

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis terus mengalami perkembangan yang pesat hingga saat ini salah satunya ialah bisnis pada bidang kuliner yaitu kedai kopi. Kedai kopi telah berkembang pesat hal ini dikarenakan perubahan budaya dalam mengonsumsi kopi. Dengan perkembangan media sosial terjadi transformasi pada masyarakat modern perkotaan dalam gaya hidup, hasrat, dan kebiasaan dalam mengonsumsi serta menikmati makanan membuat peranan kedai kopi saat ini bukan hanya untuk sekedar menikmati secangkir kopi saja namun lebih dari itu kedai kopi juga saat ini merupakan bagian dari gaya hidup dan identitas sosial bagi banyak orang. Budaya menikmati kopi sudah menjadi gaya hidup yang kekinian, saat ini orang-orang banyak menghabiskan waktu datang ke *cafe* maupun kedai kopi selain untuk mengisi perut namun juga banyak melakukan aktivitas lainnya seperti mencari hiburan untuk melepas penat, silaturahmi, *meeting*, mengerjakan tugas maupun bekerja *work from cafe* (*WFC*). Kedai kopi merupakan tempat yang cocok untuk bersosialisasi antar sesama. Peranan *coffee shop* dapat menjadi ruang media perantara bagi orang-orang untuk berkomunikasi dan berinteraksi (Azzahra *et al.*, 2023:494).

Dengan adanya pergeseran tersebut membuka peluang bagi para pebisnis untuk berbondong-bondong berinovasi menciptakan kedai kopi baru dan semakin banyak bermunculan *cafe* ataupun kedai kopi dengan inovasi baru

dengan tema unik dan menarik untuk menaikan minat konsumen agar berkunjung ke tempatnya. Oleh karena itu dunia persaingan dalam bisnis kuliner kedai kopi pun semakin ketat hal itu menuntut perusahaan untuk dapat menarik dan mempertahankan konsumen guna menumbuhkan pelanggan yang loyal akan produk yang ditawarkan agar tetap dapat bersaing dengan pasar.

Hal itupun menjadi perhatian lebih bagi Kopi Beda Cerita yang berada di Jalan Jatihandap No. 138 yang merupakan salah satu pelaku bisnis pada bidang kuliner yaitu kedai kopi. Kopi Beda Cerita mempunyai lokasi pada dataran tinggi yang menambah suasana sejuk nan indah, Kopi Beda Cerita memberikan pengalaman bagi konsumennya untuk dapat menikmati kopi dengan suasana *view city light* 180 derajat pemandangan kota Bandung yang dapat dinikmati pada lantai 4 Kopi Beda Cerita, selain menyuguhkan suasana dan nuansa yang menawan Kopi Beda Cerita juga menyuguhkan pilihan kopi Nusantara yang memiliki kualitas tinggi untuk memanjakan konsumen dengan suasana dan kualitas produk yang terbaik, hal tersebut bertujuan untuk upaya menciptakan pelanggan yang loyal diantara ketatnya persaingan kedai kopi yang banyak di Bandung, bahkan di daerah yang tidak jauh dari Kopi Beda Cerita terdapat beberapa pesaing dalam ruang lingkup bisnis yang sama yaitu bisnis kedai kopi yang diantaranya: Cafe Senja, Ngopi diKebon, Dapur Amih, Kopi Dari Hati, Imahnya Kopi, De Nyileuk *Coffee*, *dTwenty Two Coffee*, Toko Kopi Kita. Maka dari adanya persaingan dengan usaha sejenis di daerah yang sama menjadikan hal tersebut perhatian lebih bagi Kopi Beda Cerita untuk dapat mempertahankan loyalitas dari konsumennya dengan menciptakan

ikatan baik antara perusahaan dan konsumen. Menurut Tjiptono dalam Prastiya (2021:17) menciptakan ikatan baik antara perusahaan dan pelanggan juga menjadi fondasi bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan juga rekomendasi mulut ke mulut yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Loyalitas konsumen merupakan kesetiaan pelanggan untuk secara konsisten membeli atau menggunakan produk dari suatu bisnis, konsumen yang setia sangat penting bagi bisnis. Mengingat loyalitas konsumen memiliki sifat yang berkelanjutan, oleh karena itu untuk memastikan pendapatan dan kelangsungan bisnis, semua pemilik usaha berupaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen, pemilik usaha harus terus berupaya untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan konsumen agar mereka terbentuk pelanggan yang loyal. Menurut Kotler & Keller dalam Agustina *et al.*, (2023:352) Loyalitas konsumen mengacu pada komitmen yang kuat dari seorang konsumen untuk secara teratur melakukan pembelian ulang barang atau jasa di masa depan, meskipun ada kemungkinan bahwa keadaan bisnis yang berkaitan dengan pemasaran dapat mempengaruhi perilaku. Loyalitas merupakan salah satu faktor terpenting dalam berbisnis, konsumen yang loyal cenderung akan melakukan pembelian berulang, yang mana hal tersebut akan mempengaruhi kestabilan pendapatan bagi perusahaan.

Melihat dari kondisi persaingan saat ini dengan maraknya usaha kuliner di Kota Bandung khususnya *cafe* dan kedai kopi hal itu berimbas juga pada penurunan minat kunjung yang mempengaruhi kestabilan pendapatan di Kopi

Beda Cerita, terdapat masalah yang di hadapi oleh Kopi Bada Cerita dalam periode dalam periode 1 tahun terakhir yaitu Kopi Bada Cerita mengalami fluktuasi transaksi penjualan dalam periode 1 tahun terakhir. Berikut pada tabel 1.1 data transaksi penjualan Kopi Bada Cerita dalam periode 1 tahun terakhir:

Tabel 1.1
Data Transaksi Penjualan Kopi Bada Cerita pada tahun 2023-2024

Transaksi <i>bill</i> per Bulan				
No.	Tahun	Bulan	Transaksi	Naik/turun (%)
1.	2023	April	2771	0%
2.	2023	Mei	2140	-29%
3.	2023	Juni	2669	20%
4.	2023	Juli	2532	-5%
5.	2023	Agustus	2247	-13%
6.	2023	September	2143	-5%
7.	2023	Oktober	2353	9%
8.	2023	November	3040	30%
9.	2023	Desember	3729	26%
10.	2024	Januari	3609	-11%
11.	2024	Februari	3096	-11%
12.	2024	Maret	2528	-14%
Jumlah			32.857	-25%
Rata-rata			2.738,1	-2%

Sumber: Bagian Keuangan Kopi Bada Cerita Bandung 2024, diolah.

Berdasarkan data transaksi penjualan pada tabel 1.1 diatas, menunjukkan bahwa terjadi kecenderungan penurunan angka transaksi pada beberapa periode, pada akhir tahun 2023 terjadi kenaikan penjualan menurut hasil wawancara penulis dengan pemilik Kopi Bada Cerita Bandung hal tersebut terjadi karena pada bulan November dan Desember terjadi penambahan luas lokasi yang mana hal tersebut berdampak pada naiknya kuantiti kunjungan dan transaksi penjualan. Namun pada Januari – Maret terjadi penurunan kembali transaksi penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat

ketidakpuasan konsumen yang menyebabkan pelanggan enggan untuk berkunjung kembali. Hal tersebut dapat terjadi karena konsumen merasakan pengalaman yang tidak sesuai dan ketidakpuasan dari suasana toko maupun kualitas produk yang disuguhkan pada kunjungan berikutnya. Menurut Handayani & Ma'ruf (2024:6) Loyalitas terbentuk dengan berbagai cara, hal yang berperan untuk menumbuhkan loyalitas yaitu berfokus pada kualitas makanan, menawarkan harga yang wajar, menyediakan layanan yang cepat dan sopan, dan menciptakan suasana lingkungan yang nyaman.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil observasi dan wawancara pra-survey yang dilakukan peneliti terhadap 20 orang konsumen Kopi Bada Cerita mengenai Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kopi Bada Cerita Bandung, berikut pada tabel 1.2 hasil pra-survey penelitian terhadap loyalitas konsumen Kopi Bada Cerita:

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survey Loyalitas Konsumen Kopi Bada Cerita

No.	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Setuju		Tidak Setuju	
		F	%	F	%
1.	Saya akan berkunjung ke Kopi Bada Cerita lebih dari 1 kali	7	35	13	65
2.	Saya akan merekomendasikan Kopi Bada Cerita pada kerabat/orang lain	9	45	11	55
	Rata-rata		40		60
	Jumlah Responden = 20				

Sumber : Diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dari hasil rekapitulasi prasurevey dari tanggapan 20 orang konsumen mengenai Loyalitas Konsumen Kopi Bada

Cerita menunjukkan bahwa rata-rata presentase ketidaksetujuan konsumen pada pernyataan yang di ajukan peneliti masih lebih tinggi yaitu 60% dibanding pernyataan setuju yaitu 40% yang mana hal itu berarti loyalitas konsumen pada Kopi Beda Cerita Bandung harus lebih ditingkatkan. Pada jawaban konsumen dalam pernyataan “Saya akan berkunjung ke Kopi Beda Cerita lebih dari 1 kali” menunjukkan lebih banyak pada “Tidak Setuju” yaitu dengan presentase 65% yang lebih tinggi dibanding presentase jawaban pernyataan “Setuju” yaitu 35%. Selain itu terdapat hal sama pada pernyataan kedua yaitu “Saya akan merekomendasikan Kopi Beda Cerita pada kerabat/orang lain” menunjukkan hasil pernyataan “Tidak Setuju” yang lebih tinggi yaitu sebesar 55% dibanding jawaban pernyataan “Setuju” yaitu 45%. Hal tersebut dikarenakan ada kemungkinan bahwa ketika setelah konsumen melakukan pembelian terdapat ketidakpuasan produk, ketidaknyamanan suasana toko dan ketidaksesuaian dengan keinginan konsumen pada Kopi Beda Cerita.

Dalam upaya menarik dan mempertahankan konsumen guna usaha dalam menciptakan pelanggan yang loyal, perusahaan dituntut untuk dapat memahami apa keinginan konsumen juga mengetahui perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan minat beli. Setiap pengusaha berupaya memberikan berbagai rangsangan agar menarik minat beli konsumen salah satunya dengan memperhatikan kenyamanan konsumen dengan meningkatkan suasana toko. Semakin nyaman konsumen untuk berada dilingkungan toko semakin konsumen tersebut berpeluang untuk berkunjung kembali dan melakukan pembelian ulang. Menurut Gunawan & Syahputra,

(2020:54) Ketika pengunjung kedai kopi merasa senang, bahagia, puas, dan nyaman dengan suasana toko, mereka akan memercayainya dan mungkin akan kembali untuk membeli lagi, mereka juga akan menjadi loyal terhadap kedai kopi tersebut.

Loyalitas terbentuk karena kenyamanan konsumen saat berada di area toko, hal ini selaras dengan penelitian dari Purnama *et al.*, (2022:20) yang menyatakan bahwa loyalitas dapat terbentuk jika pelanggan nyaman berada di area toko, suasana toko adalah salah satu alasan untuk kembali dan membeli sesuatu.

Dari penjabaran diatas loyalitas akan meningkat jika konsumen nyaman dengan suasana toko yang disuguhkan, oleh karena itu peneliti melakukan pra-survey terkait suasana toko dengan menyebarkan kuesioner terhadap responden sebanyak 20 orang, berikut pada tabel 1.3 hasil pra-survey yang didapat:

Tabel 1.3
Hasil Pra-Survey Suasana Toko Kopi Beda Cerita

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Setuju		Tidak Setuju	
	Suasana Toko	F	%	F	%
1.	Tampilan bagian luar bangunan Kopi Beda Cerita unik dan menarik	8	40	12	60
2.	Pintu masuk Kopi Beda Cerita mudah diakses	6	30	14	70
3.	Kebersihan di dalam ruangan Kopi Beda Cerita terjaga dengan baik	11	55	9	45
	Rata-rata		41,7		58,3
	Jumlah Responden = 20				

Sumber : Diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.3 di atas dari hasil rekapitulasi prasurvey dari tanggapan 20 orang konsumen mengenai Suasana Toko Kopi Bada Cerita menunjukkan bahwa rata-rata persentase “Tidak Setuju” konsumen pada pernyataan yang di ajukan peneliti masih lebih tinggi yaitu 58,3% dibanding pernyataan “Setuju” yaitu 41,7% yang mana hal itu berarti suasana toko pada Kopi Bada Cerita Bandung harus lebih ditingkatkan.

Dari hasil pra-survey pada pernyataan “Kebersihan di dalam ruangan Kopi Bada Cerita terjaga dengan baik” responden menjawab lebih condong pada pernyataan “Setuju” dengan presentase 55% dibanding “Tidak Setuju” yaitu 45%. Namun pada pernyataan “Tampilan bagian luar bangunan Kopi Bada Cerita unik dan menarik” responden lebih banyak menyatakan “Tidak Setuju” sebesar 60% yang mana berarti tampilan bangunan Kopi Bada Cerita tidak menarik, dan kurangnya ciri khas yang menunjukkan keunikan dari cafe Kopi Bada Cerita. Berikutnya pada pernyataan pra-survey “Pintu masuk Kopi Bada Cerita mudah diakses” responden lebih banyak menyatakan “Tidak Setuju” sebesar 70% yang mana berarti akses dari pintu masuk Kopi Bada Cerita sulit diakses. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor menurunnya angka transaksi penjualan di Kopi Bada Cerita, konsumen merasakan ketidaknyamanan saat berkunjung ke Kopi Bada Cerita, ketidakpuasaan pelanggan terhadap kenyamanan suasana toko dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan konsumen enggan kembali berkunjung dan memilih produk pesaing.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ariningtyas & Rachmawati K, 2020:121) Uji Hipoteses (Uji-t) menunjukkan bahwa suasana

toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, loyalitas konsumen akan meningkat seiring dengan kualitas suasana toko yang diberikan. Namun hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanafi *et al.*, 2022:245) “Citra Merek, Suasana Toko, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada Kedai Kopi Wedang Galuh” menunjukan bahwa suasana toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Kedai Kopi Wedang Galuh.

Kualitas produk pun menjadi salah satu titik vital dalam sebuah usaha, pemilik usaha harus dapat menyuguhkan kualitas produk yang baik, kualitas produk yang baik mencerminkan sebuah keberhasilan dalam usaha tersebut dengan menyuguhkan kualitas produk yang baik akan berdampak pada pembelian ulang dan memberi peluang konsumen untuk menjadi pelanggan yang loyal. Menurut Putri Lindung Bulan & Sriwulan (2021:12) Kualitas suatu produk memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan konsumen karena dapat menumbuhkan, mempertahankan, dan mengembangkan loyalitas konsumen. Terciptanya loyalitas terbentuk dari kepuasan pelanggan yg salah satu faktor rangsangannya yaitu menyajikan kualitas produk yang baik oleh karena itu loyalitas terbentuk ketika perusahaan memperhatikan kualitas produk (Manihuruk, 2023:12).

Dari penjabaran diatas loyalitas akan meningkat jika konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang disuguhkan, oleh karena itu peneliti melakukan pra-survey terkait kualitas produk dengan menyebarkan kuesioner

terhadap responden sebanyak 20 orang, berikut pada tabel 1.4 hasil pra-survey yang didapat:

Tabel 1.4
Hasil Pra-Survey Kualitas Produk Kopi Beda Cerita

No	Pernyataan	Jawaban Responden			
		Setuju		Tidak Setuju	
		F	%	F	%
1.	Rasa makanan dan minuman di Kopi Beda Cerita enak	8	40	12	60
2.	Cita rasa makanan dan minuman di Kopi Beda Cerita konsisten	9	55	11	45
3.	Menu di Kopi Beda Cerita bervariasi	8	40	12	60
	Rata-rata		45		55
	Jumlah Responden = 20				

Sumber : Diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dari hasil rekapitulasi prasurvey dari tanggapan 20 orang konsumen mengenai Kualitas Produk Kopi Beda Cerita menunjukkan bahwa rata-rata persentase ketidaksetujuan konsumen pada pernyataan yang di ajukan peneliti terdapat 55% menyatakan “Tidak Setuju” dan 45% menyatakan “Setuju” yang mana hal tersebut berarti kualitas produk di Kopi Beda Cerita harus lebih ditingkatkan.

Hasil dari pra-survey pada pernyataan “Cita rasa makanan dan minuman di Kopi Beda Cerita konsisten” responden juga menyatakan “Setuju” lebih banyak dengan presentase 55% dibanding “Tidak Setuju” yaitu 45%. Namun pada pernyataan “Rasa makanan dan minuman di Kopi Beda Cerita enak” responden menyatakan presentase yang tinggi pada pernyataan “Tidak Setuju” yaitu 60% dan 40% menyatakan “Setuju”, selain itu juga pada pernyataan

“Menu di Kopi Bada Cerita bervariasi” responden menjawab pernyataan lebih tinggi pada “Tidak Setuju” dengan presentase 60% dibanding “Setuju” yaitu 40%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk di Kopi Bada Cerita masih belum cukup untuk memenuhi harapan konsumen. Karena sebuah kualitas produk merupakan hal penting bagi suatu perusahaan untuk mendorong agar konsumen kembali berkunjung dan menumbuhkan minat konsumen untuk loyal pada produk tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Syah *et al.*, (2022:536) Uji Hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas. Menurut Andriany & Arda, (2022:187) adanya keluhan mengenai perbedaan antara barang yang dipesan dan barang yang dikirim, hal tersebut menunjukkan bahwa produk dengan kualitas yang buruk akan meningkatkan kemungkinan konsumen yang tidak loyal. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Budiono, (2021:239) Uji Hipotesis dari hasil penelitian menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang, hasil penelitian pra survey, dan penelitian sebelumnya sebagai awal landasan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kopi Bada Cerita Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Terdapat kecenderungan penurunan pada jumlah transaksi pembelian konsumen pada Kopi Beda Cerita Bandung.
2. Sebagian besar responden pada prasurvey Loyalitas Konsumen menyatakan tidak merekomendasikan Kopi Beda Cerita Bandung kepada kerabat/orang lain
3. Sebagian besar responden pada prasurvey Suasana Toko menyatakan tampilan bagian luar bangunan toko kurang unik dan kurang menarik.
4. Sebagian besar responden pada prasurvey Kualitas Produk menyatakan rasa makanan dan minuman di Kopi Beda Cerita kurang enak serta menu di Kopi Beda Cerita kurang bervariasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah diatas, maka perlu adanya batasan masalah, Penelitian ini dibatasi dengan hanya meneliti:

1. Variabel *Independent* dalam penelitian ini adalah Suasana Toko dan Kualitas Produk
2. Variabel *Dependent* dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen
3. Unit Analisis dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Beda Cerita Bandung
4. Waktu penelitian dalam penelitian ini adalah dari bulan maret – agustus 2024

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, serta pembatasan masalah diatas perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Suasana Toko, Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen di Kopi Beda Cerita Bandung
2. Seberapa besar Pengaruh Suasana Toko terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Beda Cerita Bandung
3. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Beda Cerita Bandung
4. Seberapa besar Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Kopi Beda Cerita Bandung

1.5 Maksud dan Tujuan

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud pemelitian ini adalah untuk mendapatkan data, menganalisis dan menggambarkan mengenai Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Sanga Buana YPKP Bandung

1.5.2 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis:

1. Kondisi Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen Kopi Beda Cerita Bandung

2. Pengaruh Suasana Toko terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Beda Cerita Bandung
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Beda Cerita Bandung
4. Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Beda Cerita Bandung

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menguatkan konsep dan teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan pada bidang manajemen pemasaran khususnya yang terkait dengan suasana toko dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti untuk memperoleh wawasan, pengalaman dan pengembangan diri serta sebagai alat implementasi teori dalam ilmu pengetahuan yang telah dipelajari pada saat perkuliahan khususnya mengenai Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan masukan bagi perusahaan agar mengetahui bagaimana pengaruh

Suasana Toko dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen juga sebagai sarana evaluasi untuk manajemen Kopi Beda Cerita Bandung dalam setiap pengambilan keputusan untuk selalu memperhatikan aspek Suasana Toko dan Kualitas Produk agar perusahaan dapat terus berkembang

3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberi manfaat yang berguna dalam ilmu pengetahuan khususnya pada bidang Manajemen Pemasaran, juga menjadi bahan kajian bagi pengembangan penelitian selanjutnya khususnya pada mengenai Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang peneliti ambil sebagai bahan dan untuk memperoleh data penelitian pada penelitian ini adalah Kopi Beda Cerita yang beralamat di Jalan Jatihandap No. 138 Jatihandap Bandung, Jawa Barat.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan yaitu terhitung dari bulan Maret 2024 sampai dengan Agustus 2024.

Tabel 1.5
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan Penelitian					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Pengajuan Judul						

Lanjutan Tabel 1.5

2.	Perizinan Penelitian						
3.	Penyusunan BAB I						
4.	Penyusunan BAB II, BAB III						
5.	Sidang UP						
6.	Pengolahan Data						
7.	Penyusunan BAB IV, BAB V, Lampiran, dan Abstrak						
8.	Sidang Akhir						

Sumber : Diolah peneliti (2024)

