

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk tetap menjaga stabilitas dan terus mengembangkan usahanya ke arah yang lebih baik lagi. Saat ini bisnis yang berkembang sangat pesat adalah industri kosmetik. Kosmetik menjadi kebutuhan dasar yang penting bagi masyarakat, karena seseorang dituntut berpenampilan menarik di depan khalayak umum. Dengan adanya permintaan pasar yang semakin meningkat akan kosmetik tersebut, menjadikan para produsen kosmetik saling bersaing dalam hal memasarkan produknya yang dapat memenuhi harapan para konsumen.

Salah satu toko yang menjual berbagai macam produk kosmetik adalah Bintang Shop Trenggalek. Toko ini menyediakan macam-macam kosmetik seperti kosmetik rias dan kosmetik perawatan. Produk yang ditawarkan tentu saja produk kosmetik yang telah berlabel halal. Dalam memasarkan produk kosmetiknya, pemilik toko berusaha menyediakan produk-produk yang berkualitas yang dapat memberi manfaat kepada para konsumennya.<sup>2</sup> Toko Bintang Shop ini cukup dikenal masyarakat sekitar. Keberadaan toko ini merupakan tempat berbelanja produk kosmetik yang cukup strategis dan mudah dijangkau, karena alat transportasi mudah

---

<sup>2</sup> Retno Tri Yuliana, *Hasil Wawancara Pemilik Toko Bintang Shop Trenggalek*, 12 Oktober 2021

ditemui dan terletak di pusat keramaian.

Dibanding toko kosmetik lain di daerah setempat toko Bintang Shop ini lebih unggul dikarenakan toko Bintang Shop melayani pembelian konsumen secara online. Selain itu, toko Bintang Shop juga melayani *reseller*. Dalam hal memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, pemilik toko harus memberi penjelasan mengenai manfaat produk serta bagaimana cara penggunaan produk tersebut, sehingga konsumen tidak kesulitan dalam hal memahami produk yang ditawarkan.

Berikut ini data penjualan toko Bintang Shop Trenggalek pada bulan Januari sampai September 2021:

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Toko Bintang Shop Trenggalek**  
**Bulan Januari – September 2021**

No.	Bulan	Total Penjualan (Rp)	Prosentase Kenaikan/Penurunan
1.	Januari	358.500.000	-
2.	Februari	375.250.000	4,67%
3.	Maret	405.110.000	7,96%
4.	April	401.325.000	-0,93%
5.	Mei	417.400.000	4%
6.	Juni	399.150.000	-4,37%
7.	Juli	422.750.000	5,91%
8.	Agustus	437.425.000	3,47%
9.	September	410.200.000	-6,22%

Sumber: Data Toko Bintang Shop Trenggalek

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa omzet penjualan toko Bintang Shop Trenggalek mengalami ketidakstabilan pada penjualan periode Januari – September 2021. Pada bulan April terjadi penurunan

omzet penjualan sebesar 0,93%, pada bulan Juni juga menurun sebesar 4,37% dan pada bulan September kembali menurun sebesar 6,22%. Apabila penurunan ini tidak diatasi maka akan mengganggu kelangsungan usaha toko Bintang Shop Trenggalek.

Kondisi ini terjadi karena adanya berbagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Tidak jarang konsumen membatalkan pembelian dan memilih toko lain. Salah satu penyebabnya menurut dugaan sementara yaitu karena kurang lengkapnya produk yang ditawarkan toko Bintang Shop. Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan konsumen serta masyarakat sekitar.

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang dibuat individu karena adanya rangsangan baik dari luar maupun dari dalam yang akhirnya mempengaruhi individu tersebut dalam melakukan suatu tindakan.<sup>3</sup> Pengambilan keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai proses pemecahan masalah dimana semakin banyak produk yang beredar di masyarakat sehingga diperlukan pertimbangan bagi masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian.<sup>4</sup> Proses pengambilan keputusan diawali karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, konsumen memerlukan informasi terkait beberapa

---

<sup>3</sup> A Amron, "Effect Of Product Quality, Price, And Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product", *Archives of Business Research*, Vol. 6, No. 4, 1-8, (Semarang: Dian Nuswantoro University, 2018), hal. 1

<sup>4</sup> Khori Nadila dan Osly Usman, "Effect Of Product Quality, Price And Brand Image On The Buying Decision", dalam [https://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3637394](https://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3637394), 2020, diakses pada 22 September 2021 pukul 05.00

alternatif yang tersedia, sehingga perlu dilakukan evaluasi dengan tujuan memperoleh alternatif yang terbaik dari persepsi konsumen.

Dalam proses pembelian, konsumen menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkan.<sup>5</sup> Awalnya konsumen melakukan pembelian karena untuk memenuhi kebutuhan. Namun, tidak sekedar memenuhi kebutuhan melainkan juga untuk memuaskan keinginan. Ada hal lain yang diharapkan konsumen dalam melakukan pembelian. Seperti menginginkan barang yang murah, bermutu, dan mudah didapat. Oleh sebab itu, penting sekali bagi para pelaku usaha untuk memahami perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok ataupun organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan sekitar.<sup>6</sup> Apabila pelaku usaha mengetahui perilaku konsumen dalam membuat dan mengambil keputusan pembelian, maka pelaku usaha dapat memproduksi dan memasarkan produknya secara efektif.<sup>7</sup>

Dalam memilih tempat perbelanjaan, konsumen memiliki kriteria-kriteria tertentu. Kriteria tersebut menjadi faktor penting karena hal tersebut akan menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan bagi

---

<sup>5</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hal. 13

<sup>6</sup> A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hal. 4

<sup>7</sup> Ninin Non Ayu Salmah, "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang", *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 15, No. 1, 1-13, (UPGRI Palembang, 2015), hal. 1-2

konsumen untuk memilih toko mana yang akan dikunjungi dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh sebab itu, pihak toko harus memahami apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan para konsumen.

Sebelumnya peneliti telah melakukan pengamatan dan wawancara secara langsung pada beberapa konsumen yang berbelanja di toko Bintang Shop Trenggalek. Adapun hasil wawancara pada saudari Khusna yaitu “Tidak setiap kali saya datang ke toko ini saya merasa puas. Saat saya datang ke toko ini barang yang saya butuhkan kadang tersedia, tetapi kadang juga tidak tersedia. Sehingga saya harus pergi ke toko lain jika barang yang saya butuhkan tidak tersedia di toko ini. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan pemilik toko masih kurang maksimal. Dalam melayani konsumennya, pemilik toko masih terlihat cemberut. Mengenai harganya tidak terlalu berbeda dengan toko lainnya.”<sup>8</sup>

Saudari Adelia menyampaikan bahwa “Saya cukup puas setelah membeli produk kosmetik di toko ini, harga kosmetiknya lebih murah jika dibandingkan dengan toko lain. Selain itu, pemilik toko juga ramah saat melayani konsumen. Namun, tidak setiap kali saya datang ke toko ini barang yang saya butuhkan itu tersedia. Terkadang saya harus pergi ke toko lain jika barang yang saya butuhkan tidak tersedia di toko ini.”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Khusna, *Hasil Wawancara dengan Konsumen*, 13 Oktober 2021

<sup>9</sup> Adelia, *Hasil Wawancara dengan Konsumen*, 13 Oktober 2021

Selanjutnya saudari Aulia menyampaikan bahwa “Produk yang dijual di toko ini masih kurang lengkap. Harganya cukup terjangkau dan jika dibandingkan dengan toko lain tidak terlalu jauh perbedaannya.”<sup>10</sup>

Hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan persepsi antara satu konsumen dengan konsumen lainnya. Dengan adanya perbedaan persepsi tersebut, diharapkan pihak toko dapat menciptakan strategi untuk mempertahankan usahanya, seperti melengkapi varian produk di toko, meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di toko, sehingga para konsumen tidak akan pindah ke toko lain untuk melakukan pembelian.

Dasar dari pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah pertimbangan atas harga. Harga produk pada dasarnya adalah jumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk menikmati produk tersebut.<sup>11</sup> Harga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Pemilik toko harus menciptakan strategi penetapan harga yang tepat terhadap produk yang ditawarkan. Jika harga yang ditetapkan sesuai dengan daya beli konsumen, maka konsumen akan menerima harga tersebut dan produknya akan laku.

Strategi penetapan harga merupakan hal yang penting dalam menarik perhatian konsumen. Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian

---

<sup>10</sup> Aulia, *Hasil Wawancara dengan Konsumen*, 13 Oktober 2021

<sup>11</sup> Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hal. 13

semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Namun, konsumen memiliki persepsi sendiri mengenai harga, yaitu semakin tinggi harga suatu produk maka semakin tinggi pula kualitas produk yang ditawarkan.<sup>12</sup>

Kelengkapan produk juga menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler, kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, ataupun dikonsumsi oleh konsumen. Produk yang dibeli tersebut dapat memenuhi kebutuhan ataupun memberikan manfaat pada konsumen. Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk dengan variasi yang lengkap menyangkut kedalaman, luas, serta kualitas keragaman barang yang ditawarkan penjual.

Ketersediaan barang dalam suatu pasar swalayan meliputi variasi merek yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, macam-macam rasa dari suatu produk yang akan dibeli.<sup>13</sup> Penyediaan kelengkapan produk yang baik akan menarik konsumen dalam melakukan pembelian. Semakin lengkap suatu toko menawarkan produknya maka keputusan pembelian semakin tinggi dan sebaliknya apabila kelengkapan produk

---

<sup>12</sup> Maria Aghata, "Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung", *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 3, No. 2, 27-35, (STKIP PGRI Tulungagung, 2018), hal. 29

<sup>13</sup> Rosa Lemana dan Juwardi, "Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Toko H. Uding Cisauk Tangerang)", *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1, No. 1, 1-19, (Banten: Universitas Pamulang, 2017), hal. 2

suatu toko kurang baik maka keputusan pembelian juga akan semakin rendah.

Faktor lain yang tidak kalah penting yang perlu diperhatikan pelaku usaha adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan *service* yang dihasilkan perusahaan.<sup>14</sup> Kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.<sup>15</sup>

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan strategi pemasaran yang perlu diperhatikan pemilik toko dalam pemenuhan keinginan konsumen. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi, pemilik toko harus memberikan layanan yang dapat diterima dan dirasakan konsumen sesuai dengan harapannya. Semakin baik kualitas pelayanan suatu toko maka keputusan pembelian konsumen juga akan semakin tinggi dan semakin buruk kualitas pelayanan suatu toko maka keputusan pembelian konsumen juga semakin rendah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti memandang penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh harga, kelengkapan produk, dan

---

<sup>14</sup> Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2, 265-289, (Universitas Telkom, 2016), hal. 266

<sup>15</sup> Alfredo Dwitama Soenawan dan Edward Stephen Malonda, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya", *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 3, No. 2, 395-409, (Universitas Kristen Petra, 2015), hal. 398



kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Bintang Shop Trenggalek”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Banyaknya persaingan antar pelaku usaha, mengharuskan para pelaku usaha untuk memahami bagaimana perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Pelaku usaha harus melakukan kegiatan pemasaran sebaik mungkin agar pelanggan merasa puas sehingga menumbuhkan kepercayaan pada diri mereka.
2. Semakin banyaknya produk yang beredar di masyarakat, menjadikan masyarakat lebih selektif dalam memilih produk apa yang akan dibeli. Masyarakat akan dihadapkan dengan berbagai alternatif yang ada. Selain itu, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut menjadikan suatu pertimbangan bagi para konsumen dalam membeli dan menggunakan sebuah produk.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek?
2. Apakah kelengkapan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek?
4. Apakah harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek.
2. Untuk menguji apakah kelengkapan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek.
3. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek.

4. Untuk menguji apakah harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk kepentingan ilmiah maupun kepentingan terapan. Adapun manfaat tersebut yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran tentang kerangka teori mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan kaitannya dengan bidang pemasaran.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Pelaku Usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran para pelaku usaha dalam mengambil kebijakan untuk pemasaran produknya serta mengembangkan usahanya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam memahami dampak dari adanya faktor harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

- b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang pemasaran suatu produk, menjadi

bahan referensi atau rujukan dan tambahan kepustakaan di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian yang sama dengan menambah variabel yang berbeda.

**F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Agar masalah yang dibahas terarah, maka pada penelitian ini diperlukan pembatasan masalah. Adapun masalah yang dibatasi dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang diteliti adalah konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek.
2. Penelitian ini hanya mengkaji tentang faktor harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

**G. Penegasan Istilah**

Adapun definisi konseptual dan operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Harga

Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.

Harga menyampaikan posisi nilai suatu produk atau merek perusahaan ke pasar.<sup>16</sup>

b. Kelengkapan Produk

Menurut Kotler, kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, ataupun dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen.<sup>17</sup> Produk yang dibeli tersebut dapat memenuhi kebutuhan ataupun memberikan suatu manfaat pada konsumen. Karakteristik produk yang meliputi aspek fisik produk, melainkan terdapat aspek non fisik seperti citra dan jasa yang dapat dilihat.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk, dan *service* yang dihasilkan perusahaan.<sup>18</sup>

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan

---

<sup>18</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 67

<sup>19</sup> Rosa Lemana dan Juwardi, "Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Toko H. Uding Cisauk Tangerang)", *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1, No. 1, 1-19, (Banten: Universitas Pamulang, 2017), hal. 2

<sup>20</sup> Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2, 265-289, (Universitas Telkom, 2016), hal. 266

pembelian.<sup>19</sup> Maksudnya adalah sebelum seseorang melakukan suatu pembelian, orang tersebut akan dihadapkan beberapa pilihan alternatif yang ada, sehingga orang tersebut harus memilih salah satu diantaranya.

## 2. Definisi Operasional

Penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada toko Bintang Shop Trenggalek” ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh faktor harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

## H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul luar, halaman sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### 2. Bagian Utama

a. Bab I merupakan pendahuluan yang memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian. Berisi uraian yang

---

<sup>21</sup> Ade Candra Gunawan dan Febsri Susanti, “Pengaruh Bauran Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang”, dalam <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>, 2019, diakses pada 7 Oktober 2021 pukul 18.40

terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika pembahasan.

- b. Bab II merupakan landasan teori yang berisi pembahasan semua variabel yang didasarkan pada teori-teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, serta hipotesis penelitian.
  - c. Bab III adalah metode penelitian yang berisi uraian tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel, skala pengukuran, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.
  - d. Bab IV merupakan hasil penelitian yang berisi uraian tentang deskripsi data dan uraian hasil pengujian hipotesis.
  - e. Bab V berisi uraian tentang pembahasan penelitian.
  - f. Bab VI adalah penutup yang berisi uraian tentang kesimpulan peneliti berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, serta saran-saran dari hasil analisis data yang dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan karena adanya penelitian ini.
3. Bagian Akhir
- Bagian akhir terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.