

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Baik usaha pangan skala kecil, menengah, maupun besar tengah berlomba-lomba untuk memproduksi makanan yang dapat bersaing di pasar nasional maupun internasional. Tingginya persaingan dalam produksi makanan mendorong setiap pelaku industri makanan di Indonesia untuk meningkatkan kontrol terhadap kualitas dan keamanan produk makanan yang dihasilkan. Dengan memastikan mutu dan keamanan pangan yang terjamin, produk-produk tersebut memiliki kesempatan yang lebih besar untuk diterima di semua pasar. Saat ini, dalam era modern yang ditandai dengan perkembangan teknologi dan pemikiran manusia. Perkembangan ini juga berdampak pada dunia bisnis, di mana persaingan menjadi semakin ketat. Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menarik pangsa pasar dan minat calon konsumen dengan berbagai metode dan inovasi yang diterapkan dalam produk atau layanan yang mereka sediakan.

Seiring perkembangan zaman, berbagai makanan, termasuk olahan daging ayam, mengalami transformasi menjadi hidangan menarik. Fried chicken, sebagai salah satu makanan cepat saji, telah menjadi favorit banyak kalangan masyarakat. Penjualan makanan cepat saji, yang didominasi oleh waralaba asing seperti KFC, McDonald's, dan A&W, merajai gaya hidup global, termasuk di Indonesia. Namun, harga yang tinggi membuat produk-produk ini kurang terjangkau bagi masyarakat

kelas menengah ke bawah, mendorong munculnya waralaba lokal yang menawarkan fried chicken dengan harga lebih terjangkau dan lokasi yang dekat dengan konsumen. Pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya jumlah UMKM juga turut mendorong perkembangan waralaba lokal, menjadikan makanan cepat saji semakin diminati oleh masyarakat perkotaan karena kepraktisannya.

Saat ini, banyak usaha ayam goreng lokal yang bermunculan, menciptakan persaingan yang cukup ketat di antara berbagai merek dengan produk serupa. Pride Chicken adalah sebuah perusahaan mikro kecil dan menengah yang telah berkembang sejak tahun 2020 dengan mengusung konsep kemitraan yang kuat, tidak hanya fokus pada pengembangan bisnis, tetapi juga membangun hubungan yang solid dengan para mitra Pride Chicken. Bersama mitra-mitra yang berkomitmen pada cita rasa dan pertumbuhan ekonomi, Pride Chicken terus berkembang dan kini telah mempunyai 174 Booth yang ada di Kota Bandung, dan pusat Pride Chicken yang berlokasi di Jl. Candra Kirana No.16, Cibaduyut, kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40236.

Berikut adalah data penjualan pride chicken kec. Lengkong Kota Bandung. Data ini meliputi informasi penjualan bulanan selama periode Desember 2023 – Mei 2024, termasuk jumlah produk yang terjual. Informasi ini penting untuk memahami tren penjualan dan preferensi pelanggan, serta untuk mengkaji pengaruh kualitas produk serta harga pada keputusan pembelian. Dengan mempelajari data ini, kita dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam strategi pemasaran saat ini.

Tabel 1. 1
Penjualan Pride Chicken Wilayah Kec. Lengkong

Bulan	Potongan Besar	Potongan Kecil	Jumlah	Perubahan (%)
Desember	233	184	417	
Januari	227	182	409	-19,18
Februari	233	186	419	24,44
Maret	224	179	403	-38,18
April	237	189	426	57,07
mei	228	183	411	-35,21

Sumber: diolah pride chicken 2024

Pada tabel 1.1, data penjualan Pride Chicken di wilayah Kecamatan Lengkong yaitu cabang Suryalaya, Cijagra, Kliningan, Gumuruh, Turangga selama enam bulan menunjukkan variasi jumlah penjualan dan perubahan persentase dari bulan ke bulan. Pada bulan Desember, penjualan tercatat sebanyak 233 potongan besar dan 184 potongan kecil, dengan total 417 potongan. Memasuki bulan Januari, terjadi penurunan penjualan menjadi 227 potongan besar dan 182 potongan kecil, sehingga total penjualan menjadi 409 potongan, yang menandakan penurunan sebesar 19,18% dibandingkan bulan sebelumnya.

Pada bulan Februari, penjualan meningkat kembali menjadi 233 potongan besar dan 186 potongan kecil, dengan total 419 potongan, yang merupakan peningkatan sebesar 24,44%. Namun, pada bulan Maret, jumlah penjualan kembali menurun menjadi 224 potongan besar dan 179 potongan kecil, dengan total 403 potongan, mengalami penurunan signifikan sebesar 38,18%.

Tren peningkatan penjualan terjadi pada bulan April, dengan total penjualan mencapai 426 potongan, terdiri dari 237 potongan besar dan 189 potongan kecil,

yang mencatatkan kenaikan drastis sebesar 57,07%. Akan tetapi, di bulan Mei, jumlah penjualan kembali menurun menjadi 228 potongan besar dan 183 potongan kecil, dengan total 411 potongan, mengalami penurunan sebesar 35,21% dibandingkan bulan April. Secara keseluruhan, data penjualan menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan setiap bulannya.

Setiap hari, konsumen membuat berbagai keputusan pembelian. Banyak perusahaan secara mendalam menyelidiki keputusan ini untuk memahami apa, dimana, bagaimana, berapa banyak, dan mengapa konsumen membeli. Menurut Swasta & Irawan dalam Sari (2020:148) Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan pelanggan ketika mereka telah memutuskan untuk membeli suatu produk setelah melakukan penelitian sendiri. Keinginan konsumen untuk membeli suatu produk meningkat seiring dengan manfaatnya. Ada taktik yang berhasil untuk membujuk pelanggan agar membeli produk ketika mereka membuat keputusan. Pilihan konsumen untuk membeli atau tidak membeli produk adalah tantangan yang signifikan bagi Pride Chicken. Dalam membuat keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan aspek yang terkait dengan kualitas produk yang akan dibeli. Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya, mencakup daya tahan, keandalan atau inovasi, kekuatan, kemudahan pengemasan dan perbaikan produk, serta karakteristik lainnya. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Dalam upaya memahami penyebab penurunan penjualan, peneliti melakukan pra-survey terhadap 25 pelanggan Pride Chicken untuk mengidentifikasi permasalahan yang

dihadapi saat ini. Hasil pra-survey ini memberikan wawasan penting yang akan digunakan untuk mengembangkan strategi perbaikan dan peningkatan penjualan ke depannya. Analisis mendalam terhadap yang diharapkan bahwa elemen-elemen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen bisa memberikan bantuan Pride Chicken dalam mengatasi tantangan ini dan meningkatkan daya saing di pasar. Berikut adalah jawaban dari responden tersebut terkait keputusan pembelian:

Tabel 1. 2 Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	
1.	Apakah anda berkeinginan untuk mengkonsumsi pried chicken?	18	72%	7	28%	100%
2	Apakah anda mencari informasi terkait produk pride chicken dari orang lain?	8	32%	17	68%	100%
3	Apakah anda memiliki keinginan untun membeli ulang produk pride chicken?	10	30%	15	60%	100%
4	Apakah anda melakukan pembelian produk pride chicken karena rekomendasi dari orang lain?	11	44 %	14	56%	100%
5	Apakah anda melakukan pembelian pride chicken karena kualitas yang konsisten dan terpercaya?	12	48%	13	52%	100%
Rata- rata		11,8	48%	13,2	52%	100%

Sumber: pengolahan data, 2024

Berdasarkan hasil pra-survey, keputusan pembelian produk Pride Chicken oleh responden menunjukkan beberapa kecenderungan. Sebanyak 72% responden menyatakan memiliki keinginan untuk mengkonsumsi pried chicken, sementara

28% tidak. Hanya 32% yang mencari informasi terkait produk Pride Chicken dari orang lain, sedangkan 68% tidak melakukan hal tersebut. Keinginan untuk membeli ulang produk ini tercatat pada 30% responden, sementara 60% tidak memiliki keinginan tersebut. Pembelian produk karena rekomendasi dari orang lain dilakukan oleh 44% responden, sedangkan 56% tidak. Sementara itu, 48% responden membeli produk Pride Chicken karena kualitas yang konsisten dan terpercaya, dan 52% tidak. Rata-rata, 48% responden menjawab "ya" pada pertanyaan survei ini, sedangkan 52% menjawab "tidak." Data ini menunjukkan bahwa meskipun ada minat yang cukup tinggi terhadap pried chicken, faktor-faktor seperti rekomendasi dari orang lain dan persepsi terhadap kualitas mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Menurut Suryani dalam Zuhro (2022:3), aspek pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk. Produk mencakup segala bentuk barang maupun jasa yang dapat disajikan dalam upaya untuk menarik minat pelanggan, memberikan keuntungan, memenuhi kebutuhan serta keinginan pembeli. Jika kualitas suatu produk telah dikenal oleh masyarakat dengan rasa yang enak dan telah menyebarluas tentang informasi produk tersebut, konsumen akan tertarik untuk membelinya. Sebuah produk dianggap berkualitas tinggi jika memuaskan harapan pelanggan, Kualitas produk berkaitan erat dengan keputusan pembelian.

Pride chicken menghadapi tantangan dalam hal kualitas produk, Berikut ini adalah jawaban responden terkait kualitas produk.

Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survey Terkait Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Jawaban responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	%
1	Seberapa mudah outlet pride chicken di temukan	11	47,8%	12	52,2%	100 %
2	Apakah Anda pernah mengalami masalah dengan produk pride chicken seperti kekurangan bumbu atau daging yang kurang matang?	13	56,5%	10	43,5%	100 %
3	Pride chicken memiliki daya tahan produk yang awet	18	78,3%	5	21,7%	100 %
4	Apakah Anda merasa tekstur dari kulit chicken ini memuaskan?	8	34,8%	15	65,2%	100 %
5	Apakah Anda setuju bahwa produk pride chicken kami memiliki rasa yang konsisten setiap kali Anda membelinya?	8	34,8%	15	65,2%	100 %
6.	Pride chicken memiliki kesesuaian dengan standar dan kualitas yang ditawarkan.	10	43,5%	13	56,5%	100 %
Rata-rata		11	47,8%	12	52,2%	100%

Sumber: pengolahan data,2024

Hasil pra-survey menunjukkan pandangan beragam tentang kualitas produk Pride Chicken. Sebagian besar responden (52,2%) merasa outlet Pride Chicken sulit ditemukan, sementara 47,8% merasa sebaliknya. Masalah terkait produk seperti kekurangan bumbu atau daging kurang matang dialami oleh 56,5% responden, sementara 43,5% tidak mengalami masalah tersebut. Mengenai daya tahan produk, 78,3% merasa produk tersebut awet. Namun, hanya 34,8% yang puas dengan tekstur kulit ayam, dan 34,8% juga merasa rasa produk tidak konsisten. Terakhir, 43,5% merasa produk sesuai dengan standar dan kualitas yang ditawarkan,

sedangkan 56,5% tidak setuju. Rata-rata, responden memberikan penilaian yang hampir seimbang antara yang puas dan tidak puas terhadap produk.

Perkembangan pesat ini didukung oleh strategi penentuan harga yang adil yang tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah, sehingga tetap terjangkau. Menetapkan harga adalah elemen krusial dalam bauran pemasaran karena mempengaruhi pendapatan perusahaan. Selain itu, harga merupakan satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan penjualan, sementara komponen lainnya adalah biaya. Menurut (Aks, 2024:269) Pilihan harga memiliki dampak yang signifikan dalam menyampaikan kualitas barang dan mengetahui nilai atau manfaat yang diberikan kepada pelanggan. Dengan cara yang sama, salah satu elemen yang mempengaruhi keputusan untuk membeli adalah harga. Dalam persaingan yang semakin ketat, Perusahaan harus bisa menawarkan harga yang bersaing tanpa mengorbankan kualitas produk. Penetapan harga yang tepat tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Harga yang dapat terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan. Ketika pelanggan merasa mereka mendapatkan nilai yang setara atau lebih dari harga yang dibayarkan, mereka cenderung kembali membeli produk tersebut di masa depan. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan kualitas produk dapat menurunkan keputusan pembelian. Selain itu, dalam bisnis *pried chicken*, harga sering kali berkaitan dengan promosi dan diskon. Program potongan harga atau penawaran bundling, dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian. Pelanggan yang merasa diuntungkan cenderung lebih terikat dengan merek dan

lebih sering melakukan pembelian ulang. penelitian ini melihat bagaimana keputusan pembelian perusahaan dipengaruhi oleh harga, serta mengidentifikasi strategi harga yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan.

Tabel 1. 4 Tabel Harga perkiraan Fried Chicken Dari Beberapa Gerai Lokal Di Kota Bandung

Nama Gerai	Jenis Menu	Harga Perkiraan (IDR)
Pride chicken	Ayam goreng (1 potong)	12.000 – 18.000
	Paket nasi + ayam	20.000 – 30.000
Rocket chicken	Ayam goreng (1 potong)	10.000 – 15.000
	Paket nasi + ayam+ minum	18.000 – 25.000
Quick chicken	Ayam goreng (1 potong)	12.000 – 18.000
	Paket nasi + ayam	25.000 – 35.000
Sabana fried chicken	Ayam Goreng (1 potong)	10.000 – 15.000
	Paket Nasi + Ayam	20.000 – 25.000
Hisana fried chicken	Ayam Goreng (1 potong)	10.000 – 15.000
	Paket Nasi + Ayam	20.000 – 25.000
Geprek benu	Ayam Goreng Geprek (1 potong)	15.000 – 22.000
	Paket Nasi + Ayam Geprek	25.000 – 35.000
D'BestO	Ayam Goreng (1 potong)	12.000 – 18.000
	Paket Nasi + Ayam	20.000 – 30.000

Sumber: pikiran rakyat.com

Penelitian ini mengkaji perbandingan harga menu ayam goreng dari berbagai gerai lokal di Kota Bandung untuk memahami pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh, harga ayam goreng per potong bervariasi dengan beberapa gerai menawarkan harga yang lebih tinggi, sementara lainnya menawarkan harga yang lebih rendah. Pride Chicken, Quick Chicken, dan D'BestO termasuk dalam kategori gerai yang menawarkan harga tertinggi, sedangkan Rocket Chicken, Sabana Fried

Chicken, dan Hisana Fried Chicken cenderung menawarkan harga yang lebih terjangkau. Geprek Benu memiliki kisaran harga yang sedikit lebih tinggi dibandingkan yang lain, kemungkinan karena cita rasa pedas yang menjadi ciri khasnya.

Perbedaan harga ini mengindikasikan adanya variasi dalam kualitas produk yang ditawarkan oleh setiap gerai. Harga yang lebih tinggi biasanya mencerminkan adanya tambahan fitur atau kualitas yang lebih baik, seperti rasa yang lebih khas atau porsi yang lebih besar. Faktor ini menjadi salah satu elemen penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Kota Bandung, di mana konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan nilai terbaik sesuai dengan preferensi mereka. Menurut teori ekonomi mikro, persaingan harga terjadi ketika beberapa perusahaan menawarkan produk atau layanan yang serupa dan berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan menyesuaikan harga mereka. Ketika persaingan harga meningkat, perusahaan sering kali menurunkan harga untuk menarik lebih banyak konsumen, yang dapat menyebabkan efek domino di mana pesaing lainnya juga menurunkan harga untuk tetap kompetitif. Ini disebut sebagai strategi penetapan harga kompetitif.

Pride chicken menghadapi tantangan dalam hal harga, Berikut ini adalah jawaban responden terkait harga:

Tabel 1. 5 Hasil Pra-Survey Terkait Harga

No	Pertanyaan	Jawaban responden				Total
		Ya		Tidak		
		F	%	F	%	%
1	Harga pride chicken saat ini terjangkau?	17	73,9%	6	26,1%	100%
2	Harga pride chicken sesuai dengan yang diinginkan.	11	47,8%	12	52,2%	100%
3	Harga pride chicken sesuai dengan manfaat yang dirasakan	7	30,4%	16	69,6%	100%
4	Apakah Anda lebih memilih untuk membeli pride chicken dalam bentuk paket atau combo untuk mendapatkan harga yang lebih baik?	17	73,9%	6	26,1%	100%
5	Apakah Anda merasa harga pride chicken cenderung menurun dalam beberapa tahun terakhir?	8	34,8%	15	65,2%	100%
Rata-rata		12	52,2%	11	47,8%	100%

Sumber: pengolahan data, 2024

Berdasarkan survey terhadap 23 responden, mayoritas (73,9%) merasa bahwa harga Pride Chicken saat ini terjangkau, namun hanya 47,8% yang merasa harga tersebut sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, hanya 30,4% responden yang menganggap harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan. Sebanyak 73,9% responden lebih memilih membeli Pride Chicken dalam bentuk paket atau combo untuk mendapatkan harga yang lebih baik, sedangkan 34,8% merasa harga cenderung menurun dalam beberapa tahun terakhir. Rata-rata, 52,2% responden memberikan tanggapan positif mengenai harga, sementara 47,8% memberikan tanggapan negatif, menunjukkan bahwa meskipun harga dianggap terjangkau, masih ada ketidakpuasan terkait kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh.

Ketika konsumen akan membuat keputusan pembelian, variabel produk menjadi pertimbangan utama karena produk merupakan tujuan utama konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian (Ghanimata, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga sering kali dianggap sebagai indikator kualitas produk. Konsumen cenderung mengasosiasikan harga yang mahal dengan kualitas yang baik, sementara harga yang murah sering kali membuat konsumen meragukan kualitasnya. Saat berbelanja, hal pertama yang sering diperhatikan oleh konsumen adalah harga, diikuti oleh beberapa faktor lainnya. Harga yang tinggi harus sebanding dengan manfaat yang diterima oleh konsumen. Harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Jika harga terlalu tinggi, konsumen mungkin akan memilih produk lain yang serupa tetapi dengan harga lebih murah. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, konsumen akan meragukan kualitas produk tersebut dan mungkin menunda keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas serta hasil pra survey peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas dan hasil dari pra survey maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Harga sangat bersaing
2. Pelanggan belum mau merekomendasikan ayam goreng
3. Pelanggan belum resisten terhadap tawaran produk ayam goreng pesaing
4. Rasa yang tidak konsisten

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas maka batasan masalah pada penelitian ini agar penelitian menjadi fokus adalah:

1. Variabel kualitas produk dan harga sebagai variabel independen
2. Variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen
3. Unit analisis dalam penelitian ini pelanggan Pride Chicken kec. Lengkong Kota Bandung.
4. Waktu penelitian 3 bulan (Maret-Mei 2024)

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pada Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.

3. Seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis:

1. Kondisi Kualitas produk, harga, dan Keputusan pembelian pada Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.
3. Pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.
4. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

Pengembangan penelitian ini berharap dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan hasil peneliian ini diharapkan dapat menambah teori dan literatur dalam bidang ilmu manajemen, sekaligus menambah ilmu kepustakaan, khususnya untuk jenis penelitian kuantitatif.

2. Kegunaan Praktis

Praktek riset konsumen ini dapat menjadi pengetahuan umum, rujukan dan bahan rujukan bagi semua pihak yang ingin memahami Keputusan Pembelian terhadap kualitas produk yang diberikan dan harga dari setiap produk kuliner. Pihak Perusahaan berharap dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian khususnya kualitas produk dan harga yang sebanding dengan apa yang produk pride chicken berikan.

1.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pride Chicken Kec. Lengkong Kota Bandung:

1. Cabang Suryalaya: Jl. Suryalaya No. 31
2. Cabang Cijagra: Jl. Cijagra No.39
3. Cabang Kliningan: Jl. Kliningan Raya No.1
4. Cabang Cumuruh: Jl. Gumuruh No.11
5. Cabang Turangga: Jl. Turangga No.34

1.7.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada saat semester genap 2023/2024 pada bulan April sampai dengan selesai.

Tabel 1. 6 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan Penelitian					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Pengajuan Judul						
2.	Penyusunan BAB I						
3.	Penyusunan BAB II						
4.	Sidang UP						
5.	Pengolahan Data						
6.	Penyusunan BAB IV, BAB V, Lampiran, dan Abstrak						
7.	Sidang Akhir						

Sumber: pengolahan data, 2024

