# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Dalam hal ini salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia saat ini adalah bisnis dibidang Jasa Perbengkelan. Banyaknya bisnis otomotif pada saat ini di Indonesia membuat persaingan menjadi kuat dan saling berkompetisi dengan perusahaan lain dalam merebut serta menarik pelanggan agar melakukan pembelian atau pelayanan.

Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya. Meningkatkan intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing, meningkatkan kualitas produk, memberikan harga yang kompetitif dan meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Kondisi sosial ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama tentang sistem nilai yang dianut dan cara pandang masyarakat. Masyarakat lebih menuntut pelayanan yang lebih baik dan sesuai dengan kebutuhannya, sehingga

mereka lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan dalam perusahaan sangatlah penting karena sebagai penggerak utama seluruh kegiatan atau aktivitas perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya, baik untuk memperoleh keuntungan maupun untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mempertahankan kegiatannya dimulai dari mempertahankan perusahaan dalam meningkatkan kinerja secara maksimal.

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya yang nantinya akan mengakibatkan masyarakat sebagai pelanggan akan pindah ke perusahaan yang lain.

Kualitas pelayanan memang memegang peran penting untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan. Citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah menjadi sudut pandang atau presepsi pihak perusahaan, melainkan berdasarkan sudut pandang dari pelanggan, karena dalam hal ini pelanggan yang merasa dan menikmati pelayanan dari perusahaan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa atau produk.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang lebih kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasaan pelanggan dimana perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan, karena banyak manfaat dari terciptanya kepuasan pelanggan yaitu, terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan pelanggan serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Sehingga perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama karena kepuasan sebagai penentu keberhasilan kinerja dari suatu perusahaan. Jika kualitas produk kurang dari yang diharapkan pelanggan maka pelanggan kecewa, jika kualitas sepadan dengan harapan maka pelanggan akan puas, jika kualitas melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas atau sangat senang.

Kepuasan yang lebih tinggi bisa didapatkan pada saat pelanggan melakukan pembelian terhadap produk maupun jasa, maka hal ini biasanya terkait dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pas/ca pembelian produk maupun jasa tersebut. Faktor-faktor pelayanan tersebut misalnya seperti: cukupnya jumlah karyawan yang melayani pelanggan dan juga keandalan karyawan dalam melayani pelanggan.

Mobil *care* PT. Jaswita Bandung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, perusahaan menyediakan produk *spare part* mobil dan berbagai pelayanan seperti jasa service, jasa *body repair*, *car wash,* pelayanan yang diberikan oleh perusahaan adalah untuk membangun dan mempererat hubungan baik dengan pelanggan. Suksesnya suatu pemasaran didukung pula dengan adanya pelayanan yang baik dan perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan pada Mobil *care* PT. Jaswita masih adanya ketidak puasan pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan dalam hal ini dilihat sebagai berikut, yaitu:

Tabel 1.1  
Data Keluhan Pelanggan  
Bulan Maret 2017 – Maret 2018

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Jumlah Keluhan Pelanggan** | **Jenis keluhan** | | | |
| ***Service*** | | | |  |
| **Mesin** | **roda** | ***ac*** | ***rody repair*** |
| Maret | 10 | 6 | 3 | 6 |
| April | 8 | 5 | 2 | 5 |
| Mei | 8 | 4 | 2 | 4 |
| Juni | 10 | 6 | 2 | 6 |
| Juli | 9 | 6 | 2 | 6 |
| Agustus | 10 | 6 | 3 | 6 |
| September | 10 | 6 | 3 | 6 |
| Oktober | 12 | 7 | 4 | 7 |
| Nopember | 10 | 6 | 3 | 6 |
| Desember | 8 | 4 | 2 | 4 |
| Januari | 6 | 4 | 1 | 4 |
| Februari | 8 | 5 | 2 | 5 |
| Maret | 6 | 4 | 1 | 4 |

*Sumber : Mobil Care PT. Jaswita Bandung, 2017-2018*

Tabel 1.2  
Daftar Harga *Service*Bulan Maret 2017 – Maret 2018

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NO | **Jenis Service** | **biaya service**  **keseluruhan** |
| 1 | Mesin |  |
|  | transmisi manual | Rp. 1.000.000 |
|  | transmisi otomatis | Rp. 1.400.000 |
| 2 | Roda | Rp. 1.200.000 |
| 3 | *Ac* | Rp. 300.000 |
| 4 | *Body Repair* | Rp. 700.000 |

*Sumber : Mobil Care PT. Jaswita Bandung, 2017-2018*

Tabel 1.1 diatas menunjukan jumlah keluhan pelanggan mengalami kenaikan dan penurunan Hal ini menunjukan bahwa keluhan pada hasil *service* yang diterima konsumen. Pada dasarnya, berbagai alasan yang disampaikan oleh konsumen tentang keluhan hasil *service* ini didominasikan oleh peningkatan kualitas perusahaan.secara kuantitatif jumlah keluhan yang terkumpul tidak terlalu signifikan jumlahnya namun bukan berarti penanganan keluhan dapat dilupakan begitu saja. Perusahaan harus secepatnya memperbaiki keluhan pelanggan supaya meminimalisir keluhan pada setiap bulannya.

1. *Service Quality*, Terdapatnya komplain dan keluhan yang diberikan oleh pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Mobil *care* PT. Jaswita , karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan Mobil *care* PT. Jaswita tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan.
2. Harga, Harga yang ditetapkan oleh Mobil *care* PT. Jaswita yang cukup tinggi namun belum sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan permasalahan – permasalahan tersebut maka disebabkan oleh:

1. *Responsiveness ,* Kurang tanggapnya karyawan Mobil *care* PT.Jaswita Bandung yang belum sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan, khususnya dalam pelayanan yang diberikan

Contohnya : Masih kurang tanggapnya karyawan terhadap proses perbaikan kendaraan , sehingga menimbulkan ketidak puasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Mobil *care* PT. Jaswita.

1. *Reliability,* Ketidaksesuianya harga yang diberikan oleh perusahaan dengan pelayanan yang diberikan.

Contohnya : Harga tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan terhadap hasil *service* yang diterima konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul penelitian sebagai berikut :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL *MOBIL CARE PT. JASWITA BANDUNG* ”**

## Identifikasi dan Perumusan Masalah

### Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan pada Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?
2. Bagaimana kondisi kepuasan pelanggan di Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?
4. Hambatan – hambatan apa saja yang dihadapi Mobil *care* PT. Jaswita Bandung dalam pelaksanaan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?
5. Usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan?

### Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, maka penelitian dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut “ **Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?”**

## Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?
2. Untuk mengetahui dan kondisi Kepuasan Pelanggan pada Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?
4. Untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi Mobil *care* PT. Jaswita Bandung dalam pelaksanaan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mobil *care* PT. Jaswita Bandung?

Untuk mengetahui usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

### Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan secara teoritis dan praktis adalah sebagai berikut:

* 1. **Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan gambaran empirik untuk menguji teori dalam ilmu manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

* 1. **Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi:

* + - 1. **Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan ilmu dari teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dalam praktek dunia usaha, serta untuk melengkapi salah satu syarat dalam menempuh sidang sarjana jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

* + - 1. **Bagi Mobil *care* PT. Jaswita Bandung**

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya kepada pelanggan.

* + - 1. **Bagi pembaca**

Hasil penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber informasi dan dapat dijadikan sebagai bahan kajian perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

## Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

### Kerangka pemikiran

Upaya pengembangan suatu perusahaan diperlukan hubungan yang baik antara perushaan dan pelanggan, maka perlu adanya penetapan susunan strategi perusahaan secara optimal. Keberhasilan pemasaran suatu produk dan jasa perusahaan banyak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan perusahaan dan kepuasan pelanggan.

Menurut **Fandy Tjiptono (2011:329)** merumuskan kualitas pelayanan sebagai berikut: **“**Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”

Berdasarkan pengertian diatas maka kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi salah satu ukuran keberhasilan dalam memberikan jaminan atas keberhasilan dan juga sebagai pertimbangan pelanggan atau konsumen sebelum membeli suatu produk dan jasa.

Dalam mengukur kualitas pelayanan perusahaan dapat dilihat dari lima dimensi pokok kualitas pelayanan menurut **Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra (2012 :75)** sebagai berikut :

1. **Keandalan (*realiability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.**
2. **Daya tangkap (*responsiveness*), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.**
3. **Jaminan (*assurance*) yaitu mencangkup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan , bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.**
4. **Empati, meliputi kemudahaan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang baik perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.**
5. **Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.**

Berdasarkan pengertian diatas dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang bagus dan terpercaya akan mendapatkan citra yang baik dari pelanggan, karena pelayanan yang baik senantiasa tertanam dibenak pelanggan, sedangkan apabila pelayanan yang diberikan tidak maksimal maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas. Pelanggan bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas, maka dari itu penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa atau produk ditentukan oleh kepuasan pelanggan.

Menurut **Fandy Tjiptono (2012:59)** memberikan definisi tentang kepuasan pelanggan yaitu :“kepuasan pelanggan merupakan respon emosional atau kognitif, respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya) dan respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain)”.

Berdasarkan definisi diatas yang menyangkut komponen kepuasan pelanggan yaitu hasil yang diharapkan oleh konsumen berupa pemikiran atau keyakinan pelanggan dari membeli jasa atau produk perusahaan.

Ada beberapa metode yang digunakan setiap perusahaan untuk mengukut dan memantau kepuasan pelanggan. Salah satu indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut **Fandy Tjiptono (2011:453)** yaitu:

1. **Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)**

**Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.**

1. **Dimensi Kepuasan Pelanggan**

**Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.**

1. **Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)**

**Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.**

1. **Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)**

**Kepuasan pelanggan diukur secara *behavioral* dengan jalan mananyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.**

1. **Kesediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)**

**Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya), keseluruhan pelanggan untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.**

1. **Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Disatisfaction*)**

**Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi:**

1. **Komplain**
2. **Retur atau pengembalian produk**
3. **Biaya garansi**
4. ***Product recall* (penarikan kembali produk dari pasar)**
5. **Gethok tular negatif, dan**
6. ***Defections* (konsumen yang beralih ke pesaing)**

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa kualitas pada setiap pelayanan para produsen yang mampu mengantisipasi dan memenuhi permintaan pelanggan.

Hubungan keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelangan adalah dua konsep yang berbeda namun saling berkaitan erat, sebab kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dan indeks dari kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari setiap peningkatan yang terjadi pada kepuasan pelanggan cenderung diikuti pula oleh meningkatnya persepsi positif terhadap kualitas layanan dan sebaliknya. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memberikan sistem pelayanan yang baik dan tepat juga memperhatokan dan juga memelihara hubungan dengan konsumen agar memberikan dampak positif dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelangan merupakan perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima, apabila harapan tinggi, sementara kenyataan biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya apabila kenyataan melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat, karena harapan yang dimiliki pelanggan cenderung meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman pelanggan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk atau jasa, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu yang lama, pelayanan dikatakan berkualitas apabila konsumen merasa puas, baik pada saat terjadinnya kontak pelayanan maupun disaat pasca menggunakan pelayanan.

### Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan suatu anggapan atau dugaan sementara yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan pemecahan masalah atau penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut: “**Adanya pengaruh positif pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mobil *care* PT. Jaswita Bandung”**

Untuk melengkapi hipotesis maka menggunakan hipotesis statistik, sebagai berikut :

1. H0 : rs <0 :Kualitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y) artinya tidak ada pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.
2. H1 : rs 0 : Kualitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y) artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.



1. sebagai simbol untuk mengatur eratnya hubungan dua variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan (X) : Kepuasan Pelanggan (Y). Alpa (α) : yaitu tingkat keabsahan dengan derajat kepercayaan(simpangan baku) 95% dengan tingkat kekeliruan 5% atau α = 0,05.Apabila terjadi kesalahan / kekeliruan dalam analisis tersebut yangdapat ditoleransi hanya sampai 5%.



## Lokasi dan Lamanya penelitian

1. Dalam penyusunan penelitian ini, maka peneliti melakukan penelitian pada **Mobil*care* PT. Jaswita Bandung** yang beralamatkan di Jalan Jend. Gatot Subroto No. 176 Bandung.
2. Lamanya penelitian dilakukan selama enam bulan terhitung dari bulan Januari 2018 sampai dengan bulan September 2018

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **Tahun** | **2018** | | | | | | | | | | | |
| **Bulan** | **Januari** | | | | **Februari** | | | | **Maret** | | | | **April** | | | | **Mei** | | | | **Juni** | | | |
| **Kegiatan Minggu** | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | **Tahap Persiapan** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | a. Perizinan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | b. Penjajagaan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | c.Penelitian Kepustakaan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | d. Penyusunan Usulan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | **Tahap Pelaksanaan** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | a. Observasi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | b. Wawancara |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | c. Penyebaran Angket |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | e. Penarikan Angket |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | f. Analisis Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | e.SeminarUsulan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | **Tahap Pelaporan** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | a. Pelaporan |  |
|  | b. Sidang Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | c. Perbaikan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Sumber: KegiatanPenelitianSkripsi (2018)*** | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Tabel 1.3  
Jadwal Penelitian