

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Mie Gacoan Cabang Buah Batu Bandung



Gambar 1. 1 Logo Mie Gacoan

Dalam media sosial Mie Gacoan (Mie Gacoan, 2024) menjelaskan bahwa "Mie Gacoan" adalah sebuah merk dagang dari jaringan restaurant mie pedas no 1 di Indonesia, yang menjadi anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi. Berdiri sejak awal tahun 2016, saat ini merk "Mie Gacoan" telah tumbuh menjadi market leader, utamanya di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Kepulauan Bali. Harris Kristanto merupakan pendiri dari outlet Mie Gacoan. Ia merupakan lulusan Sarjana Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya tahun 2007-2010. Harris Kristanto memiliki strategi yang baik sehingga Mie Gacoan bisa mencapai keuntungan dan memperlebar outletnya di seluruh Indonesia. Hal ini membuat Mie Gacoan sedang dalam jalur kuat untuk berekspansi menjadi merk terbesar nomor 1 secara nasional. Mengusung konsep bersantap modern dengan harga yang terjangkau, kehadiran "Mie Gacoan" telah mendapatkan apresiasi luar biasa di setiap market dimana "Mie Gacoan" hadir untuk melayani puluhan ribu pelanggan setiap bulan nya. Oleh karena itu, inovasi akan selalu dikedepankan agar "Mie Gacoan" tetap relevan dan menjadi pilihan terbaik bagi para customer.

Nama "Mie Gacoan" diambil dari kata "Gaco" yang artinya jagoan / andalan dalam bahasa Jawa. Mie Gacoan memiliki konsep mie dengan sambal cabai aneka level bercitarasa gurih ditambah dengan aneka topping seperti daging ham, daging ayam dan pangsit sehingga. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap favorit bagi masyarakat Indonesia, khususnya mahasiswa, pelajar dan keluarga. Dengan mengusung suasana restoran yang atraktif, keren dan lega, dan juga dilengkapi berbagai fasilitas membuat setiap pengunjung makin betah dan selalu ingin kembali lagi.

Terdapat pula visi misi dari mie gacaoan sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi *brand F&B* retail terbaik dan terbesar dengan standar pelayanan, produk, dan kebersihan bertaraf internasional

b. Misi

- Menyediakan produk terbaik dengan harga yang sangat terjangkau untuk *customer* kelas menengah
- Menciptakan *customer experience* yang terbaik dan berkelanjutan
- Membawa nama Indonesia ke dalam peta F&B dunia

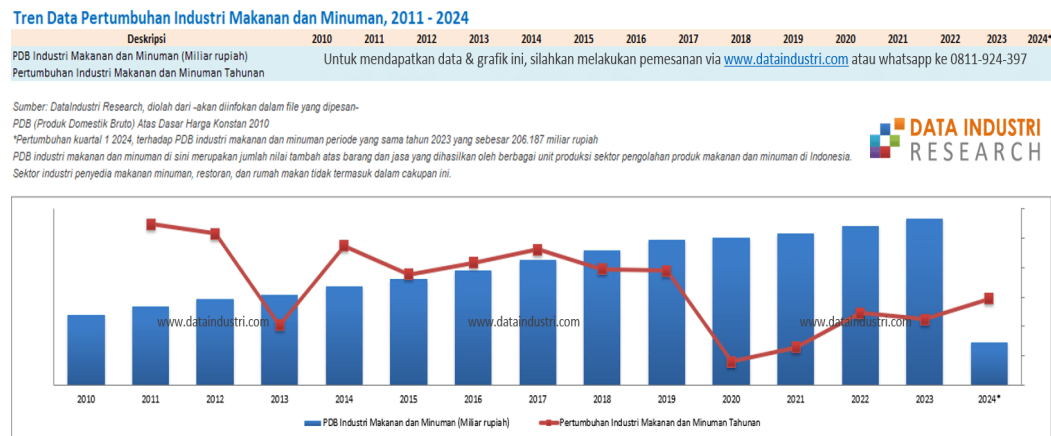
Mie Gacoan sudah tersebar diberbagai daerah di Indonesia, salah satunya Mie Gacoan di Angkringan Kang AI jalan Buah Batu No 144, Buah Batu, Bandung yang buka setiap hari. Adapun menu Mie Gacoan Buah Batu Bandung yaitu:

- Makanan: Mie Suit, Mie Hompimpa, Mie Gacoan, Siomay, Udang Rambutan, Udang Keju. Lumpia Udang, Pangsit Goreng
- Minuman: Es Gobak Sodor, Es Teklek, Es Sluku Bathok, Es Petak Umpet

1.2 Latar Belakang

Makanan menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia. Untuk memuaskan pelanggan, berbagai jenis hidangan disiapkan dan dimasak dengan cara yang paling menarik.

Selain itu banyak toko dan restoran yang juga memperhatikan kualitas pelayanannya karena dengan pelayanan yang baik maka pelanggan akan merasa dihormati, pelanggan akan merasa nyaman dan mempunyai peluang lebih besar untuk menjadi pelanggan kembali. Tempat makan atau restoran memberikan suasana yang nyaman dan bersih, serta desain estetika yang memberikan nilai tambah bagi kepuasan pelanggan.



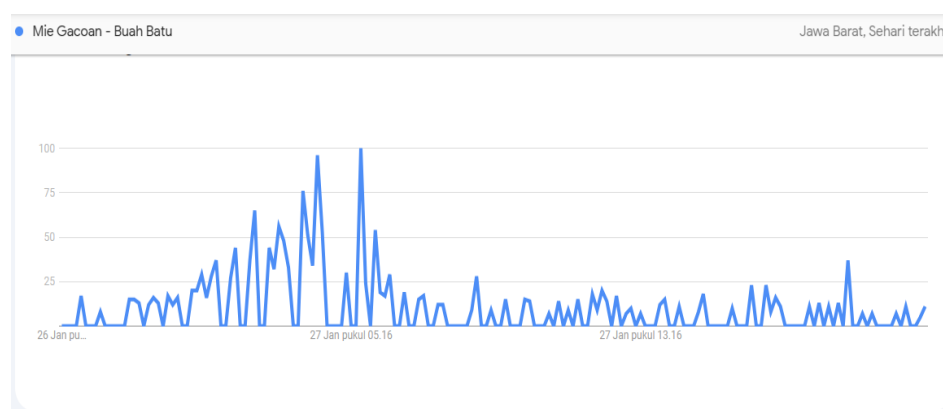
Gambar 1. 2 Data Pertumbuhan Industri Makanan & Minuman 2011-2024

Sumber: dataindustri.com

Di Indonesia saat ini terdapat banyak restoran yang menawarkan hidangan unik, di antaranya adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi. Restoran mie ini yang menawarkan *value for money* terbaik di kategorinya. Mie Gacoan menjadi tempat makan mie paling sesuai khususnya bagi pelajar SMA dan Mahasiswa untuk bisa berkumpul dan mengerjakan tugas.

Mie Gacoan terkhusus di Buah Batu Bandung sangat ramai dikunjungi terutama yang menyukai makanan pedas karena Mie Gacoan terkenal dengan makanan pedasnya, meskipun begitu Mie Gacoan tetap menyediakan menu tidak pedas. Mie

Gacoan berinovasi dari produk mie yang awalnya mie biasa, menjadi mie dengan rasa baru, khusus rasa pedas khas mie Gacoan, dari normal, sedang, dengan rasa pedas lebih disukai. Mie Gacoan Buah Batu Bandung menawarkan menu mie dengan tingkat kepedasan yang berbeda-beda tergantung keinginan pelanggan, sehingga pelanggan dapat memilih ingin menikmati mie dengan tingkat kepedasan atau tingkat kepedasan yang diinginkan. Menu yang ditawarkan Mie Gacoan memiliki tiga variasi yaitu Mie Iblis, Mie Setan, dan Mie Malaikat. Selain mie, mereka juga menawarkan beragam dim sum dan minuman yang cocok untuk disandingkan.



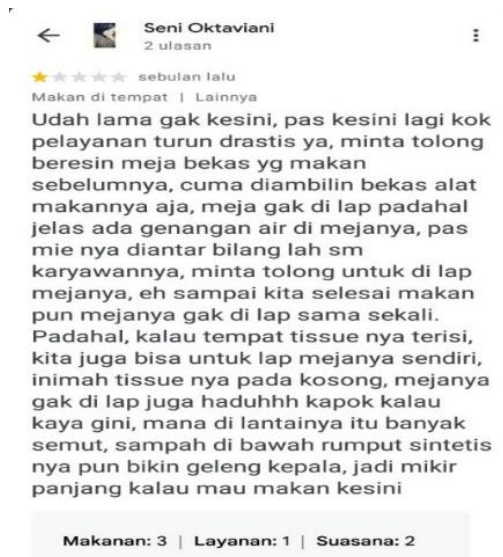
Gambar 1.2 Tren Penelusuran Mie Gacoan Buah Batu 2024

Sumber: *Google Trends*

Berdasarkan gambar 1.2 Mie Gacoan Buah Batu Bandung mengalami pertumbuhan yang sangat pesat pada tahun 2023 dan pada 27 Januari 2024 dengan mencapai rata-rata 100.

Berdasarkan hasil pengamatan, Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung terlihat selalu ramai dengan pembeli yang berkunjung setiap harinya terutama pada hari libur seperti sabtu dan minggu. Dengan banyaknya pelanggan yang berkunjung, ini dapat membuktikan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut penulis berkeinginan untuk mengetahui pengaruh minat beli ulang pelanggan yang diukur dari kualitas produk dan kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung.

Niat membeli kembali juga diartikan sebagai keinginan konsumen untuk melakukan pembelian lagi setelah pembelian sebelumnya sesuai dengan harapannya. Oleh karena itu minat beli ulang konsumen sangat berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan adanya hubungan yang baik dengan pelanggan (Perdana & Mulyadi, 2023)



Gambar 1. 3 Ulasan Minat Beli Ulang

Sumber: Google Review diakses pada 27 Januari 2024

Pada gambar 1.6 di atas terdapat ulasan dari pelanggan mengenai keraguannya dalam minat beli ulang produk Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung. Kualitas produk dan kualitas layanan yang tidak memuaskan membuat kekecewaan bagi sebagian konsumen.

Berikut merupakan hasil pra survey penelitian kepada 16 orang pelanggan atau konsumen pada Mie Gacoan Cabang Buah Batu Bandung guna menggambarkan mengenai keputusan minat beli ulang. Survey dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan minat beli ulang produk Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung:

Tabel 1. 1 Pra survey Variabel Z Minat Beli Ulang

Variabel Z Minat Beli Ulang					
No	Dimensi	Distribusi Jawaban		% Ya	% Tidak
		Ya	Tidak		
1	Senang mencoba menu baru di Mie Gacoan	13	3	81%	18,80%
2	Tidak akan beralih ke kompetitor lain	7	9	43,80%	56,30%
3	Sudah makan berulang kali di Mie Gacoan Buah Batu Bandung	14	2	87,50%	12,50%
4	Memberikan kesan positif pada Mie Gacoan Buah Batu	14	2	87,50%	12,50%
5	Akan melakukan pembelian ulang di Mie Gacoan Buah Batu Bandung	10	6	62,50%	37,50%

Sumber: Olah Data Peneliti 2024

Berdasarkan table 1.1 dapat diketahui bahwa minat beli ulang pelanggan atau konsumen terhadap Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung cukup besar. Hal ini dapat dilihat dari persentasi pada pertanyaan diatas menunjukkan 87,50% berminat untuk membeli ulang Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung. Selain itu 87,50% pelanggan atau konsumen pun turut memberikan respon positif terhadap Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung.

Selain minat beli ulang, terdapat pula kepuasan pelanggan menjadi bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Kepuasan pelanggan penting bagi bisnis. Perusahaan yang kuat dalam mengembangkan strategi untuk memenuhi harapan pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan dari pelanggan dan akan menyukai produk atau layanan yang mereka beli. Pelanggan yang puas lebih cenderung melakukan pembelian berulang dan hal ini berdampak positif pada pertumbuhan pendapatan perusahaan (Angraini, 2023)



Gambar 1. 4 Ulasan Ketidakpuasan Pelanggan

Sumber: Google Review diakses pada 27 Januari 2024

Pada gambar 1.5 di atas sebagian pelanggan membuat ulasan mengenai ketidakpuasan dari kualitas produk yang terlalu asin dan kualitas layanan yang tidak ramah yang diberikan oleh Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung. Terdapat banyak hal yang kurang maksimal dilakukan oleh Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung.

Adapun hasil pra survey penelitian kepada 16 orang pelanggan mengenai kepuasan pelanggan dengan hasil sebagai berikut:

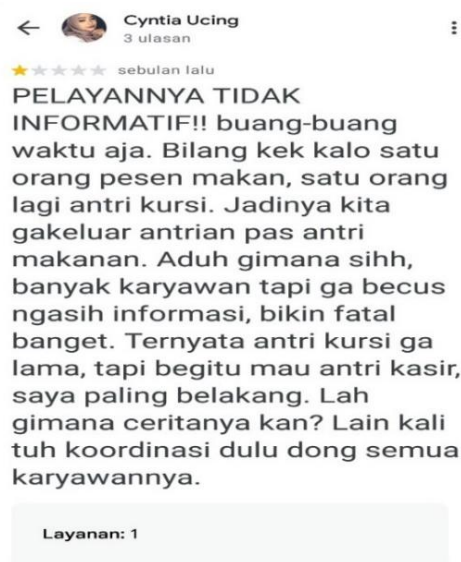
Tabel 1. 2 Pra Survey Variabel Y Kepuasan Pelanggan

Variabel Y Kepuasan Pelanggan					
No	Dimensi	Distribusi Jawaban		% Ya	% Tidak
		Ya	Tidak		
1	Mie Gacoan Buah Batu memberikan pengalaman memuaskan	15	1	93,80%	6,30%
2	Suasana Mie Gacoan Buah Batu sejuk dan menyenangkan	13	3	81,30%	18,80%
3	Lokasi Mie Gacoan Buah Batu mudah ditemukan	15	1	93,80%	6,30%
4	Mie Gacoan Buah Batu sesuai harapan	12	4	75%	25%
5	Merasa puas mengunjungi Mie Gacoan Buah Batu	15	1	93,80%	6,30%

Berdasarkan hasil dari table 1.2 dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan dapat terbilang baik. Hal ini dapat dilihat dari persentase terdapat tiga pernyataan yang

mencapai 93,80% diantaranya adalah Mie Gacoan Buah Batu memberikan pengalaman memuaskan

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas layanan. Kualitas layanan juga menjadi hal yang penting bagi pelanggan. Kualitas layanan merupakan hasil penilaian pelanggan terhadap perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari layanan yang mereka terima dari penyedia layanan, baik penilaian secara sebagian atau secara keseluruhan. (Novia et al., 2020)



Gambar 1. 5 Ulasan Kualitas Layanan

Sumber: Google Review diakses pada 27 Januari 2024

Berdasarkan gambar 1.4 diatas terdapat sebagian konsumen yang memberikan ulasan mengenai Kualitas layanan, ternyata terdapat karyawan yang tidak memberikan informasi secara jelas sehingga pelanggan harus menunggu dalam waktu yang cukup lama. Pelayanan dalam menyajikan makanan pun menjadi salah satu penyebab yang dikeluhkan bagi sebagian pelanggan.

Adapun hasil penelitian pra survey dari 16 orang pelanggan atau konsumen Mie Gacoan Buah Batu Bandung guna mendapat gambaran mengenai kualitas layanan. Survey dilakukan dengan pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Pra Survey Variabel X2 Kuallitas Layanan

Variabel X2 Kualitas Layanan					
No.	Dimensi	Distribusi Jawaban		% Ya	% Tidak
		Ya	Tidak		
1	Pelayan cepat tanggap di Mie Gacoan Buah Batu	12	4	75%	25%
2	Mie Gacoan Buah Batu memiliki pelayan yang wangi	15	1	93,80%	6,30%
3	Mie Gacoan Buah Batu menyajikan pesanan dengan cepat	14	2	87,50%	12,50%
4	Pelayan Mie Gacoan Buah Batu melayani sesuai kebutuhan	15	1	93,80%	6,30%
5	Pelayan di Mie Gacoan Buah Batu menyajikan pesanan sesuai permintaan	14	2	87,50%	12,50%

Sumber: Olah Data Peneliti 2024

Berdasarkan table 1.3 dapat diketahui bahwa kualitas layanan dapat dikatakan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase pada dimensi penampilan pelayan yang sopan mencapai 93,80% dan dimensi senang pada kepedulian pelayan mencapai 87, 50% selain itu pelayan yang memiliki sifat ramah pun mencapai 93, 80%.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk memiliki peran penting terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk merujuk kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Serta yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan dan dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Apabila pelanggan merasa puas terhadap suatu produk yang di beli, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang (Novia et al., 2020).



Gambar 1. 6 Ulasan Kualitas Produk

Sumber: Google Review diakses pada 27 Januari 2024

Berdasarkan Gambar 1.3 di atas dapat diketahui bahwa masih terdapat konsumen yang merasa tidak puas dengan kualitas produk yang disajikan oleh Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung. Selain itu terdapat pula hasil penelitian dari pra survey kualitas produk pada 16 orang yang diberikan pertanyaan. Hasil dari pra survey sebagai berikut:

Tabel 1. 4 Pra Survey Variabel X1 Kualitas Produk

Variabel X1 Kualitas Produk					
No	Dimensi	Distribusi Jawaban		% Ya	% Tidak
		Ya	Tidak		
1	Produk di Mie Gacoan Buah Batu selalu <i>fresh</i>	15	1	93,80%	6,30%
2	Penampilan produk di Mie Gacoan terlihat menarik	15	1	93,80%	6,30%
3	Kemasan produk Mie Gacoan Buah Batu melindungi produk	7	9	43,80%	56,30%
4	Mie Gacoan Buah Batu selalu menggunakan produk berkualitas	14	2	87,50%	12,50%
5	Produk Mie Gacoan Buah Batu Bandung tertata rapi	15	1	93,80%	6,30%

Sumber: Olah Data Peneliti 2024

Berdasarkan hasil dari table 1.4 dapat diketahui bahwa dimensi kualitas produk dapat dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari persentase dari penampilan produk dan kematangan produk yang mencapai 93,80% serta persentase mengenai rasa dari produk Mie Gacoan Buah Batu Bandung mencapai 93,80%.

Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung juga memberikan penawaran produk yang beraneka ragam. Dengan munculnya produk-produk baru diharapkan dapat memberikan layanan yang baik untuk pelanggan, sehingga pelanggan tidak berpindah restoran dan tetap mendapatkan perasaan nyaman di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung, selain itu Mie Gacoan sudah memiliki citra yang terkenal baik dan bagus hal ini dapat menjadi kelebihan dan nilai tambah untuk menarik pelanggan

Terdapat banyak kesan baik terhadap Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung, namun berdasarkan fenomena yang terjadi di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung terdapat sebagian konsumen yang mengeluh terkait kualitas produk dan kualitas layanan yang tidak sesuai keinginan konsumen sehingga pelanggan merasa tidak puas dan menjadi ragu dalam membeli ulang produk yang ditawarkan oleh Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung.

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan, hal inilah yang menjadi dasar ketertarikan untuk mengangkat ke dalam penelitian. Alasan peneliti memilih Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung karena merupakan perusahaan yang memiliki pengaruh dan selalu ramai oleh pengunjung. Alasan lain bagi peneliti memilih lokasi tersebut adalah karena permasalahan yang diteliti lebih mengarah pada Mie Gacoan Buah Batu Bandung. Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung juga lebih dekat dengan domisili peneliti sehingga memudahkan peneliti untuk mengetahui dan menganalisis permasalahan yang akan dikaji. Hal ini juga berkaitan dengan waktu dan dana yang dimiliki oleh peneliti.

Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung terkenal karena inovasi pada produknya serta strategi yang cerdas. Peneliti dapat memahami bagaimana perusahaan mencapai keunggulan yang kompetitif dan bagaimana inovasi menjadi peran dalam strategi mereka. Hal ini menjadi objek yang menarik untuk diteliti. Alasan peneliti memilih kualitas produk dan kualitas layanan karena variabel tersebut memiliki pengaruh

langsung terhadap kepuasan pelanggan, hal ini membuat peneliti dapat mempelajari bagaimana kedua variabel ini saling berkaitan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat meningkatkan minat beli ulang pelanggan. Selain itu variabel tersebut juga menjadi faktor-faktor yang penting dalam persaingan pasar, sehingga dapat memahami bagaimana perusahaan dapat memperoleh nilai tambah melalui kedua variabel tersebut dapat membantu strategi bisnis yang efektif.

Peneliti memiliki keterbatasan dalam memperoleh data, untuk memudahkan dalam menjangkau atau mencari sumber data responden yang lebih spesifik peneliti memilih pelanggan atau konsumen yang sudah pernah berkunjung langsung ke Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN MIE GACOAN CABANG BUAH BATU BANDUNG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, minat beli ulang pada Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Buah Batu Bandung?
5. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Buah Batu Bandung?
6. Apakah minat beli ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui variabel kepuasan pelanggan di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung?

8. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui variabel kepuasan pelanggan di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang menjadi latar belakang, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, minat beli pada Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung
2. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung
3. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya kualitas layanan terhadap minat beli ulang di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung
4. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Buah Batu Bandung
5. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Buah Batu Bandung
6. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh minat beli ulang terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung
7. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui variabel kepuasan pelanggan di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung
8. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang melalui variabel kepuasan pelanggan di Mie Gacoan cabang Buah Batu Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah, maka kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti mengenai hal-hal yang mempengaruhi minat beli pelanggan terkhusus pada kualitas layanan dan kualitas produk melalui kepuasan pelanggan.

- b. Bagi pembuat kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk dapat meningkatkan minat beli ulang pelanggan melalui kualitas layanan dan kualitas produk yang diukur dari kepuasan pelanggan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode penelitian dalam penelitian ini adalah lamanya peneliti mengambil data. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan survei. Survei ini akan dilaksanakan selama Mei 2024 – Juli 2024.

1.7 Sistematika Penyusunan

Ringkasan penelitian mengenai sistematika penyusunan, berisi informasi pada tiap bab yang mencakup sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pengantar yang berisi dasar latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori atau literature yang digunakan sebagai landasan untuk analisis penelitian. Pada bab ini juga terdapat penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Serta terdapat kerangka pemikiran yang mendukung pemahaman dalam masalah penelitian, hipotesis penelitian yang menjadi dugaan awal terhadap permasalahan penelitian, dan ada pula batasan serta cakupan yang dijelaskan lebih rinci.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, definisi operasional variabel, dan skala pengukuran, tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan sampel, teknik pengumpulan data, proses pengujian validasi dan reliabilitas data. Dalam bab ini juga terdapat teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB 4 HASIL DAN PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Mina Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan”. Dalam bab ini terdapat deskripsi objek penelitian, analisis data yang dilakukan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya dan terdapat saran yang diberikan untuk pengembangan dan kemajuan pada tempat penelitian.