BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu dan sebagainya.[1]

Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk makanan untuk memasuki pasar umat muslim. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan

[1] Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: LPPI, 2009), hal. 178

label halal. Produk halal adalah produk yang memenuhi syariat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu bahan yang tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi, tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan (seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, dan kotoran-kotoran), semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut syariat islam, dan semua makanan dan minuman tidak mengandung khamar.[2]

Pemegang sertifikat MUI bertanggung jawab untuk memelihara kehalalan produk yang diproduksinya, dan sertifikat halal ini dapat dipindah tangankan. Peraturan pemerintah No. 69 tahun 1999 pada pasal 1 ayat 3: Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan yang selanjutnya dalam peraturan pemerintah ini disebut Halal.[3]

Keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan manusia. UU No. 7 tahun 1999 pasal 1 ayat 4 keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia dan benda lain yang dapat

---

[2] Girindra A, *Pengukir Sejarah Sertifikat Halal : LP-POM* (Jakarta, 2005), hal. 67

[3] PP RI, Nomor 69 Tahun 1996, *Label dan Iklan Pangan* (Diakses pada tgl 8 November 2018)

merugikan dan membahayakan kesehatan manusia. Peraturan tentang jaminan produk Halal, kebijakan itu menambah biaya memperpanjang jalur birokrasi sertifikasi dan tidak sesuai dengan ketentuan peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan pangan yang didasarkan pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

Ketatnya persaingan bisnis industri makanan menuntut perusahaan untuk lebih mengetahui hak-hak konsumen yaitu, meningkatkan produk-produk makanan yang bermutu dan aman. Salah satu hak konsumen adalah adanya informasi label halal pada produk makanan dalam kemasan. Label halal sangat dibutuhkan bagi konsumen muslim yang berada di negara Indonesia khususnya dan bagi negara muslim lain yang ada di seluruh dunia. Umat muslim mempunyai kebutuhan khusus sesuai syari'at Islam untuk memakan makanan yang halal dan thayyib tetapi hal tersebut tidak semudah zaman dulu yang belum ada perkembangan teknologi canggih, oleh karena itu untuk memudahkan memakan makanan yang halal dengan mengetahui adanya label halal pada kemasan produk tersebut.

Adapun firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah (168) dan QS. Al-Ma'idah (87), yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-*

langkah setan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu". (QS: Al-Baqarah: 168).[4]

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya:*"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas".* (QS: Al-Ma'idah: 87).[5]

Makanan yang halal pada hakikatnya adalah makanan yang didapat dan diolah dengan cara yang benar menurut agama. Sedangkan makanan yang baik dapat dipertimbangkan dengan akal dan ukuran kesehatan. Artinya makanan yang baik adalah makanan yang berguna bagi tubuh dan tidak membahayakan dilihat dari sudut pandang kesehatan. Makanan yang baik lebih bersifat kondisional tergantung situasi dan kondisi manusia. Walaupun makanan itu halal secara agama tetapi jika dikonsumsi secara berlebihan akan menimbulkan penyakit gaya hidup halal dapat dimulai dengan menekankan pentingnya memastikan produk makanan halal dijamin dengan melihat ada tidaknya label halal yang ditunjukkan. Label halal pada suatu produk makanan dapat digunakan sebagai panduan bagi konsumen Muslim untuk memilih atau membeli produk makanan atau minuman.[6]

---

[4] Kementerian Urusan Keislaman, Wakaf, Dakwah dan Bimbingan Islam Kerajaan Arab Saudi, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Madinah: Kompleks Percetakaan Al-Qur'an Raja Fahad, 2013), hal. 41

[5] *Ibid…,* hal. 176

[6] http://www.nu.or.id/post/read/74477/anjuran-islam-mengkonsumsi-makanan-halal-dan-sehat. (Diakses pada tgl 8 November 2018)

Masyarakat banyak bertanya, bagaimana mereka mengetahui bahwa suatu produk itu halal atau tidak jika mempunyai label. Dalam hal ini MUI memang tidak berdaya, sebab masalah label adalah haknya pemerintah, MUI akan mendukung labelisasi melalui sertifikasi yang dikeluarkan oleh LP-POM. Pada tahun 1996 setelah mengalami diskusi yang panjang maka dapatlah dicapai kerjasama antara Depkes-Depag-MUI tentang label halal. Hingga saat ini, piagam kerjasama tersebut menjadi landasan tindak bagi pihak terkait dalam melaksanakan sertifikasi dan labelisasi.[7]

Selain label halal, salah satu persoalan konsumen dalam memilih produk adalah harga dari produk itu sendiri. Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

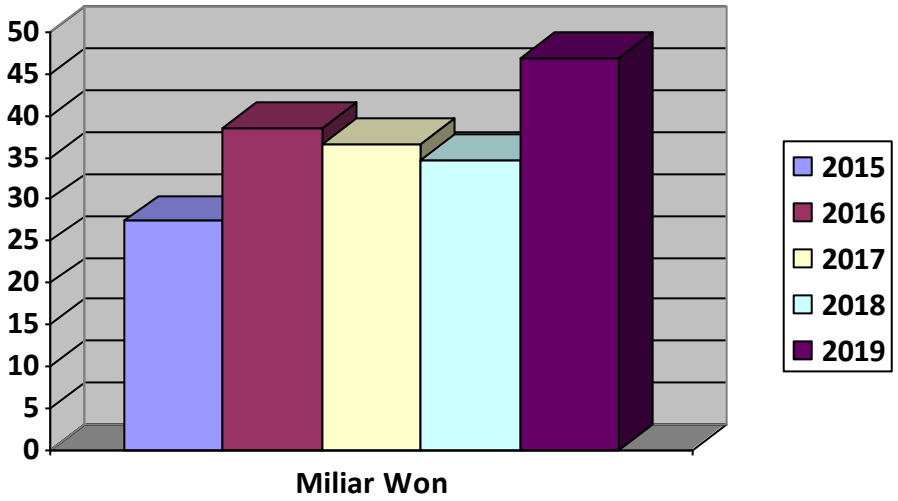
Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak maksimal yang mengakibatkan jumlah penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan

[7] https://staff.blog.ui.ac.id/wiku-a/files/2009/02/kebijakan-nasional-mui-dan-bpom-dalam-labeling-obat-dan-makanan_edited.pdf. (Diakses pada tgl 8 November 2018)

harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan meningkat.

Dilansir dari Korea JoongAng Daily, Asia tenggara termasuk Indonesia berkontribusi 35% terhadap total pasar dari Mie Samyang pada 2018. Viralnya Samyang challenge telah membuat perusahaan Samyang mencapai rekor ekspor tertinggi di tahun 2019 dibanding tahun sebelumnya.

Tabel 1.1
Penjualan Mie Samyang



Sumber: JoongAng Daily

Kehalalan dan harga produk sangat berdampak terhadap keputusan pembelian. Sebagai contoh penelitian adalah mie samyang. Makanan yang berasal dari Korea ini menjadi sangat terkenal di Indonesia. Hanya saja, sebenarnya nama mie ini bukanlah samyang, mie instan ini bernama Buldalk Bokkeummyeon, sedangkan samyang adalah nama perusahaan yang memproduksi mie tersebut yaitu Samyang Foods. Hanya karena

hurufnya yang bisa dibaca oleh orang Indonesia (huruf romanji) di dalam kemasan mie nya itu Samyang, jadi mie ini disebut mie samyang. Padahal samyang itu adalah perusahaan pembuatannya. Minat yang tinggi pada mie samyang ini dibuktikan lewat angka penjualannya yang fantastis, setelah market place Indonesia, elevenia mencatat dalam satu hari, transaksi jual beli mie samyang ini angka penjualan mencapai 9.210 bungkus mie, ini hanya angka penjualan dalam satu hari saja. Angka ini cukup mengejutkan karena harga jual mie samyang sendiri terbilang jauh lebih mahal dibanding jenis mie instan lain yang ada di Indonesia. Namun harga jual yang cukup mahal ini ternyata tidak mempengaruhi tingkat konsumerisme warga Indonesia.[8]

Faktor adanya pencantuman label halal, konsumen lebih merasa aman dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk atau makanan tersebut. Selain itu, konsumen juga mendapatkan jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang tidak halal dan diproduksi dengan cara yang halal dan beretika. Sedangkan bagi produsen, pencantuman label halal dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Produk yang bersertifikat halal memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk yang tidak mencantumkan label tersebut. Faktor harga juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Harga adalah sarana dimana perusahaan harus

[8] https://www.cnnindonesia.com/dalam-sehari-samyangindonesia. (Diakses pada tgl 8 November 2018)

bermarkas melakukan operasi. Harga juga merupakan faktor yang menetukan keberhasilan suatu usaha.[9]

Kebutuhan konsumen saat ini sudah mengarah pada gaya hidup yang menuntut konsumen untuk menentukan pilihan-pilihan pada barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Salah satu produk yang mengikuti selera konsumen yaitu mie instan, sebagai contoh yaitu mie samyang. Mie samyang adalah jenis mie dengan ciri khas yang sangat pedas. Seiring dengan berkembangnya berbagai merek mie instan dipasaran membuat perusahaan mie instan dituntut untuk bersaing dan berinovasi sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Gaya hidup masyarakat sekarang juga dapat sangat membantu perusahaan dalam menarik minat beli masyarakat. Gaya hidup yang mencerminkan kelas sosial suatu golongan masyarakat dapat dilihat dari produk yang digunakannya. Jika suatu produk sudah memiliki kualitas yang baik sehingga membangun citra yang baik di benak konsumen, maka perusahaan tidak perlu ragu untuk membuat produk dengan harga diatas rata-rata.

Dengan adanya kualitas yang baik maka konsumen pastinya juga akan merasa puas. Konsumen yang merasa puas akan memiliki kepercayan yang tinggi pada suatu produk dan tidak akan berpindah ke produk lain, bahkan ikut mempromosikan produk tersebut kepada orang lain calon konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Kepercayaan adalah

[9] Philip Kotler & Nancy Lee, *Pemasaran Di Sektor Publik* (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hal. 108

ekspektasi yang dipegang oleh individu bahwa ucapan seseorang dapat diandalkan. Membangun kepercayaan terhadap konsumen bukanah suatu pekerjaan yang mudah dalam kondisi persaingan yang semakin tajam.

Alasan peneliti tertarik meneliti produk mie samyang karena rasanya yang khas super pedas. Rasa pedas yang sangat begitu pedas ini membuat para penikmatnya pun ingin terus mengkonsumsinya. Selain rasa yang khas super pedas, porsi yang dua kali lipat dari mie instan biasanya Dan penelitian ini dilakukan pada mahasiswa IAIN Tulungagung khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah karena asumsi peneliti, kampus IAIN Tulungagung merupakan kampus yang bernuansa Islami dimana mahasiswa adalah pengguna aktif media sosial, dan tentu saja mengetahui informasi terkini dari produk Mie Samyang. Banyak mahasiswa yang menyukai produk mie instan tersebut terutama anak kos karena cara memasaknya cukup mudah dan tidak membutuhkan waktu yang cukup lama.

Peneliti berasumsi setidaknya seluruh mahasiswa IAIN Tulungagung khususnya mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah yang mengetahui hukum Islam. Mereka lebih banyak mengikuti mata kuliah tentang hukum jual beli dalam Islam baik dari segi hukum Islam maupun hukum positif.

Dari latar belakang tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Mie**

Samyang" (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel labelisasi halal terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung?
5. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel labelisasi halal, harga, gaya hidup dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel labelisasi halal terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung
5. Untuk menguji signifikansi variabel labelisasi halal, harga, gaya hidup dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran yaitu tentang labelisasi halal, harga, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian Mie Samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemilik perusahaan Mie Samyang dalam memasarkan produknya.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak, terutama yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran. Serta untuk menambah koleksi perbendaharaan perpustakaan di IAIN Tulungagung.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti mengenai manajemen pemasaran. Penulisan skripsi ini juga dapat memeperkaya khasanah kajian ilmiah di bidang pemasaran,

khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam hubungannya dengan keputusan membeli.

E. Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian

Agar penelitian ini jelas dan mudah dipahami maka ruang lingkup dan batasan penelitian mencakup beberapa hal yang akan dibahas, diantaranya:

1. Objek Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung
2. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung yang pernah mengkonsumsi Mie Samyang.
3. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung yang pernah merekomendasikan Mie Samyang kepada orang lain.

F. Penegasan Istilah

Karena adanya keterbatasan waktu, dana dan teori-teori supaya peneliti dapat dilakukan secara lebih mendalam, maka tidak semua masalah akan diteliti. Untuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda, maka dalam pembahasan ini penulis memberi penegasan judul untuk menguraikan kata-kata sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.[10]

[10] Kamus Besar Bahasa Indonesia

b. Labelisasi Halal

Labelisasi halal merupakan pencantuman pernyataan halal pada kemasan suatu produk yang bertujuan agar masyarakat muslim mengetahui bahwa produk tersebut berstatus halal.[11]

c. Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan pelayanannya.[12]

d. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.[13]

e. Kepercayaan

Kepercayaan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual produk dalam pemakainya.[14]

f. Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk

---

[11] Rungkuti Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), hal. 8

[12] Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2010), hal. 273

[13] Philip Kotler dan Amstrong, *Manajemen Pemasaran: Edisi Millenium*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal 154

[14] Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran Cet. 5*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hal 102

mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih salah satu diantaranya.[15]

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang akan diteliti. Dari penelitian yang berjudul "Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung" adalah untuk menguji seberapa signifikan pengaruh variabel label halal, harga, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian mie samyang pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari enam bab. Masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan penejelasan secara terperinci, sistematis dan berkesinambungan agar dapat dipahami dengan baik. Diantara sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini dikemukakan tentang latar belakang masalah yang berkaitan dengan fenomena-fenomena sesuai dengan judul penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan

[15] Setiadi J. Nugroho, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Penelitian Pemasaran,* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 413

penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi Landasan Teori yang akan dipaparkan yakni terdiri dari: Teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, dan seterusnya (jika ada), kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampling, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian. Isntrumen ini digunakan untuk menggali data-data di lapangan. Sehingga kita mendapatkan data yang akan diolah pada bab selanjutnya.

BAB IV. HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan secara detail data atau hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis. Lebih detail lagi pemaparan tentang temuan penelitian, pemaparan data tersebut selanjutnya akan dibaca dengan sintesis antara teori dan data di bab V.

BAB V. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian. Dengan sistematika pembahasan berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan pada bab I. Serta dalam bab V ini mendeskripsikan dan membaca data dengan perspektif teori yang disuguhkan pada bab II.

BAB VI. PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran peneliti yang dilakukan berdasarkan analisis data dan temuan di lapangan. Pada bab penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.