

BAB I

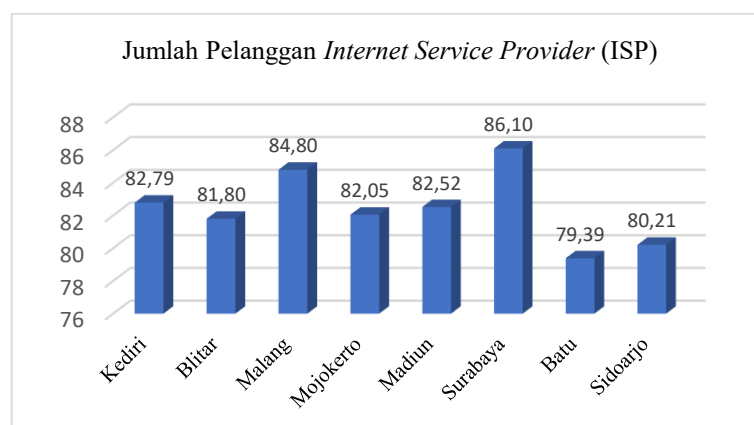
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat. Hal ini menjadikan kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet yang cepat, stabil, dan terjangkau semakin meningkat. Alasan utama penggunaan internet di Indonesia meningkat dan sangat beragam, mencerminkan peran pentingnya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut penelitian Prasetiyo dkk. (2024), pencarian informasi menjadi alasan terpopuler (83,1%), diikuti oleh komunikasi dengan keluarga dan teman (70,9%), serta mencari inspirasi (70,6%). Internet juga banyak digunakan untuk hiburan, edukasi, aktivitas ekonomi seperti penelitian produk dan manajemen keuangan hingga komunikasi sehari-hari. Meningkatnya permintaan akan layanan internet mendorong munculnya berbagai penyedia layanan internet di Indonesia, sehingga memicu persaingan yang semakin ketat antar *Internet Service Provider* (ISP). *Internet Service Provider* (ISP) ialah jasa penyedia layanan berlangganan internet berbayar yang ditawarkan oleh perusahaan di bidang jasa pelayanan (Lubis dkk., 2022). Dalam kondisi tersebut, setiap penyedia layanan berupaya menawarkan harga yang kompetitif, meningkatkan kualitas layanan, serta kecepatan jaringan guna menarik dan mempertahankan pelanggan.

Gambaran tingkat penggunaan layanan internet di berbagai wilayah berbeda-beda di Indonesia. Sebagai contoh hasil survei menunjukkan bahwa jumlah pelanggan *Internet Service Provider* (ISP) di setiap kota dan kabupaten di Jawa Timur tidaklah sama. Perbedaan antar daerah di Jawa Timur mencerminkan variasi

tingkat kebutuhan dan pemanfaatan internet yang dipengaruhi oleh karakteristik wilayah, jumlah penduduk, aktivitas ekonomi, serta ketersediaan infrastruktur jaringan. Selain didorong oleh infrastruktur digital yang lebih baik, seperti jaringan *fiber optik* dan layanan 4G/5G, yang lebih cepat diterapkan di daerah perkotaan (Siregar dkk., 2025). Untuk melihat perbedaan secara jelas, disajikan data jumlah pelanggan ISP di wilayah Jawa Timur pada tahun 2024.



Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan *Internet Service Provider* (ISP) tahun 2024

Sumber: jatim.bps.go.id

Pada gambar 1.1 dapat dilihat beberapa data hasil survei jumlah pelanggan *Internet Service Provider* (ISP) pada beberapa kota dan kabupaten di Jawa Timur. Surabaya dan Malang memiliki jumlah pelanggan ISP tertinggi di Jawa Timur, masing-masing sebesar 86,10% dan 84,80%, sedangkan jumlah terendah terdapat di Kota Batu sebesar 79,39%. Kota Kediri, Madiun, dan Mojokerto berada pada kategori menengah dengan persentase yang relatif stabil, diikuti oleh Blitar dan Sidoarjo dengan nilai sedikit lebih rendah. Tingginya penggunaan internet di kota Surabaya dan Malang menunjukkan besarnya kebutuhan dan minat masyarakat terhadap akses internet, khususnya di Surabaya. Hal tersebut mencerminkan

meningkatnya kebutuhan akan layanan informasi dan komunikasi digital yang memicu kemunculan berbagai penyedia layanan internet di Indonesia.

Salah satu penyedia layanan internet di Indonesia adalah PT. Supra Primatama Nusantara, yang dikenal sebagai Biznet. Biznet yaitu perusahaan infrastruktur digital terintegrasi di Indonesia yang menyediakan berbagai layanan, seperti internet berbasis *fiber optic*, kabel bawah laut, *data center*, *cloud computing*, dan IPTV. Biznet mulai beroperasi pada 1 Oktober 2000 dan terus berkembang dengan menghadirkan teknologi *Fiber To The Home* (FTTH) melalui layanan Biznet Home, yaitu layanan internet rumah berbasis fiber optic dengan berbagai paket kecepatan internet dan layanan IPTV untuk memenuhi kebutuhan digital masyarakat. Seiring perkembangan teknologi digital, Biznet terus memperluas jangkauan layanannya ke berbagai kota di Indonesia. Dalam penelitian ini, layanan WiFi Biznet Home dipilih sebagai objek penelitian karena Biznet merupakan salah satu penyedia layanan internet yang terus berkembang dan masuk dalam kategori Top Brand Index (TBI) di Indonesia. Berikut disajikan daftar Top Brand Award tahun 2020–2024:

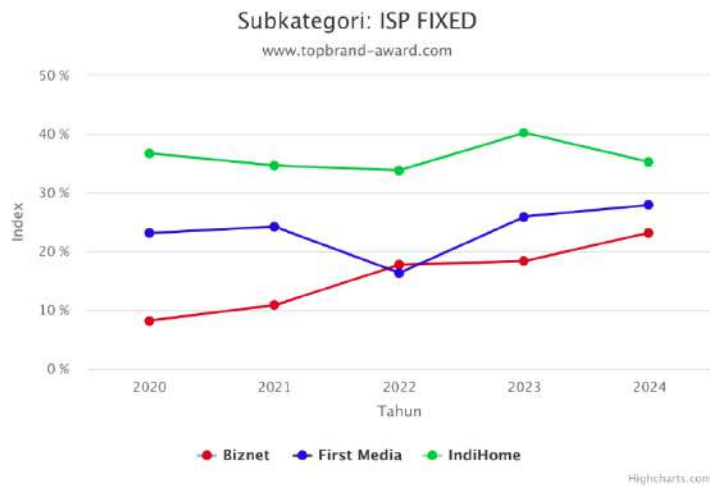
Tabel 1.1 *Top Brand Service Provider* di Indonesia tahun 2020 - 2024

No	Nama Brand	2020	2021	2022	2023	2024
1	IndiHome	36.70	34.60	33.80	40.20	35.20
2	First Media	23.10	24.20	16.30	25.90	27.90
3	Biznet	8.20	10.80	17.70	18.30	23.20

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Diketahui bahwa subkategori ISP Fixed 2020-2024 pada tabel 1.1 berdasarkan Top Brand Index (TBI), IndiHome secara konsisten menempati posisi tertinggi dengan persentase antara 33,80% hingga 40,20%. First Media berada di posisi kedua dengan persentase yang berfluktuasi pada kisaran 16,30%–27,90%.

Sementara itu, Biznet memiliki persentase TBI terendah meskipun menunjukkan peningkatan dari 8,20% pada 2020 menjadi 23,20% pada 2024, sehingga secara keseluruhan Biznet masih berada di bawah IndiHome dan First Media berdasarkan perbandingan persentase TBI. Untuk melihat lebih jelas perbandingan antara ketiga ISP Fixed tersebut berikut disajikan dalam bentuk grafik pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.2 Grafik Top Brand Index ISP Fixed

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Pada gambar 1.2 di atas, grafik tersebut menunjukkan bahwa IndiHome dapat mempertahankan pada posisi teratas sepanjang periode pengamatan yaitu pada tahun 2020 hingga 2024. First Media juga menunjukkan pola fluktuatif dengan penurunan pada tahun 2022 dan peningkatan kembali hingga tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun Biznet mengalami tren peningkatan, namun posisinya masih berada di bawah pesaingnya. Oleh karena itu, perlu ditelaah lebih lanjut faktor lain yang berpotensi memengaruhi persepsi dan pilihan konsumen, salah satunya adalah aspek harga layanan internet, melalui perbandingan harga Biznet dengan penyedia layanan internet tetap lainnya. Hal

tersebut didukung oleh peneliti terdahulu Ekasari dan Putri, (2021) yang menyatakan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Biznet dengan Perusahaan Inetrnet Lain

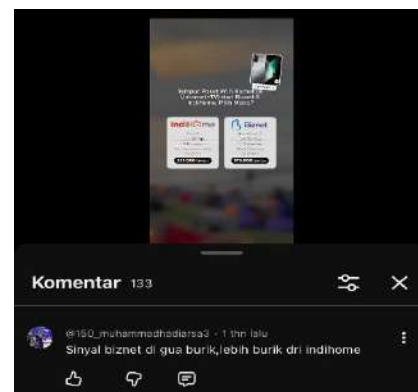
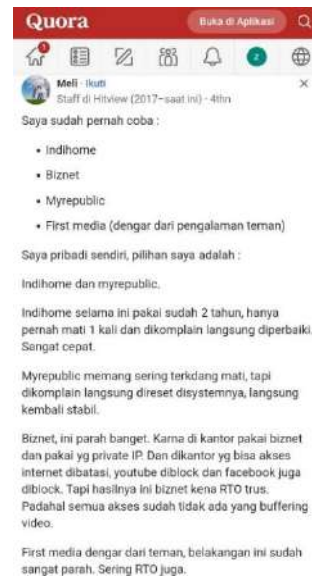
No	Kecepatan Internet	IndiHome	Fistrmedia	Biznet
1	50 Mbps	Rp 230.000	Rp 229.000	-
2	65 Mbps	-	-	Rp. 250.000
3	75 Mbps	Rp 250.000	-	-
4	100 Mbps	-	Rp 279.000	-
5	150 Mbps	Rp 325.000	Rp 290.000	-
6	200 Mbps	Rp 340.000	Rp 329.000	Rp 375.000
7	325 Mbps	-	-	Rp. 575.000
8	400 Mbps	-	-	Rp. 700.000

Sumber: Indihome.Co.Id; Biznethome.Net; Firstmedia.Com

Berdasarkan data pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa masing-masing penyedia layanan internet menawarkan varaisi harga yang berbeda sesuai dengan kecepatan internet yang disediakan. Harga Biznet memang relatif lebih mahal dibandingkan IndiHome dan Firstmedia pada kelas kecepatan yang sebanding pada 200 Mbps. Produk dengan harga lebih terjangkau cenderung menarik konsumen yang sensitif terhadap biaya, sedangkan layanan dengan harga lebih tinggi umumnya ditujukan bagi konsumen yang mengutamakan kualitas dan kecepatan jaringan. Kondisi ini mempertegas bahwa kesesuaian harga berperan dalam membentuk minat beli konsumen. Hal tersebut di dukung oleh peneliti dahulu Desr dkk (2024) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap minat beli. Selain memengaruhi minat beli, harga juga memengaruhi keputusan konsumen dan kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen sesuai dengan hasil peneliti terdahulu (Abdillah dkk., 2023) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap keputusan konsumen. Adapun peneliti terdahulu yang mendukung pernyataan harga berpengaruh terhadap kepuasal pelanggan, dibuktikan dengan hasil penelitian (Febriana dan Marlina, 2025) yang menyatakan bahwa hasil temuan penelitian menunjukkan

bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki peran penting dalam membentuk minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen.

Kualitas jaringan adalah suatu titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya dengan adanya koneksi yang tersedia sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan suatu informasi. Kualitas jaringan menjadi faktor penting yang memengaruhi minat beli dan kepuasan konsumen, karena jaringan yang stabil, cepat, dan minim gangguan akan meningkatkan kenyamanan penggunaan internet. Sebaliknya, gangguan jaringan dapat menimbulkan kekecewaan yang berdampak pada menurunnya minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu Awaluddin dan Sakinah (2021) menunjukkan bahwa kualitas jaringan memengaruhi minat beli dan keputusan pembelian. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian terdahulu Rahmadi dan Elsandra (2025), kualitas jaringan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Biznet. Masyarakat cenderung memilih *provider* dengan kualitas jaringan serta kecepatan internet yang tinggi (Hayani dan Fytaloka, 2024). Persepsi konsumen terhadap layanan internet tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas jaringan yang digunakan, namun juga dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Maka dari itu, untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai persepsi konsumen, penelitian ini membandingkan ulasan WiFi Biznet dengan penyedia layanan internet lain, yaitu IndiHome dan First Media, dari aspek kualitas jaringan dan kualitas layanan.



Gambar 1.3 Perbandingan Ulasan WiFi Biznet dengan Ulasan WiFi Indihome dan Firstmedia

Dari ulasan tersebut dapat dilihat persepsi konsumen terhadap layanan WiFi Biznet cenderung negatif, terutama kualitas jaringan dan kualitas layanan. Dari ulasan tersebut beberapa pengguna pengguna menyampaikan keluhan mengenai kestabilan koneksi yang rendah, kecepatan internet yang tidak sesuai dengan ekspektasi. Selain kualitas jaringan, kualitas layanan juga terdapat keluhan,

khususnya dalam hak penanganan gangguan yang dinilai kurang cepat dan responsif. Hal ini dapat dibandingkan dengan penyedia layanannya seperti IndiHome dan First Media. Dapat dilihat dari ulasan tersebut menunjukkan bahwa kualitas jaringan dan kualitas layanan secara bersamaan membentuk persepsi dan kepuasan konsumen terhadap layanan internet. Agar dapat melihat gambaran secara sistematis mengenai keluhan pengguna tersebut, berikut disajikan tabel yang merangkum ulasan pengguna WiFi Biznet.

Tabel 1.3 Ulasan Keluhan Pengguna Biznet dari tahun 2020-2024

Variabel	User	Keluhan
Kualitas Jaringan	@Maria Panggih	“Hari ini tanggal 21 Maret 2022, sejak pukul 01.00 dini hari hingga pukul 08.00 pagi, layanan internet sama sekali tidak dapat digunakan. Meskipun lampu modem menyala dan status koneksi pada halaman admin menunjukkan normal, akses internet tetap tidak tersedia. Kondisi tersebut terjadi meskipun modem baru saja diganti, sehingga penggantian perangkat tidak menjadi solusi dan justru memperburuk permasalahan”
	@ammarfaizi2	“Woi @BiznetHome, gangguan internet kok terus-terusan, ki gangguan opo to sakjane? Pelanggan Biznet bubar wae, pindah kabeh ke ISP lain. Biznet ISP buruk. Tiap bulan pasti rutin open tiket gangguan terus. Pecat wae karyawannu gak becus ngurus infrastruktur, gangguan kok rutin”
Kualitas Layanan	@Aisyah Rahmah	“Kalau ada masalah jaringan, itu wajar2 aja. Semua provider pasti ada waktu nya bermasalah. Yang membedakan pro dan amatir adalah bagaimana mereka menangani masalah itu sendiri. Saya berlangganan Biznet dengan ambil kontrak 1thn dan beli modem dengan paket 80Mbps. Pada 6 bulan pertama lancar aja tanpa masalah dan bisa dapat speed hingga 60–80Mbps. Tapi belakangan ini <i>speed drop</i> nya benar2 bikin otak gersang. Terkadang cuma dapat di bawah 1Mbps. Dan yang LEBIH bikin naik darah adalah bagaimana chat support Biznet cuma bisa cari alasan menyalahkan konsumen. TIDAK ADA upaya perbaikan sama sekali. Yang alasan terlalu banyak devices terkoneksi lah, alasan speed kamu up-to lah, dll. FYI: Devices yang terkoneksi dari hari pertama sampai hari ini TIDAK ADA BEDA. Dan sewaktu saya cuma dapat 60Mbps, itu lah yang dinamakan UP-TO. Makanya saya tidak komplain. Tapi kalau cuma dapat di bawah 1Mbps dan bilang up-to, itu penipuan namanya.
	@Bruss	Dan kejadian yang sama koneksi sy terputus sekitar jam 2 siang sampai saya tulis komentar ini belum ada

Variabel	User	Keluhan
		SATUPUN TEKNISI YANG DATANG, ini ke 2 kali di bulan desember. Saya coba telfon ke call center tiba2 di tutup saat saya bicara soal koneksi yang terputus. Saya hanya dapat tiket yang tidak ada kejelasan penanganan-kapan. Kalau memang ada teknisi yang datang, sampai jam 1 malam pun saya tunggu asalkan koneksi saya kembali. Karena itu hak saya sebagai konsumen yang sepinya sengaja di abaikan oleh pihak biznet

Sumber: *platform online*

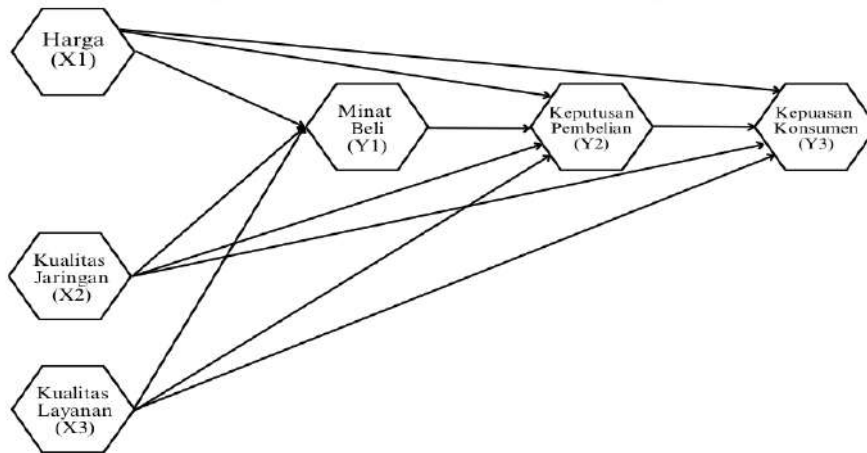
Dapat dilihat tabel 1.4 yang menunjukkan adanya keluhan pengguna wifi Biznet. Gangguan yang terjadi secara berulang berpotensi menurunkan minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen, sehingga diperlukan upaya perbaikan dan peningkatan kualitas jaringan agar sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas layanan (*service quality*) diartikan sebagai evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas layanan dapat mempengaruhi minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu Mariana (2024) yang menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh dalam membentuk minat beli dan tingkat kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian terdahulu Priyatna dan Rahadjeng (2023) menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kondisi tersebut terlihat adanya, keluhan pelanggan terkait lambatnya respon dan penanganan gangguan yang kurang optimal menunjukkan bahwa kualitas layanan WiFi Biznet masih perlu ditingkatkan. Kondisi ini dapat menimbulkan kekecewaan dan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan internet yang digunakan.

Minat beli dan keputusan pembelian memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen karena keduanya mencerminkan tingkat

ketertarikan dan kesiapan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau layanan berdasarkan harapan yang terbentuk sebelumnya maupun sesudah memilih suatu produk. Jika persepsi kinerja melampaui harapan, maka pelanggan cenderung merasa puas atau bahkan sangat puas, yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan perilaku pembelian ulang. Sebaliknya, bila kinerja dianggap lebih rendah dari harapan, maka akan muncul rasa kecewa yang dapat berdampak negatif terhadap citra perusahaan. Konsumen yang memiliki minat beli tinggi dan mengambil keputusan pembelian cenderung membawa ekspektasi tertentu terhadap layanan yang dipilih. Apabila pengalaman penggunaan sesuai dengan ekspektasi tersebut, maka konsumen akan merasakan kepuasan yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman dapat menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, minat beli dan keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui pembentukan harapan dan pengalaman penggunaan layanan, termasuk dalam konteks penggunaan layanan internet WiFi Biznet.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana layanan WiFi Biznet mampu mempertahankan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri penyedia layanan internet di Indonesia. Permasalahan yang dikaji melibatkan beberapa variabel eksogen dan endogen, sehingga memerlukan pendekatan statistik multivariat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). GSCA tidak memerlukan asumsi normalitas data dan tetap menghasilkan estimasi yang stabil meskipun ukuran sampel relatif kecil hingga menengah. Selain itu, GSCA dapat digunakan

untuk model eksploratif, sehingga cocok dalam penelitian yang bertujuan mengukur pengaruh antar variabel serta mengevaluasi kesesuaian model secara menyeluruh (Fadila & Herlina, 2023). Berdasarkan uraian tersebut, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini digambarkan melalui kerangka konseptual dengan acuan gambar (Zararosa & Khasanah, 2023):



Gambar 1.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel eksogen yang terdiri dari Harga (X1), Kualitas Jaringan (X2), dan Kualitas Layanan (X3) dengan Minat Beli (Y1), Keputusan Pembelian (Y2), dan Kepuasan Konsumen (Y3) sebagai variabel endogen. Setiap variabel eksogen diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli dan kepuasan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh antara harga, kualitas jaringan, dan kualiatls layanan terhadap minat beli WiFi Biznet di Surabaya?

2. Bagaimana pengaruh antara harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian WiFi Biznet di Surabaya?
3. Bagaimana pengaruh antara harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen WiFi Biznet di Surabaya?
4. Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian WiFi Biznet di Surabaya?
5. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen WiFi Biznet di Surabaya?
6. Bagaimana bentuk persamaan struktural antara variabel harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen menggunakan pendekatan *Generalized Structured Component Analysis (GSCA)*?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah maka permasalahan perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Subjek penelitian adalah masyarakat di wilayah Surabaya yang pernah menggunakan atau merasakan layanan WiFi Biznet, meskipun belum berlangganan secara resmi.
2. Penelitian ini hanya dibatasi pada pengguna layanan WiFi Biznet Home dan tidak mencakup layanan Biznet lainnya seperti *IPTV, data center, cloud computing*, maupun layanan bisnis perusahaan.
3. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode *Generalized Structured Component Analysis (GSCA)*.

1.4 Asumsi

Adapun asumsi dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diasumsikan bahwa responden dapat memahami dengan baik seluruh item pernyataan yang diajukan dalam mengisi kuesioner secara obyektif.
2. Data hasil penyebaran kuesioner dianggap mewakili perilaku konsumen WiFi Biznet di wilayah Surabaya.
3. Penelitian ini berasumsi bahwa kebijakan operasional WiFi Biznet tetap konsisten selama periode pengumpulan data.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah tersebut produk sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh antara harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap minat beli WiFi Biznet di Surabaya
2. Mengetahui pengaruh antara harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian WiFi Biznet di Surabaya
3. Mengetahui pengaruh antara harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen WiFi Biznet di Surabaya
4. Mengetahui pengaruh antara minat beli dengan keputusan pembelian WiFi Biznet di Surabaya
5. Mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen WiFi biznet di Surabaya.

6. Mengetahui bentuk persamaan struktural antara variabel harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap minat beli, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen menggunakan pendekatan *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA).

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Teoritis
 - a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu teknik industri khususnya manajemen.
 - b. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman teoritis pembaca baik mahasiswa maupun peneliti, mengenai pengaruh harga, kualitas jaringan, dan kualitas layanan terhadap minat beli dan kepuasan konsumen.

2. Praktis

Menjadi referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas jaringan dan kualitas layanan serta mengelola harga guna meningkatkan daya saing produk.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti menguraikan secara rinci permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Pembahasan mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi sebagai pedoman dalam penyusunan penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat kajian teori yang menjadi dasar penelitian, hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai pendukung, serta penyusunan kerangka berpikir dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai waktu dan lokasi pelaksanaan penelitian, variabel yang digunakan, proses identifikasi variabel, metode serta sumber pengumpulan data, *flowchart*, dan teknik yang digunakan dalam pengolahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan penelitian dan saran terkait penelitian ini dan penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN