

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Era globalisasi sekarang ini, menuntut perusahaan untuk dapat meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan terhadap konsumen. Saat ini banyak perusahaan yang menghasilkan keuntungan yang minim dan tidak sesuai harapan, hal ini terjadi bukan hanya diakibatkan oleh produk/jasa yang dijual tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, tetapi bisa jadi karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen akan merasa sangat puas apabila pelayanan yang baik juga di ikuti dengan promosi-promosi serta harga yang bersahabat bagi konsumen sehingga perusahaan tersebut bukan tidak mungkin akan menimbulkan pelanggan-pelanggan yang setia.

Tuntutan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik (service excellence) tidak dapat dihindari oleh perusahaan. Tuntutan para penerima layanan untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik harus disikapi sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan

pelanggan sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan, seperti yang diungkapkan (Irawan, 2008: 9), Kepuasan pelanggan adalah persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Kepuasan pelanggan dicapai apabila pelanggan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi konsumen. Konsumenlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Bila kinerja produk/jasa jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya tidak puas tetapi apabila kinerja sesuai harapan atau melebihi harapan, pembelinya merasa puas atau merasa amat gembira. Hal ini sangat berpengaruh karena konsumen tersebut akan merekomendasikan kepada teman-teman atau keluarganya tentang baik-buruknya kualitas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang di berikan oleh karaoke family box kepada pelanggan cukup baik, tidak jauh berbeda dengan pesaingnya (karaoke koro-koro). Dimana kedua karaoke tersebut memiliki ruang tunggu dan ruang untuk bernyanyi yang nyaman, penampilan karyawan kedua karaoke tersebut juga rapi serta santun dan ramah kepada konsumen. Selain itu respon yang diberikan karyawan juga tanggap terhadap keluhan dan permintaan konsumen, kedua karaoke tersebut juga memiliki tempat parkir yang luas serta memiliki tempat beribadah didalamnya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hanya saja yang membedakan kedua karaoke ini yaitu tidak terdapatnya fasilitas lift pada karaoke family box seperti yang dimiliki oleh karaoke koro-koro. Walaupun demikian, pelayanan yang diberikan karaoke family cukup baik dan tidak kalah dari pesaingnya yang mematok harga lebih mahal, karena pihak karaoke family box sangat memperhatikan pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen.

Selain ditinjau dari kualitas suatu pelayanan, faktor harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Harga memainkan peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari jasa tersebut. Dengan kesediaan petunjuk-petunjuk yang bersifat nyata, konsumen mengasosiasikan harga yang tinggi dengan tingkat kinerja suatu produk jasa yang tinggi pula, dan tidak sedikit pula konsumen yang lebih memilih harga murah dengan mengesampingkan kualitas. Harga yang di terapkan oleh family box juga lebih terjangkau di bandingkan oleh pesaingnya yaitu karaoke koro-koro, hal ini yang menjadikan peranan penting bagi perusahaan tersebut untuk menarik konsumen agar menggunakan jasa family box sebagai sarana hiburan mereka.

Berikut adalah daftar perbandingan harga antara karaoke family box dengan pesaingnya (karaoke koro-koro).

Tabel 1.1 Daftar Harga Karaoke Family Box:

Jam	Standard	Executive	Deluxe	Suite	Royal Suite
Senin – Jum'at					
11.00 – 18.00	20k	30k	40k	50k	80k
18.00 – 23.00	40k	50k	60k	80k	140k
23.00 – 02.00	20k	30k	40k	50k	80k

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sabtu					
11.00 – 18.00	30k	40k	45k	60k	90k
18.00 – 02.00	40k	50k	75k	100k	150k
Minggu					
11.00 – 23.00	40k	50k	60k	80k	140k
23.00 – 02.00	20k	30k	40k	50k	80k
Kapasitas	6 orang	8 orang	12 orang	14 orang	24 orang

Sumber: karaoke family box, panam, 2017

Tabel 1.2 Daftar Harga Karaoke Koro-koro

Jam	Small	Medium	Large	VIP	Grand
Senin – Kamis					
10.00 – 19.00	30k	40k	60k	90k	110k
19.00 – 23.00	50k	60k	90k	130k	160k
23.00 – 02.00	30k	40k	60k	90k	110k
Jum'at					
10.00 – 18.00	30k	40k	60k	90k	110k
19.00 – 23.00	50k	60k	90k	130k	160k
23.00 – 02.00	40k	50k	70k	100k	120k
Sabtu					
10.00 – 19.00	30k	40k	60k	90k	110k
19.00 – 02.00	60k	70k	100k	150k	200k
Minggu					
10.00 – 18.00	40k	50k	70k	100k	120k
19.00 – 23.00	40k	50k	70k	100k	120k
23.00 – 02.00	40k	50k	70k	100k	120k
Kapasitas	5 orang	10 orang	12 orang	20 orang	25 orang

Sumber: karaoke koro-koro, 2018

Dapat dilihat berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 bahwa harga yang diterapkan oleh karaoke family box lebih murah dibandingkan harga yang di patokkan oleh karaoke koro-koro.

Harga yang lebih murah tersebut akan menimbulkan daya tarik masyarakat untuk lebih memilih menggunakan jasa karaoke family box tersebut di sela-sela aktivitas/kesibukan yang melelahkan mereka. Harga/tarif yang ditetapkan pihak family box yang lebih murah dibandingkan pesaingnya ini, secara tidak langsung akan mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa karaoke family box.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain harga, maka variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah promosi. Bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen sehingga penilaian konsumen terhadap promosi produk atau jasa secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan image yang bagus terhadap suatu produk atau jasa tersebut. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen terhadap sebuah produk atau jasa. Menurut **Kotler dan Keller (2009:172)** promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Karena sifatnya yang unik, promosi dapat memenuhi tujuan komunikasi tertentu yang tidak dapat dicapai dengan teknik lain. Pada karaoke family box ini selain memberikan harga yang lebih murah, family box juga memberikan promosi yang lebih gencar dan lebih banyak dibandingkan pesaingnya.

Berikut ini data perbandingan promosi yang dilakukan oleh karaoke family box dan karaoke koro-koro.

Tabel 1.3 Promosi Karaoke Family Box

Media Promosi	Promo yang di berikan
1. Spanduk	1 Nyanyi 1 jam free 1 jam
2. BBM	2 Nyanyi 2 jam free 1 jam
3. Instagram	3 Nyanyi 2 jam free 2 voucher
4. Facebook	4 Karaoke di atas 100k mendapat kartu undian yang berhadiah smartphone xiaomi
5. SMS	5 Diskon 15-30% room dan food
	6 Hanya Rp 5.500/jam dengan menukarkan SMS yang didapat dari Family Box

Sumber: karaoke family box, panam pekanbaru 2018.

Tabel 1.4 Promosi Karaoke Koro-koro

Media	Promo yang diberikan
1. Instagram 2. BBM	1. Nyanyi 2 jam gratis 1 jam

Sumber: karaoke koro-koro 2018.

Berdasarkan tabel 1.3 dan 1.4 dapat dilihat bahwa karaoke family box lebih dominan dalam melakukan promosi dibandingkan pesaingnya. Hal ini secara tidak langsung akan mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa karaoke family box tersebut.

Hiburan karaoke saat ini sedang diminati oleh masyarakat karena bentuk usaha ini memberikan kenyamanan sesuai kebutuhan konsumen dan cukup menghibur para konsumennya. Selain mencari keuntungan, karaoke berkewajiban untuk selalu meningkatkan bentuk pelayanan kepada konsumen dan juga harus dapat memberikan pelayanan terbaik tanpa mengenyampingkan faktor harga dan promosi untuk mencapai kepuasan pelanggan atau masyarakat, karena pelayanan yang baik serta memberikan promosi dan harga yang terjangkau akan membuat konsumen merasa puas terhadap perusahaan dan akan menciptakan perilaku konsumen yang menguntungkan bagi perusahaan. Dalam upaya meningkatkan kualitasnya, karaoke telah banyak memberikan pelayanan kepada masyarakat tidak hanya produk yang dipasarkan tetapi juga dalam bentuk pelayanan jasa. Dengan begitu pesatnya perkembangan bisnis-bisnis karaoke di Pekanbaru tentunya pemilik karaoke harus beradu kreatif demi memperebutkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Salah satu objek bisnis hiburan karaoke ini adalah karaoke Family Box, yang sudah tidak asing lagi bagi para warga masyarakat kota Pekanbaru terlebih dari kalangan anak muda dan pecinta seni khususnya dibidang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

olah vocal. Salah satu usaha yang dilakukan dalam realisasi terciptanya ide kreatif dalam hal tujuan mengajak pelanggan sebanyak-banyaknya adalah dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, tentunya untuk memberikan kepuasan tersebut pihak manajemen karaoke Family Box harus berusaha keras memberikan kualitas pelayanan semaksimal mungkin. Sehingga tujuan dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan dapat tercapai dan karaoke family box akan lebih diminati oleh pelanggan. Family box merupakan tempat karaoke yang menyediakan pelayanan yang cukup baik dan tidak kalah dengan para pesaingnya. Usaha ini sangat tergantung dari faktor kualitas pelayanan, harga, fasilitas, serta promosi yang ada di dalamnya.

Beberapa hal diatas mengenai kualitas pelayanan, harga dan promosi dalam menjaga kepuasan pelanggan adalah kunci utama bagi semua bisnis ini. Karaoke Family Box memiliki fasilitas alat-alat yang memudahkan konsumen, karena karaoke family box didukung oleh fasilitas yang serba digital dan list song yang selalu update membuat pelanggan senang dengan memilih lagu kesukaanya sendiri. Tempat Hiburan karaoke Family Box merupakan tempat karaoke yang sering dikunjungi oleh masyarakat kota Pekanbaru.

Berikut ini adalah data mengenai jumlah konsumen yang menggunakan jasa hiburan karaoke Family Box dalam hitungan lima tahun terakhir (2012-2016):

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.5 Data Pengunjung Karaoke Family Box, Panam Pekanbaru, Tahun 2012-2016

No.	Tahun	Jumlah	Persentase
1	2012	51.120	-
2	2013	65.184	27,51%
3	2014	56.256	-13,69%
4	2015	46.168	-17,93%
5	2016	54.882	18,87%
Jumlah		273610	

Sumber: Family Box, Panam, Pekanbaru, 2017

Jika melihat dan merujuk pada data di atas, terlihat bahwa animo/keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa karaoke ini mengalami penurunan sejak tahun 2014. Berdasarkan observasi awal bahwa berkurangnya animo masyarakat untuk menggunakan jasa Family box ini disebabkan karena hadirnya pesaing seperti karaoke Koro-Koro yang dapat menjadikan pilihan lain untuk mendapatkan jasa hiburan selain family box, selain itu jasa hiburan lainnya yang dapat menyebabkan penurunan konsumen family box yaitu karna banyaknya jasa hiburan yang dapat dinikmati selain jasa karaoke, misalnya adanya beberapa cafe yang berada tidak jauh dari kawasan family box juga menawarkan jasa tempat nongkrong dengan suguhan live musik yang memberikan kesempatan kepada para tamunya untuk berpartisipasi dalam menyumbangkan sebuah lagu yang pada akhirnya juga membuat jumlah konsumen makin menurun pada tahun 2015. Sehingga pada awal tahun 2016 pihak family box terpaksa membuat strategi dengan cara menurunkan harga atau membuat promosi dalam usahanya tersebut

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agar dapat bersaing dengan para pesaingnya. Sehingga pada pra survei yang saya lakukan dengan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dengan menggunakan ketiga variabel di atas menghasilkan hal yang positif, yang mana pada pra survei yang menggunakan 20 responden di dapat hasil CSI sebesar 74,07% atau berada dalam kategori puas. Menyikapi hal ini maka, pihak manajemen karaoke family box sebaiknya segera melakukan antisipasi dengan melakukan beberapa strategi dalam penawaran jasa tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti sangat tertarik dengan masalah tersebut untuk dikaji dalam sebuah karya ilmiah. Dan untuk kepentingan penulisan maka peneliti merumuskan judul penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Karaoke Family Box, Panam, Pekanbaru”**.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2 Rumusan Masalah

Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen karaoke family box, panam, pekanbaru?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen karaoke Family Box, panam, pekanbaru?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen karaoke Family Box, panam, pekanbaru?
4. Apakah pelayanan, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen karaoke Family Box, panam, pekanbaru.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apakah faktor pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen karaoke Family Box, panam, pekanbaru.
2. Untuk mengetahui apakah faktor harga secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen karaoke Family Box, panam, pekanbaru.
3. Untuk mengetahui apakah faktor promosi secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen karaoke Family Box, panam, pekanbaru.
4. Untuk mengetahui dari faktor-faktor tersebut, faktor manakah yang lebih dominan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen karaoke Family Box.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a) Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi pemasaran guna untuk mengembangkan bisnis usaha mereka.

b) Bagi Penulis

untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan penulis tentang kepuasan konsumen.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini lebih sistematis dan terarah maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang berisi uraian mengenai landasan-landasan teori yang relevan dan materi penelitian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan gambaran umum tentang objek penelitian, struktur organisasi, dan aktifitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini di kemukakan mengenai hasil penelitian yang berhubungan dengan variable penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini penulis membuat kesimpulan dan saran sebagai masukan bagi manajeen pemasaran.