

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pakaian menjadi salah satu industri terbesar dan terpenting yang ada di dunia pada saat ini dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Pakaian merupakan suatu kebutuhan primer yang wajib terpenuhi dalam kehidupan dan aktivitas manusia. Manusia memerlukan pakaian karena pakaian membawa manfaat bagi yang menggunakannya. Selain menjadi kebutuhan primer, pakaian juga mampu menggambarkan keadaan ekonomi dan status sosial bagi setiap pemakainya. Pakaian sangat berpengaruh terhadap gaya hidup dari setiap masyarakat, hal ini disebabkan karena pakaian mampu menciptakan perbedaan antara masyarakat. Masyarakat era modern ini menganggap pakaian merupakan kebutuhan yang sangat penting, gaya pakaian masyarakat memiliki corak yang berbeda-beda pada setiap lapisan masyarakat. Saat ini, begitu banyak variasi desain pakaian yang tersedia sehingga masyarakat bisa memilih pakaian yang sebanding dengan kemampuan dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Pakaian banyak jenisnya, antara lain kemeja lengan pendek dan panjang, celana pendek dan celana panjang, rok, dress, baju tidur, pakaian dalam, dan baju olahraga serta masih banyak lagi jenis pakaian lainnya.

Industri pakaian di Indonesia dalam perkembangan awalnya, mengikuti gaya dari negara barat, mulai dari materi yang dipakai serta bentuk pakaian yang di produksi. Di Indonesia industri pakaian bertumbuh sangat pesat banyak

industri – industri pakaian yang bermunculan dan masing – masing industri tersebut bersaing untuk menciptakan suatu produk yang siap pakai dengan kualitas terbaik untuk ditawarkan kepada pasar ataupun konsumen, namun fenomena yang terjadi di masyarakat adalah fenomena berburu pakaian bekas atau lebih dikenal dengan istilah thrifting, fenomena ini terjadi karena masyarakat ingin mendapatkan gaya pakaian yang berbeda dengan yang lain karena pakaian bekas terdiri dari pakaian – pakaian yang unik dan juga langka sehingga dapat memperkecil kemungkinan setiap orang memiliki gaya pakaian yang sama serta harganya yang lebih murah dibandingkan dengan pakaian baru.

Fenomena ini dapat terjadi pada setiap orang, walaupun kemampuan ekonomis setiap orang berbeda-beda. Salah satu pasar penjualan pakaian bekas yang ada di Indonesia terletak di pasar gedebage, Bandung yang merupakan pasar tradisional yang terletak di jln. Soekarno-Hatta, Mekarmulya Kecamatan Panyileukan, Bandung, banyak pakaian bekas yang tersedia di pasar ini mulai dari jaket, celana, baju, sepatu dan masih banyak lagi. pada umum masyarakat lebih mengetahui pasar gedebage ini dengan nama pasar cimol ataupun pasar barang bekas, meskipun tidak semuanya barang yang dijual dalam keadaan bekas. Pasar gedebage bukan cuma diincar oleh masyarakat yang berasal dari kota Bandung, tetapi banyak masyarakat yang mencari pakaian bekas di pasar gedebage yang berasal dari luar kota Bandung, maka dari itu kebutuhan pakaian bekas di pasar gedebage selalu meningkat. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh para penjual untuk dapat menarik perhatian dari konsumen atau calon pelanggan adalah dengan cara memperhatikan keputusan pembelian.

Menurut Benyamin Molan (2012:59) keputusan pembelian yaitu komponen dari perilaku konsumen dan sikap terhadap konsumsi, dimana konsumen cenderung melakukan penelitian terlebih dahulu terhadap suatu produk sebelum melakukan pembelian. Konsumen biasanya melakukan beberapa tahapan sebelum memutuskan melakukan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Maka dari itu para pelaku usaha harus benar – benar memperhatikan keputusan pembelian karena memiliki peran penting terhadap kemajuan suatu usaha. Salah satu dari banyak hal yang masuk ke dalam membuat keputusan pembelian adalah kualitas produk.

Menurut Kotler dan Keller (2016:164) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memberikan manfaat yang sesuai, bahkan melebihi keinginan pelanggan. Kualitas suatu barang memainkan peran penting, karena kualitas memiliki dampak yang dirasakan secara langsung oleh para konsumen atau pelanggan atas produk atau jasa yang mereka beli. Pada umumnya kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsi atau kegunaannya. Pelanggan akan merasa puas atas suatu produk apabila produk tersebut mampu menjalankan fungsinya sesuai atau bahkan melebihi harapan dari pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas terhadap suatu produk yang dibeli, maka akan timbul suatu keinginan untuk melakukan pembelian ulang.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Bob Sabran 2012:151) mendefinisikan harga sebagai total biaya yang dibebankan kepada konsumen atas produk atau jasa yang diterima. Keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan sering dikaitkan dengan ketidakmampuannya untuk memberikan harga yang kompetitif sesuai dengan kemampuan ekonomi pelanggan atau pasar sasarnya. Harga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian, karena harga merupakan bahan pertimbangan pelanggan sebelum melakukan pembelian.

Hendra *Store* merupakan salah satu toko yang menjual pakaian bekas di pasar Gedebage jln. Soekarno-Hatta, Mekarmulya Kecamatan Panyileukan no 37, Bandung. Toko Hendra *Store* ini menyediakan berbagai jenis pakaian bekas seperti hoodie, sweater, celana jeans, celana pendek, baju kaos dan kemeja, yang dijual dengan harga murah. Hendra *Store* ini telah berdiri selama 8 tahun lamanya, yaitu sejak tahun 2015. Namun dari fenomena yang sedang terjadi di masyarakat, ternyata toko Hendra *Store* mengalami penurunan jumlah penjualan dalam kurun waktu tiga tahun terakhir terhitung dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022.

Adapun jenis dan harga produk yang dijual di Hendra Store sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Daftar Jenis dan Harga Produk

Jenis pakaian	Harga
Baju kaos	Rp.15.000 – Rp.30.000
Kemeja	Rp.35.000 – Rp.50.000
Hoodie	Rp.50.000 – Rp.200.000
Sweater	Rp.30.000 – Rp.100.000
Celana pendek	Rp.30.000 – Rp.50.000
Celana jeans	Rp.50.000 – Rp.150.000

Sumber : Toko Hendra Store.

Berikut merupakan data penjualan pakaian bekas di toko Hendra Store dari Januari 2020 sampai Desember 2022:

Tabel 1. 2

Data Penjualan di Toko Hendra Store dari Tahun 2020 – 2022

Bulan	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
Januari	77 pcs	65 pcs	60 pcs
Februari	87 pcs	56 pcs	47 pcs
Maret	65 pcs	52 pcs	53 pcs
April	48 pcs	60 pcs	58 pcs
Mei	89 pcs	133 pcs	92 pcs
Juni	37 pcs	53 pcs	47 pcs
Juli	44 pcs	54 pcs	56 pcs
Agustus	61 pcs	47 pcs	64 pcs
September	63 pcs	59 pcs	75 pcs
Oktober	68 pcs	68 pcs	59 pcs
November	80 pcs	64 pcs	43 pcs
Desember	86 pcs	75 pcs	72 pcs
Total	805 pcs	786 pcs	726 pcs

Sumber: Toko Hendra Store.

Berdasarkan hasil dari data penjualan pada toko Hendra store di atas, dapat dilihat bahwa jumlah penjualan toko Hendra store sejak Januari 2020 sampai Desember 2022 toko Hendra store telah mengalami penurunan jumlah penjualan. Jumlah penjualan tertinggi dalam tiga tahun terakhir terjadi pada tahun 2020, dimana toko Hendra store dapat menjual pakaian sebanyak 805 potong pakaian, padahal di tahun tersebut terjadi pandemi covid-19 di Indonesia namun jumlah penjualan pada tahun 2020 masih lebih baik dibandingkan dengan jumlah penjualan pada tahun 2021 dan pada tahun 2022. Hal tersebut dipengaruhi karena banyak masyarakat yang terkena PHK ataupun terkena pemotongan gaji, sehingga masyarakat beralih ke pakaian bekas untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap pakaian serta dapat menghemat pengeluaran mereka selama terkena dampak covid-19.

Tahun 2021 toko Hendra store mengalami penurunan jumlah penjualan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu hanya sebanyak 786 potong pakaian yang terjual, hal ini terjadi karena pandemi covid-19 di Indonesia mulai menurun sehingga perekonomian masyarakat kembali naik dan pembelian terhadap pakaian bekas mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, karena masyarakat mulai mampu untuk kembali membeli pakaian baru. Pada tahun 2022 toko Hendra store juga mengalami penurunan jumlah penjualan dibanding dengan dua tahun sebelumnya yaitu hanya sebanyak 726 potong pakaian yang dapat terjual, penurunan ini juga dampak dari pandemi covid-19 di Indonesia yang sudah mulai stabil. Masyarakat yang tadinya terkena PHK mulai mendapat panggilan untuk bekerja kembali begitu juga dengan

masyarakat yang terkena pemotongan gaji, mereka kembali mendapatkan gaji mereka sesuai dengan gaji yang mereka terima pada saat sebelum terjadi pandemi Covid-19, sehingga masyarakat yang sebelumnya melakukan pembelian terhadap pakaian bekas untuk menghemat ekonomi, sekarang mereka mampu untuk membeli pakaian baru karena perekonomian mereka sudah mulai stabil.

Berikut merupakan data jumlah pelanggan toko Hendra store dalam kurun waktu 3 tahun :

Tabel 1. 3

Jumlah Pelanggan Toko Hendra Store dari Tahun 2020 – 2022

Tahun	Jumlah Pelanggan
2020	380
2021	367
2022	350

Sumber : Toko Hendra Store

Berdasarkan tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa toko Hendra *store* selama 3 tahun mulai dari tahun 2020 sampai tahun 2022 toko terus mengalami penurunan jumlah pelanggan. Jumlah pelanggan toko Hendra store pada tahun 2020 sebanyak 380 orang pelanggan, jumlah pelanggan di tahun ini merupakan jumlah terbanyak dalam 3 tahun terakhir. Jumlah ini dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia pada tahun tersebut, dimana banyak masyarakat yang terkena PHK dan pemotongan gaji yang sebelumnya tidak melakukan pembelian terhadap pakaian bekas, namun untuk menghemat biaya selama terkena dampak covid-19 masyarakat memenuhi kebutuhan pakaian mereka dengan cara membeli pakaian bekas.

Tahun 2021 jumlah pelanggan toko Hendra store mengalami penurunan yaitu hanya sebanyak 367 orang pelanggan, hal ini merupakan dampak dari covid -19 yang mulai stabil di Indonesia, sehingga membantu memulihkan perekonomian masyarakat. Dengan perekonomian yang mulai pulih, masyarakat mulai mampu untuk kembali membeli pakaian – pakaian baru. Pada tahun 2022 jumlah pelanggan toko Hendra store sebanyak 350 orang, jumlah ini kembali mengalami penurunan apabila dibandingkan dengan jumlah pelanggan dua tahun terakhir. Hal ini juga dampak dari covid -19 yang sudah mulai menghilang, sehingga masyarakat yang sebelumnya terkena PHK kembali mendapatkan panggilan kerja dan masyarakat yang terkena pemotongan gaji kembali mendapatkan gaji mereka seperti sebelum terkena pandemi covid -19. Sehingga pendapatan masyarakat kembali stabil dengan begitu masyarakat kembali mampu untuk membeli pakaian yang masih baru.

Sementara itu terdapat beberapa toko pesaing atau kompetitor yang menjual produk yang sama dengan toko Hendra store. Berikut merupakan beberapa daftar toko pesaing dari toko Hendra store :

Tabel 1. 4
Daftar Toko Pesaing

No	Nama	Jenis Pakaian	Harga
1	Ibu Widyasari	Baju kaos	Rp15.000. - Rp35.000.
		Kemeja	Rp35.000. - Rp50.000.
		Jaket hoodie	Rp50.000. - Rp150.000.
		Celana pendek	Rp30.000. - Rp60.000.
2	Fani Thrift	Baju kaos	Rp15.000. - Rp30.000.
		Kemeja	Rp30.000. - Rp50.000.
		Jaket hoodie	Rp50.000. - Rp200.000.
		Celana jeans	Rp70.000. - Rp150.000.
3	Setiawan Store	Baju kaos	Rp20.000. - Rp35.000.
		Kemeja	Rp35.000. - Rp60.000.
		Jaket hoodie	Rp45.000. - Rp170.000.
		Sweater	Rp40.000. - Rp100.000.
		Celana jeans	Rp60.000. - Rp135.000.

Sumber : Toko Hendra Store

Sebelumnya peneliti terlebih dahulu melakukan observasi langsung ke lapangan untuk mengetahui keadaan atau situasi yang ada di lapangan. Berdasarkan dari observasi yang telah dilakukan, diketahui bahwa jumlah pengunjung toko hendra store tidak sebanyak dari jumlah pengunjung toko-toko pesaing yang ada di sekitaran toko Hendra store, sehingga peneliti melakukan pra survey mengenai keputusan pembelian pakaian bekas pada toko Hendra store terhadap 20 responden. Hasil dari pra survei sebagai berikut:

Tabel 1. 5
Kuesioner Pra Survei Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Kategori				Jumlah Responden
	Keputusan Pembelian	Setuju		Tidak Setuju		
		F	%	F	%	
1	Saya memilih produk berdasarkan kualitasnya	13	65%	7	35%	20
2	Saya memilih produk yang memiliki reputasi merek yang baik	9	45%	11	55%	20
3	Lokasi toko Hendra store mudah dijangkau.	12	60%	8	40%	20
4	Saya membeli produk berdasarkan kebutuhan.	12	60%	8	40%	20
Rata – rata		11,5	57,5%	8,5	42,5%	20

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2023)

Tabel 1.5 menunjukkan hasil pra survei dari keputusan pembelian, berdasarkan pernyataan yang sudah dijawab oleh 20 responden mengenai keputusan pembelian, didapatkan sebanyak 57,5% responden menyatakan “**Setuju**” atas pernyataan yang sudah dibagikan dan sebanyak 42,5% responden menyatakan “**Tidak Setuju**” atas pernyataan tersebut. Dari beberapa pernyataan pra survei diatas persentase paling tinggi terdapat pada pernyataan “Saya memilih produk berdasarkan kualitasnya.” pernyataan ini menghasilkan sebanyak 65% responden menyatakan setuju atas pernyataan tersebut dan sebanyak 35% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil dari pra survei diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung lebih memilih dan menyukai produk yang berkualitas.

Peneliti juga melakukan observasi ke lapangan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dari toko hendra store, dari hasil observasi yang sudah dilakukan didapati bahwa kualitas produk yang ada pada toko Hendra store tidak sebagus dari kualitas produk yang ada pada toko- toko pesaing yang terletak di sekitaran toko Hendra store. Motif dan jenis produk dari toko pesaing juga lebih bervariasi dibandingkan dengan produk yang ada pada toko Hendra store, sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan pra survei mengenai kualitas produk pakaian bekas pada toko Hendra store terhadap 20 responden. Hasil dari pra survei sebagai berikut:

Tabel 1. 6

Kuesioner Pra Survei kualitas Produk

No	Pernyataan Kualitas Produk	Kategori				Jumlah Responden
		Setuju		Tidak Setuju		
		F	%	F	%	
1	Motif produk pada toko Hendra store menarik.	9	45%	11	55%	20
2	Jenis dan bahan produk pada toko Hendra store berkualitas.	5	25%	15	75%	20
3	Desain produk pada toko Hendra store unik.	7	35%	13	65%	20
Rata – rata		7	35%	13	65%	20

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2023)

Tabel 1.6 menunjukkan hasil pra survei dari kualitas produk, berdasarkan pernyataan yang sudah dijawab oleh 20 responden mengenai kualitas produk tersebut, didapatkan sebanyak 35% responden yang menyatakan “**Setuju**” atas pernyataan yang sudah dibagikan dan sebanyak 75% responden menyatakan “**Tidak Setuju**” atas pernyataan tersebut. Dari pra survei diatas, persentase paling

rendah terdapat pada pernyataan “Jenis dan bahan produk pada toko Hendra store berkualitas” pernyataan ini menghasilkan 25% responden yang menyatakan setuju atas pernyataan tersebut dan 75% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan pra survei mengenai kualitas produk yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, terdapat masalah pada kualitas produk di toko Hendra store yang menyebabkan banyak konsumen merasa tidak puas dari kualitas produk yang ditawarkan.

Peneliti juga mendapatkan hasil dari observasi yang dilakukan di lapangan bahwa, toko hendra store memiliki harga yang tidak jauh berbeda atau cenderung sama dengan harga dari toko pesaing yang ada di sekitaran toko Hendra store, namun berdasarkan dari kualitas produk yang dimiliki toko Hendra store tidak sebagus atau sebaik kualitas yang dimiliki toko – toko pesaing sehingga harga yang ada pada toko Hendra store cenderung lebih mahal karena kualitasnya yang tidak sebagus dari toko pesaing. Toko Hendra store juga sangat sulit untuk menurunkan atau memberikan potongan harga pada para pelanggan, berbeda dengan toko pesaing dari Hendra store yang cenderung lebih mudah dalam memberikan potongan harga. Berdasarkan dari hasil observasi tersebut, peneliti memutuskan untuk melakukan pra survei mengenai harga pakaian bekas pada toko Hendra store terhadap 20 responden. Hasil dari pra survei sebagai berikut:

Tabel 1. 7
Kuesioner Pra Survei Harga

No	Pernyataan	Kategori				Jumlah Responden
	Harga	Setuju		Tidak Setuju		
		F	%	F	%	
1	Harga produk pada toko Hendra store dapat bersaing dengan harga produk pesaing.	13	65%	7	35%	20
2	Harga produk pada toko Hendra store sesuai dengan kualitasnya.	7	35%	13	65%	20
3	Harga produk pada toko Hendra store sesuai dengan manfaatnya.	8	40%	12	60%	20
Rata – rata		9,3	46,7%	10,7	53,3%	20

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2023)

Tabel 1.7 menunjukkan hasil pra survei dari harga, berdasarkan pernyataan yang sudah dijawab oleh 20 responden mengenai harga, didapatkan sebanyak 46,7% responden yang menyatakan “**Setuju**” atas pernyataan yang sudah dibagikan dan sebanyak 53,3% responden menyatakan “**Tidak Setuju**” atas pernyataan tersebut. Dari pra survei diatas persentase paling rendah terdapat pada pernyataan “Harga produk pada toko Hendra store sesuai dengan kualitasnya” pernyataan ini menghasilkan 35% responden menyatakan setuju atas pernyataan tersebut dan sebanyak 65% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan hasil dari pra survei diatas terdapat masalah pada harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (*SECOND BRANDED*) PADA TOKO HENDRA STORE GEDEBAGE, BANDUNG.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan di atas, sehingga peneliti mengidentifikasi adanya masalah yaitu :

1. Terdapat penurunan jumlah penjualan pakaian bekas pada toko Hendra *store*.
2. Terdapat penurunan jumlah pelanggan pada toko Hendra *store*.
3. Produk toko Hendra *store* kurang berkualitas.
4. Harga produk pada toko Hendra *store* tidak sesuai dengan kualitasnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini membatasi permasalahan pada kualitas produk dan juga harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko Hendra *Store* Gedebage, Bandung.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko *Hendra Store Gedebage*, Bandung.
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko *Hendra Store Gedebage*, Bandung.
3. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko *Hendra Store Gedebage*, Bandung.
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko *Hendra Store Gedebage*, Bandung.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian yang diperlukan untuk landasan penulisan skripsi, yang merupakan salah satu syarat penyelesaian untuk sarjana manajemen USB YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko Hendra Store Gedebage, Bandung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko Hendra Store Gedebage, Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko Hendra Store Gedebage, Bandung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*second branded*) pada toko Hendra Store Gedebage, Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak, baik untuk penulis, lembaga maupun pembaca termasuk program penelitian

di bidang manajemen pemasaran untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada para pembaca khususnya bagi para pelaku usaha dalam mempertimbangkan aspek–aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan suatu penelitian untuk memperoleh data – data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan pada toko *Hendra Store* beralamat di pasar Gedebage jln. Soekarno-Hatta, Mekarmulya Kecamatan Panyileukan no 37, Bandung.

1.7.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilangsungkan dari bulan Oktober tahun 2022 sampai Juni 2023.

Tabel 1. 8
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan																																			
		November 2022				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juni 2023			
		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	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																																			
2	Pengumpulan Data		■	■	■	■																															
3	Bimbingan BAB I					■	■	■	■																												
4	Bimbingan BAB II									■	■	■	■																								
5	Bimbingan BAB III													■	■	■	■																				
6	Seminar Usulan Penelitian																	■	■	■	■	■															
7	Bimbingan BAB IV																					■	■	■	■												
8	Bimbingan BAB V																									■	■	■	■								
9	Sidang skripsi																													■	■	■					