toko yang lain. Hal yang mereka beli tidak jauh dari kebutuhan fashion, alat rumah tangga, sampai dengan membeli makanan secara online melalui e-commerce atau melalui layanan pesan antar.

Seiring bertambahnya jumlah pengguna internet maka semakin banyak juga pengguna internet yang menggunakan internet untuk melakukan transaksi jual beli makanan secara online baik melalui e-commerce atau dengan layanan pesan antar. Dilansir dari *website* databoks.katadata.co.id, masyarakat Indonesia lebih banyak memilih untuk membeli makanan secara online dengan aplikasi online lewat ponsel

mereka. Mereka lebih sering memesan makanan dengan *food delivery* dengan alasan bahwa hal tersebut lebih menghemat waktu dan tenaga, dengan pembelian *food delivery* juga lebih banyak memberikan promosi atau potongan harga yang akan mereka dapatkan. Selain itu, dengan menggunakan layanan *food delivery* mereka dapat memilih pembayaran yang mereka inginkan dan dapat memilih makanan dengan jelas karena adanya gambar pada menu yang disediakan.

Banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan layanan *food delivery* membuat Indonesia menduduki posisi pertama dibandingkan dari negara yang lain. Sebanyak 74,4% pengguna internet di Indonesia menggunakan aplikasi layanan pesan antar makanan. Hal ini dibuktikan dengan data dari laporan We Are Social yang ditampilkan dalam *website* [Databoks.katadata.co.id](http://Databoks.katadata.co.id)



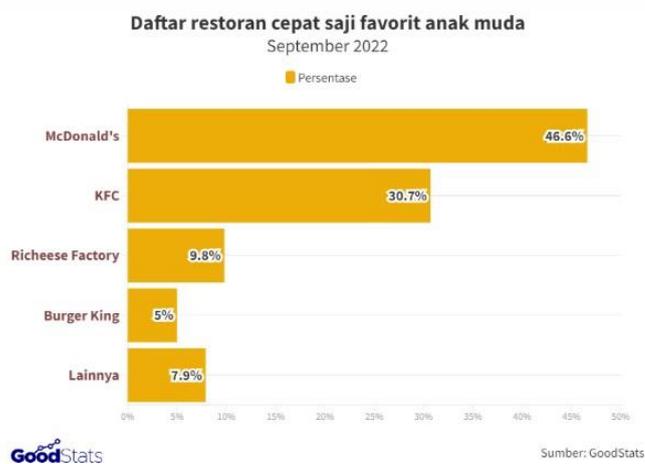
**Gambar 1.5** Presentase pengguna Internet Pengguna Aplikasi Pesan Antar Makanan

*Sumber* : [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id), Diakses pada 9 Maret 2023, 16.17

WIB

Masyarakat yang menggunakan layanan *food delivery* memilih memesan makanan seperti makanan cepat saji, makanan padang, makanan berkuah, makanan rumahan, seafood, sate, masakan jepang, masakan china, makanan sehat/diet, makanan barat dan jenis makanan yang lain. Banyaknya pilihan makanan yang tersedia membuat ketatnya persaingan beberapa restoran yang menyediakan layanan pesan antar. Akan tetapi, hal ini justru memudahkan masyarakat Indonesia dalam memilih makanan apa yang akan mereka pesan. Pada saat ini, jenis makanan yang banyak dipilih oleh masyarakat adalah jenis makanan cepat saji, saat ini restoran cepat saji yang ada di Indonesia sangatlah banyak, salah satunya adalah restoran cepat saji Burger King.

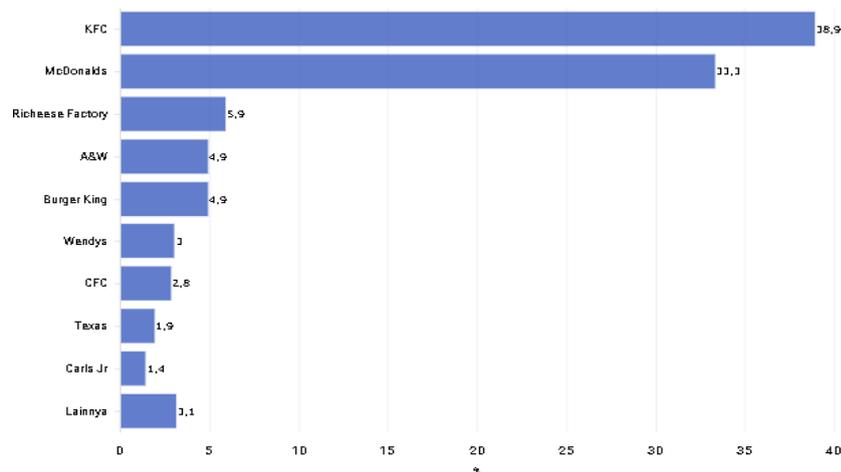
Burger King adalah salah satu restoran cepat saji yang ada di Indonesia. Burger King memiliki banyak gerai yang sudah dibuka di Indonesia, tercatat pada tahun 2020 gerai yang sudah dibuka oleh Burger King lebih dari 170 gerai di 13 Provinsi di Indonesia. Burger King menyajikan makanan seperti Burger, Snack, ayam goreng, nasi, kentang goreng, minuman bersoda sampai es krim. Burger King menyajikan produk yang mereka tawarkan dengan bahan berkualitas tinggi, bersih, enak dan murah. Untuk melakukan pembelian di Burger King, masyarakat tidak harus datang ke gerai Burger King, akan tetapi bisa juga melakukan pemesanan dengan cara drive thru pada gerai tertentu atau bisa juga melakukan pemesanan dengan layanan *food delivery* dengan menggunakan aplikasi Burger King Indonesia. ([bkdelivery.co.id](http://bkdelivery.co.id))



### Gambar 1.6 Daftar Restoran Cepat Saji Terfavorit

Sumber : [www.goodstats.id](http://www.goodstats.id), Diakses pada 9 Maret 2023, 17.05 WIB

Burger King juga populer dan digemari oleh banyak masyarakat Indonesia terutama adalah anak muda dan masyarakat yang menyukai makanan cepat saji. Hal ini dibuktikan dengan adanya data dari *website* Goodstats.id, n.d. yang digambarkan dalam grafik bahwa Burger King menempati posisi keempat diantara makanan cepat saji yang lain yang ada di Indonesia dengan presentase sebesar 5%. Dari data tersebut diketahui adanya persaingan yang ketat dimana Burger King masih menempati posisi keempat. Hal ini juga dipengaruhi oleh beberapa hal seperti Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan hal yang lain. Dengan posisi tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai posisi restoran Burger King yang menempati posisi keempat, padahal menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) menuliskan bahwa Burger King menempati posisi pertama dalam hal restoran cepat saji yang memiliki burger terenak di Indonesia. Dengan adanya hal tersebut penulis menyimpulkan bahwa adanya ketidakpuasan pelanggan kepada hal-hal tertentu terutama pada kualitas pelayanan.



### Gambar 1.7 Daftar Restoran Cepat Saji dengan Pelayanan Terbaik

Sumber : [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id), Diakses pada 9 Maret 2023, 20.17

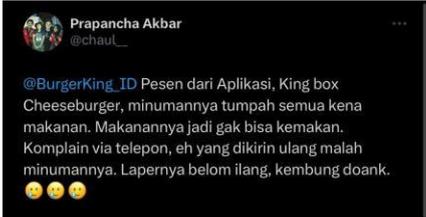
WIB

Selain itu, berdasarkan data dari *website* Databoks.katadata.co.id, menyatakan bahwa Burger King menempati posisi kelima dari restoran cepat saji yang memberikan pelayanan terbaik. Burger King memperoleh angka sebesar 4,9%. Ketika dibandingkan dengan restoran cepat saji yang lain, Burger King memiliki presentase yang jauh dibandingkan dengan KFC, Mcdonalds, Richeese Factory, A&W. Berdasarkan dengan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Burger King masih belum memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen mereka baik konsumen yang datang langsung ke gerai ataupun konsumen yang memberi dengan layanan pesan antar.

Kurangnya dalam hal pelayanan kepada konsumen menimbulkan Burger King mendapatkan banyak kritikan dan banyaknya ulasan yang menunjukkan bahwa konsumen tidak puas dengan pelayanan yang Burger King berikan. Adapun tanggapan lain mengenai restoran cepat saji Burger King yang penulis angkat dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa konsumen Burger King merasa tidak puas dengan pelayanan yang mereka berikan. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Daftar Keluhan Pengguna Burger King**

	<p>Pengguna Twitter @fendypermadi, mengeluhkan bahwa memiliki kendala dalam melakukan pembayaran dengan pembayaran tertentu pada saat melakukan pemesanan <i>Online food delivery</i> di Burger King.</p>
	<p>Pengguna Twitter @sandi_pb mengeluhkan bahwa produk makanan yang ia pesan melalui Burger King Apps tidak tersedia setelah ia pesan dan konsumen tersebut tidak bisa membatalkan pesanan dikarenakan tidak</p>

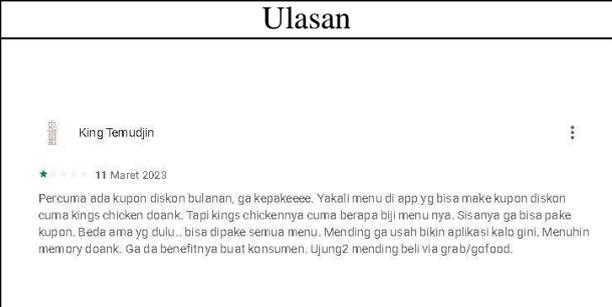
	<p>adanya fitur batalkan pesanan pada aplikasi Burger King.</p>
 <p>A screenshot of a tweet from user @pandu_wijaya90. The text reads: "@BurgerKing_ID mesen burger king via aplikasi di lombok, bungkusnya ada yg kurang, udah sya bantuin lingkarin, tetep aja salah ngirim kekurangannya 😞 kocak staff burger king lombok".</p>	<p>Pengguna Twitter @Pandu_wijaya90 mengeluhkan kekecewaannya pada <i>online food delivery</i> Burger King karena adanya kekurangan makanan yang ia pesan dan kekeliruan dalam salah kirim</p>
 <p>A screenshot of a tweet from user @chaul_. The text reads: "@BurgerKing_ID Pesen dari Aplikasi, King box Cheeseburger, minumannya tumpah semua kena makanan. Makanannya jadi gak bisa kemakan. Komplain via telepon, eh yang dikirin ulang malah minumannya. Lapernya belum ilang, kembung doank. 😞😞😞".</p>	<p>Pengguna Twitter @chaul mengeluhkan kekecewaannya dengan pelayanan <i>online food delivery</i> Burger King karena makanan yang ia pesan tumpah dan rusak sehingga tidak bisa dikonsumsi, setelah itu konsumen tersebut mengajukan complain dan tidak diberi ganti sesuai dengan apa yang ia pesan.</p>
 <p>A screenshot of a tweet from user @budzzz7. It shows a screenshot of a mobile app order confirmation screen for "ORDER 928PMTAP" from "Batam Center" on "18 Sep 2020, 18:55". The status is "18:55 Order Received".</p>	<p>Pengguna Twitter @budzzz7 mengeluhkan bahwa pelayanan <i>online food delivery</i> Burger King memakan waktu terlalu lama dan lambatnya dalam pemrosesan pesanan.</p>
 <p>A screenshot of a tweet from user @yoo_vie. The text reads: "@BurgerKing_ID Min ini gimana ya aq order lewat aplikasi BK sampai sekarang nggak terima pesenannya tapi status udah delivered. Udah hubungi contact BK terkait katanya dibantu hubungi drivernya tapi sampai sekarang nggak ada kelanjutannya".</p>	<p>Pengguna Twitter @yoo_vie mengeluhkan kekecewaannya terhadap <i>online food delivery</i> Burger King karena ia tidak menerima makanan yang dipesan</p>

	akan tetapi status dalam pemesanannya sudah diterima.
--	---

Sumber: Data Diolah Penulis (2023)

Dilihat dari ulasan yang penulis ambil dari Twitter, banyak keluhan terkait kualitas pelayanan Burger King terutama pada pelayanan layanan *food delivery* dan juga pada kualitas makanan yang disajikan kepada konsumen. Dari banyaknya ulasan terkait kurangnya kualitas pelayanan dan kualitas makanan membuat konsumen merasakan ketidakpuasan. Ulasan dan kritik dari konsumen tidak jauh dari hal-hal yang seperti kurangnya makanan saat pemesanan dengan layanan *food delivery*, makanan yang dikirimkan berbeda dengan apa yang ada di gambar menu yang disediakan pada aplikasi *food delivery*, lamanya waktu pelayanan dan proses membuat pesanan membuat konsumen menunggu, kesulitan dalam hal pembayaran dengan jenis pembayaran tertentu yang membuat konsumen tertunda dalam melakukan pemesanan, tidak adanya keterangan bahwa pesanan sudah dalam perjalanan dan ada beberapa keluhan yang dikeluhkan oleh konsumen Burger King. Dari keluhan yang disampaikan oleh Konsumen, Burger King sudah seharusnya meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas makanan mereka khususnya dalam hal layanan *food delivery* karena hal tersebut akan memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan yang akan berdampak juga kepada niat perilaku pelanggan dimasa yang akan datang. Hal ini juga didukung dengan beberapa ulasan pengguna Aplikasi Burger King Indonesia di Apps Store dan Play Store yang mengungkapkan kekecewaannya dan tidak memiliki niat untuk menggunakan kembali aplikasi Burger King di kemudian hari.

**Tabel 1.2 Ulasan Kekecewaan Pelanggan Burger King**

Ulasan	Permasalahan
	<p>Terdapat ulasan yang menyebutkan bahwa dengan menggunakan Aplikasi Burger King konsumen tidak dapat menggunakan kupon diskon</p>

	<p>untuk semua menu, dan dituliskan bahwa konsumen tersebut akan menggunakan aplikasi <i>online food delivery</i> yang lain.</p>
	<p>Terdapat ulasan yang menyebutkan bahwa konsumen menghapus aplikasi Burger King dikarenakan outlet yang ia pesan tidak siap dengan promonya dan <i>barcode qr</i> yang tidak berfungsi. Konsumen tersebut juga menuliskan untuk membeli produk burger di restoran yang lain</p>
	<p>Terdapat ulasan yang menyebutkan bahwa konsumen tersebut mendapatkan makanan yang tidak layak makan dan menunggu makanan dengan waktu yang sangat lama. Konsumen tersebut juga mengatakan tidak akan menggunakan kembali aplikasi Burger King.</p>
	<p>Terdapat ulasan yang mengatakan bahwa konsumen tersebut menunggu makanan yang ia pesan lebih dari 1 jam dan harus memastikan berkali</p>

	<p>kali untuk pesanan yang ia pesan melalui counter Burger King. Konsumen tersebut juga mengatakan bahwa konsumen tersebut tidak akan tergiur untuk menggunakan kupon dalam aplikasi di kemudian hari.</p>
--	--

Pada tabel 1.2 dituliskan bahwa banyak pelanggan yang memesan dengan aplikasi Burger King mengeluhkan kekecewaan mereka yang mengakibatkan konsumen tidak menggunakan kembali aplikasi Burger King dan tidak merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain. Hal ini berarti niat perilaku pelanggan online food delivery Burger King masih rendah dikarenakan adanya kekecewaan dalam hal kualitas layanan, kualitas makanan dan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan pada latar belakang diatas, dengan adanya beberapa permasalahan terkait kualitas layanan dan kualitas makanan terhadap niat perilaku dan kepuasan pelanggan membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada permasalahan yang terjadi dengan menjadikan permasalahan tersebut sebagai topik penelitian dengan judul penelitian “**Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Perilaku Pelanggan *Online Food Delivery* Burger King di Kota Bandung Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening**”

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data dan fenomena yang penulis tuliskan dalam latar belakang terdapat dua faktor yaitu kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang akan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap niat perilaku dan kepuasan pelanggan *food delivery* Burger King di Bandung. Sehingga dengan hal tersebut maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Perilaku Pelanggan *Online*

*Food Delivery* Burger King di Kota Bandung Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening” dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *perceived control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung?
2. Apakah *convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung?
3. Apakah *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung?
4. Apakah *fulfillment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung?
5. Apakah kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung?
6. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh penulis maka dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *perceived control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah *convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui apakah *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui apakah *fulfillment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pelanggan *online food delivery* Burger King di Kota Bandung.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang tertulis dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu Aspek Praktis dan Aspek Teoritis.

### **1.5.1 Aspek Praktis**

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan langkah-langkah yang sebaiknya diambil dalam strategi pemasaran di masa yang akan datang. Langkah-langkah yang diambil oleh Burger King diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan berhasil menjawab permasalahan yang dirasakan oleh pelanggan.

### **1.5.2 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat wawasan dan pengetahuan di bidang pemasaran khususnya pada teori kualitas layanan, kepuasan pelanggan serta niat perilaku pelanggan restoran cepat saji di Indonesia.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan untuk memberikan gambaran umum dalam mempermudah memberikan gambaran umum materi yang ada di dalam penelitian yang dilakukan.

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB I berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada BAB II berisi tentang landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, dalam bab ini juga berisikan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan sistematika penilaian.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Pada BAB III berisi tentang penjelasan mengenai metode penelitian dan teknik penelitian dengan memperhatikan teknik pengumpulan data, variable yang

digunakan, cara menghitung skala pengukuran, populasi dan sampel serta menjelaskan metode apa yang akan digunakan dalam penelitian ini.

**d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada BAB IV berisi hasil dari penelitian yang telah dilakukan pengujian dan pembahasan dari penelitian.

**e. BAB V PENUTUP**

Pada BAB V yang merupakan penutup berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada BAB IV. Selain itu, pada bab ini juga dituliskan saran untuk perusahaan maupun untuk peneliti selanjutnya.