

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi salah satu kunci keberhasilan. Loyalitas pelanggan tidak hanya mencerminkan kepuasan mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga menunjukkan kepercayaan yang telah terbentuk antara perusahaan dan konsumen. Loyalitas merupakan komitmen berkelanjutan pelanggan untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk atau layanan tertentu secara konsisten di masa depan, terlepas dari dampak kontekstual dan upaya pemasaran yang dapat menyebabkan perubahan perilaku.<sup>2</sup> Loyalitas ini sangat penting karena pelanggan yang loyal cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan.

Industri ritel, khususnya supermarket, merupakan salah satu sektor yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan berbagai produk rumah tangga, kebutuhan pokok, dan barang-barang lainnya. Bravo, sebagai salah satu supermarket terbesar dan terlaris di Tulungagung, telah dikenal karena menawarkan harga yang kompetitif, produk yang lengkap,

---

<sup>2</sup> Ridha Maisaroh and Maulida Nurhidayati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 1, no. 2 (2021): 198, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>.

dan pelayanan yang baik. Faktor-faktor ini menjadi daya tarik utama bagi pelanggan dan berkontribusi pada keberhasilan perusahaan dalam menarik perhatian konsumen serta membangun loyalitas mereka. Bagi pelanggan, berbelanja di Bravo bukan sekadar aktivitas membeli barang, tetapi juga pengalaman yang melibatkan kemudahan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Sejalan dengan berkembangnya industri ritel, Bravo, yang berlokasi di Kabupaten Tulungagung, menjadi salah satu supermarket yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berbagai produk, mulai dari kebutuhan pokok hingga barang rumah tangga. Bravo telah beroperasi selama beberapa waktu dengan menyediakan produk berkualitas dan harga yang kompetitif, serta dikenal dengan pelayanan yang baik. Dalam perjalanannya, Bravo menghadapi tantangan umum yang sering ditemui dalam industri ritel, seperti persaingan dalam hal harga, kelengkapan produk, serta pelayanan kepada pelanggan. Ketiga elemen ini sangat berpengaruh terhadap tingkat keputusan pelanggan dalam memilih Bravo sebagai tempat berbelanja. Dengan kondisi pasar yang semakin kompetitif, penting bagi Bravo untuk terus memperkuat strategi bisnisnya agar mampu menarik dan mempertahankan pelanggan, serta tetap relevan dalam memenuhi kebutuhan konsumen di tengah persaingan pasar yang ketat. Berikut perbedaan beberapa supermarket besar yang ada di Tulungagung:

**Tabel 1.1 Perbandingan Supermarket di Tulungagung**

<b>Kategori Perbandingan</b>	<b>BRAVO SUPERMARKET</b>	<b>AFA ADA GROSERA</b>	<b>GOLDEN SWALAYAN</b>
Harga	Harga lebih murah dibandingkan Golden Swalayan, dengan banyak promo dan diskon menarik.	Harga juga tergolong murah, tetapi jumlah promo tidak sebanyak Bravo	Harga cenderung lebih mahal dibandingkan Bravo dan Afa Ada, terutama untuk produk kebutuhan sehari-hari.
Kelengkapan Produk	Lebih besar dan lebih lengkap dibandingkan Afa Ada, tetapi tidak menyediakan buah dan sayuran segar. Fokus pada kebutuhan rumah tangga, makanan kemasan, dan barang grosir.	Tidak selengkap Bravo dalam variasi produk, tetapi tetap menyediakan kebutuhan pokok dengan harga bersaing.	Memiliki keunggulan dalam menyediakan <i>fresh food</i> . Seperti buah, sayuran segar, ikan, daging, ayam, dan telur, selain kebutuhan sehari-hari lainnya
Pelayanan	Pelayanan cukup baik dengan kasir yang cepat dan sistem antrian yang	Pelayanan juga cukup baik dengan tambahan fitur cek harga mandiri	Memiliki jumlah kasir lebih banyak, sehingga proses pembayaran lebih

	tertata. Namun, karena sering ramai, bisa terjadi antrean panjang.	menggunakan komputer, memudahkan pelanggan dalam berbelanja. Antrean kasir berjalan lancar dengan staf yang siap membantu.	cepat. Staf juga cukup sigap dalam membantu pelanggan di berbagai bagian swalayan.
--	--	--	--

Sumber: Survei lapangan tahun 2025

Alasan memilih Bravo Tulungagung sebagai objek penelitian karena supermarket ini memiliki tingkat kunjungan pelanggan yang tinggi dan menjadi pilihan utama masyarakat untuk berbelanja dalam jumlah besar, seperti belanja bulanan. Bravo menarik pelanggan dengan harga lebih murah dibandingkan Golden Swalayan serta lebih banyak promo dibandingkan Afa Ada, menjadikannya pilihan utama untuk belanja harian maupun bulanan. Selain harga dan promo, Bravo unggul dalam kelengkapan produk dibandingkan Afa Ada, meskipun tidak menyediakan buah dan sayuran segar seperti Golden Swalayan. Namun, variasi produk lainnya yang lebih lengkap membuat Bravo tetap menjadi pilihan utama. Dari segi pelayanan, Bravo memiliki sistem kasir yang cepat dan antrian yang tertata, meskipun antrean panjang masih terjadi karena tingginya jumlah pelanggan. Dibandingkan dengan Afa Ada yang memiliki fitur cek harga mandiri atau Golden Swalayan dengan jumlah kasir lebih banyak, pelayanan Bravo tetap kompetitif. Dengan melihat bagaimana Bravo tetap menjadi pilihan utama meskipun ada beberapa

kekurangan, penelitian ini akan memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang paling memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih tempat berbelanja. Hal ini dapat menjadi dasar bagi strategi pemasaran dan pengelolaan ritel yang lebih efektif dalam menarik serta mempertahankan pelanggan.

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Harga seringkali menjadi faktor kunci yang mendorong konsumen untuk tetap setia terhadap suatu produk atau layanan. Ketika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima, konsumen cenderung mempertahankan hubungan mereka dengan pelayanan tertentu.<sup>3</sup> Harga yang dianggap sesuai dengan nilai yang diperoleh dari produk atau jasa akan mendorong konsumen untuk tetap setia pada merek atau perusahaan tertentu. Dalam konteks supermarket, harga yang kompetitif menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang ingin mendapatkan produk dengan kualitas baik tetapi dengan harga yang terjangkau. Bravo, sebagai salah satu supermarket terbesar di Tulungagung, menghadapi tantangan dalam menemukan keseimbangan antara harga yang kompetitif dan tetap menjaga keberagaman serta kualitas produk. Banyak perusahaan ritel yang mencoba menekan harga untuk bersaing di pasar, tetapi hal ini seringkali berimbas pada terbatasnya pilihan atau menurunnya kualitas produk. Oleh karena itu, Bravo harus cermat dalam menentukan strategi harga agar tetap memberikan nilai

---

<sup>3</sup> Muhammad Aldilo Ihza Pradana and Nur Achmad, "Pengaruh Citra Merk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Konsumen Indomie Di Surakarta," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 (2023): 357, <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.539>.

maksimal bagi konsumen tanpa mengorbankan kualitas yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan.

Selain harga, kelengkapan produk juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kelengkapan barang dagangan merupakan faktor penting dalam menarik pelanggan. Meskipun harga jual lebih tinggi dari tempat lain, kelengkapan barang yang ditawarkan tetap banyak menarik pengunjung. Semakin lengkap suatu tempat, semakin mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga mereka cenderung memutuskan untuk melakukan pembelian produk.<sup>4</sup> Dalam industri ritel, kelengkapan produk mencakup berbagai kategori kebutuhan konsumen, mulai dari bahan makanan pokok, produk rumah tangga, hingga kebutuhan pribadi. Semakin lengkap pilihan produk yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas dan loyal terhadap supermarket tersebut. Kelengkapan produk memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan semua kebutuhan mereka di satu tempat, menghemat waktu dan usaha. Misalnya, Bravo dapat menyediakan variasi merek, ukuran, dan jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dari berbagai latar belakang. Kelengkapan ini mencerminkan kemampuan Bravo dalam memenuhi permintaan pasar yang beragam, membuat pelanggan lebih cenderung kembali untuk berbelanja. Konsumen cenderung lebih loyal kepada supermarket yang mampu menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dan memberikan solusi yang komprehensif.

---

<sup>4</sup> Fika Arum Septiana, Erwin Syahputra, and Rike Kusuma Wardhani, "Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dina Swalayan Pace Nganjuk," *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (2024), hal. 131.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan juga sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang baik tidak hanya mencakup proses transaksi, tetapi juga bagaimana perusahaan menangani keluhan, memberikan informasi yang jelas, dan memastikan kepuasan pelanggan dari awal hingga akhir proses pembelian. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.<sup>5</sup> Dalam konteks Bravo, pelayanan mencakup banyak aspek, mulai dari keramahan staf, kemudahan menemukan produk, efisiensi sistem pembayaran, hingga penanganan keluhan atau pertanyaan pelanggan. Bravo yang mampu memberikan pelayanan yang unggul akan mendapatkan kepercayaan lebih dari pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas mereka. Pelayanan yang baik seringkali menjadi pembeda utama dalam industri ritel, terutama di tengah persaingan yang ketat. Bahkan jika harga yang ditawarkan sedikit lebih tinggi dibandingkan pesaing, pelanggan tetap cenderung memilih Bravo karena merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik. Pengalaman belanja yang positif ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi Bravo sebagai supermarket pilihan utama di Tulungagung.

Loyalitas pelanggan memiliki dampak langsung terhadap keberlanjutan bisnis, terutama dalam industri yang memiliki persaingan ketat seperti industri

---

<sup>5</sup> I Gede Benny Subawa dan Eka Sulistyawati, "Populasi Dalam Penelitian Ini Adalah Pelanggan Yang Loyal Menggunakan Jasa Lila," *E-Jurnal Manajemen* 9, no. 2 (2020):, hal. 721.

ritel. Loyalitas adalah kesetiaan pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang kali terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.<sup>6</sup> Pelanggan yang loyal tidak hanya akan terus melakukan pembelian, tetapi juga dapat menjadi agen pemasaran yang efektif melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Hal ini sangat penting karena promosi dari pelanggan yang puas cenderung lebih dipercaya oleh calon konsumen baru dibandingkan dengan iklan konvensional. Selain itu, membangun loyalitas pelanggan juga lebih efisien dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih rendah dibandingkan dengan biaya yang diperlukan untuk menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, industri ritel yang fokus pada strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui penetapan harga yang tepat, kelengkapan produk, dan pelayanan yang baik akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis yang lebih baik di sektor ritel, khususnya dalam hal membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Harapannya, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan-perusahaan ritel lainnya dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memberikan pemahaman lebih luas mengenai pentingnya harga, kelengkapan produk, dan pelayanan dalam menentukan loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk

---

<sup>6</sup> Maula Nasrifah, "Peningkatan Loyalitas Konsumen yang Berbasis Kualitas Produk," *Jekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2022), hal. 140, [https://ejournal.ubibanyuwangi.ac.id/index.php/jurnal\\_jekobis](https://ejournal.ubibanyuwangi.ac.id/index.php/jurnal_jekobis).

melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung.”**

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian**

### **1. Identifikasi Masalah**

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri ritel, perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Beberapa faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga, kelengkapan produk, dan pelayanan yang diberikan. Bravo sebagai salah satu supermarket terbesar di Kabupaten Tulungagung menghadapi tantangan dalam ketiga aspek tersebut.

- a. **Harga:** Menjaga keseimbangan antara harga yang kompetitif dan keberagaman serta kualitas produk menjadi tantangan utama. Harga yang terlalu rendah dapat berdampak pada terbatasnya pilihan produk, sementara harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen berpindah ke kompetitor. Bravo perlu menentukan strategi harga yang tepat agar tetap kompetitif tanpa mengurangi keberagaman dan kualitas produk.
- b. **Kelengkapan Produk:** Ragam produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan khusus, sangat penting untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen pelanggan. Kurangnya variasi produk dapat menyebabkan konsumen merasa kurang puas dan mencari alternatif lain yang lebih lengkap. Bravo perlu memastikan bahwa mereka

menyediakan produk yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

- c. Pelayanan: Pelayanan yang baik, mulai dari kenyamanan berbelanja, layanan pelanggan yang responsif, hingga penanganan keluhan, sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa tidak mendapatkan pelayanan yang baik cenderung berpindah ke penyedia lain yang menawarkan pengalaman yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi Bravo untuk meningkatkan kualitas pelayanan di setiap tahap proses pembelian.

## 2. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokusnya, yaitu menguji pengaruh harga, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo. Populasi penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat didefinisikan beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung?
- b. Apakah produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung?

- c. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung?
- d. Seberapa besar pengaruh harga, kelengkapan produk, dan pelayanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung?

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

Berikut tujuan utama dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh pelayan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh secara simultan harga, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung.

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

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara praktis maupun manfaat secara teoritis. Manfaat tersebut diuraikan sebagai berikut:

## 1. Manfaat Praktis

### a. Bagi Lembaga Akademik UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mejadi bahan informasi atau kajian literatur di perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

### b. Bagi Supermarket Bravo

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan sarana informasi yang digunakan oleh Supermarket Bravo untuk mengetahui pengaruh harga, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi bisnis yang diterapkan oleh Bravo

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan sumber bacaan, referensi, dan literatur berkaitan dengan pengaruh harga, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

## 2. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh harga, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memotivasi dan dijadikan bahan referensi bagi peneliti lain untuk menambah informasi dan bahan pembandingan untuk penelitian selanjutnya.

## **F. Ruang Lingkup**

Penelitian ini memerlukan ruang lingkup untuk membatasi ruang yang diteliti agar lebih efektif dan terarah. Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada pengaruh harga, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Supermarket Bravo Kabupaten Tulungagung.

## **G. Penegasan Variabel**

Dalam penulisan skripsi ini, untuk memudahkan pembaca dalam menelaah variabel yang digunakan, memahami pokok permasalahan, dan mencegah kesalahpahaman dalam penjelasan selanjutnya, maka perlu adanya penegasan istilah secara konseptual dan operasional.

### **1. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual merupakan unsur penelitian yang menjelaskan mengenai gambaran umum tentang suatu masalah yang hendak diteliti. Adapun definisi konseptual dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- a. Harga adalah sejumlah nilai (dalam bentuk mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*.(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 175.

- b. Kelengkapan produk menurut utami adalah keragaman produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja.<sup>8</sup>
- c. Menurut Parasuraman mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.<sup>9</sup>
- d. Mowen dan Minor mendefinisikan loyalitas sebagai kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang.<sup>10</sup>

## 2. Definisi Operasional

Berdasarkan judul dalam penelitian ini “Pengaruh harga, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Bravo Tulungagung”, maka secara operasional peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh yang disebabkan oleh harga, kelengkapan produk,

---

<sup>8</sup> Rosa Lemana et al., “Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” 1, no. 1 (2017), hal. 6.

<sup>9</sup> Fifin Angraini dan Anindhyta Budiarti, “Pengaruh Harga , Promosi , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Gojek,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 08 (2020), hal. 88, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/36354>.

<sup>10</sup> A. Mardalis, “Meraih Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis BENEFIT* 9, no. 2 (2005), hal. 111, <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>.

dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Supermarket Bravo Tulungagung.

## **H. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini memuat tentang latar belakang, identifikasi masalah dan Batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup, dan penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti menguraikan hasil penelitian yang terkait dengan hasil penelitian yang terdiri dari karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, dan analisis data.

### **BAB V : PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi mengenai pembahasan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya.

## BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan yang menjawab atas pokok permasalahan dan saran peneliti berdasarkan analisis data dan temuan di lapangan.