

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada Restoran KFC Di SPBU Selindung Pangkalpinang)

Faradeska Amalia¹, Nanang Wahyudin², Sumar³

¹Universitas Bangka Belitung, faradeskaamalia@gmail.com

²Universitas Bangka Belitung, nanang.w19@gmail.com

³Universitas Bangka Belitung, sumarub0012@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deksriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga, sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan, dan variabel moderasi yaitu kualitas pelayanan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis*. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang. Berdasarkan uji *Moderated Regression Analysis* pada moderasi model I menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang. Pada moderasi model II kualitas pelayanan tidak mampu memoderasi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality and price on customer satisfaction at the KFC Restaurant at the Selindung Gas Station, Pangkalpinang City. This study uses a quantitative descriptive analysis approach with a sample of 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling method. The independent variables in this study are product quality and price, while the dependent variable is customer satisfaction, and the moderating variable is service quality. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis. Based on the results of the partial research, product quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction at the KFC Restaurant at the Selindung Gas Station, Pangkalpinang City. Based on the Moderated Regression Analysis test on model I moderation, it shows that service quality is able to moderate the effect of product quality on customer satisfaction at the KFC Restaurant at the Selindung Gas Station, Pangkalpinang City. In moderation model II, service quality is not able to moderate prices on customer satisfaction at the KFC Restaurant at the Selindung gas station, Pangkalpinang City.

Keywords: Product Quality, Price, Costumer Satisfaction, Service Quality

PENDAHULUAN

Kota Pangkalpinang memiliki pertambahan pada jumlah gerai makanan cepat saji dan kedai kopi semakin bertambah, begitu pula tingkat persaingannya. Menurut data yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menunjukkan bahwa pada Kota Pangkalpinang Tahun 2022 terdapat 26.984 usaha mikro kecil dan menengah yang meliputi gerai makanan dan usaha yang lain. Kentucky Fried Chicken (KFC) merupakan salah satu dari sekian banyak gerai makanan dan juga sebagai restoran cepat saji yang selalu menjadi favorit masyarakat (Zahara et al, 2021).

Pelaku usaha untuk membuat usahanya mampu tumbuh dan mendapatkan keunggulan kompetitif saat ini, bisnis harus dapat menawarkan produk, layanan, dan harga kepada konsumen yang memenuhi standar kualitas mereka. Memahami dan memenuhi persyaratan pelanggan dengan barang berkualitas tinggi, layanan yang membantu, dan harga yang wajar adalah penting karena hal itu akan mencegah pelanggan beralih ke bisnis pesaing dan akan membuat mereka senang dengan bisnis ini. Karena pemilik perusahaan dan organisasi sangat menyadari betapa pentingnya pelanggan bagi kesuksesan berkelanjutan perusahaan mereka (triatmaja, cakra, 2018).

Kualitas produk tidak diragukan lagi merupakan kesempatan untuk memahami persyaratan dan harapan yang berlaku untuk persepsi konsumen, dan sangat penting bagi konsumen untuk dapat mengelola hubungan yang baik dengan bisnis. Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2008:7) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk mengacu pada seberapa baik mewakili kualitas perusahaan dalam hal ukuran, bentuk, warna, tekstur, dan rasa. Kemakmuran sebuah restoran sangat dipengaruhi oleh kualitas makanannya. Karena pengaruh signifikan kualitas ini terhadap makanan yang diproduksi dan disajikan bisnis kepada konsumen (Darryl dan Purnama, 2022).

Mengembangkan dan mempertahankan kepercayaan pembeli, kualitas layanan,

bersama dengan kualitas produk, merupakan salah satu faktor terpenting dalam kepuasan pelanggan (triatmaja dan Cakra, 2018). Kepuasan pelanggan diantisipasi menjadi faktor pendorong bagi bisnis, bersama dengan kualitas layanan dan biaya. dengan memenuhi harapan klien karena barang dan jasa perusahaan sangat baik dan memenuhi semua kebutuhan mereka. Salah satu daya tarik utama sebuah produk berkualitas yang memiliki tingkat inovasi tinggi adalah daya tariknya bagi setiap pelanggan. Ketika perusahaan masih dapat memenuhi persyaratannya, produk yang berkualitas juga akan mendorong pelanggan untuk membeli kembali dan pada akhirnya mengembangkan rasa loyalitas.

Observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap Ass. Manager KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang, ada beberapa pengunjung menyampaikan langsung keluhannya pada karyawan mengenai kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diberikan, dan hasil wawancara kepada pihak KFC menjelaskan bahwa kualitas produk ayam *original* KFC (OR) kurang diminati oleh konsumen maupun pelanggan dibandingkan dengan produk ayam *crispy*, padahal produk tersebut merupakan *icon* KFC.

Penelitian yang dilakukan oleh Mickael Clinton Sinaga (2020) dan Tiara Nasti (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun penelitian yang dilakukan oleh Udik Mahudi (2019) dan Annisa Fiazisyah (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui kualitas pelayanan dalam memoderasi hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC, dan mengetahui kualitas pelayanan dalam memoderasi hubungan antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Produk

Muhammad Aldi Al Ridho (2021) mendefinisikan kualitas produk sebagai keadaan dimana fisik, sifat, dan fungsi suatu produk baik itu barang atau jasa didasarkan pada tingkat kualitas yang disesuaikan dengan umur panjang, ketergantungan, dan kegunaan, kesesuaian, kemudahan perbaikan, dan komponen lain yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, Wulansari dan Widowati (2022) mendefinisikan Kualitas Produk sebagai jumlah fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan eksplisit atau implisit. Dijelaskan pula oleh (Maramis et al., 2018) bahwa Kualitas Produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008:272). Text artikel ditulis disini, text artikel ditulis disini, text artikel ditulis disini.

Harga

Studi yang dilakukan oleh Maramis et al. (2018), Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga adalah berbagai jumlah yang ditawarkan konsumen sebagai imbalan atas manfaat memiliki, menggunakan, atau menggunakan produk atau jasa yang telah diungkapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau yang telah ditetapkan oleh penjual dengan harga tunggal yang sama untuk semua pembeli. Menurut Tjiptono (2012:315), Maramis et al. Penelitian (2018) menunjukkan bahwa istilah "harga" dapat merujuk pada sejumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung barang atau jasa yang diperlukan untuk memperoleh suatu barang tertentu. Menurut Budiyo, harga adalah perkiraan yang dinyatakan dalam rupiah dalam penelitian Rahayu et al., (2022). Pembayaran pembeli disebut sebagai jumlah dalam keadaan lain. ext artikel ditulis disini, text artikel ditulis disini, text artikel ditulis disini.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Sambodo Rio Sasongko (2021), kepuasan pelanggan merupakan faktor dalam menghasilkan nilai pelanggan. Karena meningkatkan kepuasan pelanggan menghasilkan manfaat bagi bisnis, termasuk hubungan positif antara pelanggan dan bisnis, dasar yang kuat untuk kepuasan pelanggan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bisnis dengan membangkitkan minat pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk. produk atau layanan. Kepuasan pelanggan, menurut penelitian Musanto (Gunardi dan Erdiansyah, 2019), adalah sejauh mana persyaratan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi. Ini akan mengarah pada bisnis yang berulang atau loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Kepuasan pelanggan, menurut Rahkmadian et al., didefinisikan sebagai sikap umum yang ditunjukkan konsumen terhadap suatu produk setelah menggunakan atau mengkonsumsinya (Alvianna et al., 2021).

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah sudut pandang konsumen jangka panjang dan evaluasi kognitif dari transfer layanan, menurut Suryani dan Rosalina (2019). Perusahaan yang mampu menjamin kualitas dan secara konsisten memberikan layanan berkualitas akan mendapatkan keuntungan dari hal ini dalam bentuk keunggulan kompetitif, memungkinkan mereka untuk berhasil mengembangkan hubungan pelanggan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan. Menurut DeLone dan McLean dalam (Amarin dan Wijaksana, 2021) menyatakan bahwa jika pelanggan senang dengan pelayanan yang difasilitasi, maka konsumen selalu menggunakannya secara berkelanjutan. Kualitas pelayanan, menurut Tjiptono dalam Palelu et al. (2022), adalah tingkat keunggulan yang diantisipasi dan kendali atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan metode kuantitatif. Penelitian mengenai

pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi dilakukan pada lokasi yang peneliti tetapkan yaitu Restoran KFC di SPBU Selindung Pangkalpinang. Adapun gambaran data dalam penelitian ini disampaikan melalui analisis secara akurat, sistematis, statistik, serta jelas.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan menggunakan Google form yang disebarakan secara online kepada pelanggan Restoran KFC SPBU Selindung di kepulauan Bangka. Penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2022 sampai dengan penelitian ini selesai dilakukan.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer ini peneliti dapat melalui kuesioner yang disebar pada pelanggan Restoran KFC Selindung, Kota Pangkalpinang. Sementara itu, Sebagian besar data skunder datang dalam bentuk laporan atau dokumentasi yang diterbitkan sebelumnya, yang biasanya dapat ditemukan di buku, jurnal, dan literatur terkait lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner yang disebarakan kepada responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Selain itu, mendokumentasikan subjek kajian guna melakukan penelitian secara mendalam.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan jumlah 100 responden.

Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk memperbuat perkiraan (prediksi) yang dapat dipercaya untuk nilai suatu variabel (Sugiyono, 2019). Selain mengukur kekuatan hubungan dua atau lebih variabel, analisis

regresi juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

ε = Standar error

Moderated Regression Analysis (MRA) yaitu pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator (Cahyani et al., 2021). Variabel moderasi dinyatakan mampu memoderasi pengaruh anatara variabel indepen- den terhadap dependen apabila nilai signifi- kansi kurang dari 5% (< 0.05).

a. Analisis Regresi I:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 Z + \varepsilon$$

b. Analisis Regresi II:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_2 Z + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

Z = Kualitas Pelayanan

X1Z = Interaksi antara Kualitas Produk dengan Kualitas Pelayanan

X2Z = Interaksi antara Harga dengan Kualitas Pelayanan

ε = Standar error, dugaan peneliti atas tingkat kesalahan

PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Adapun hasil rekapitulasi nilai rata-rata analisis statistik deskriptif dari masing-masing variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Variabel	Rata-Rata	Kategori Penilaian
Kualitas Produk	3,98	Tinggi
Harga	4,01	Tinggi
Kepuasan	3,97	Tinggi

Pelanggan		
Kualitas Pelayanan	4,07	Tinggi
Rata-Rata Penilaian	4,01	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian, diolah Peneliti, 2023

Tabel memperlihatkan bahwa rata-rata nilai dari tiap variabel memiliki kriteria penilaian sangat tinggi, karena skor rata-rata yang dihasilkan sebesar 4,01 dengan rentang skor rata-rata pada interval 3,41-4,20 yang berarti masuk dalam kategori penilaian tinggi.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang diuji secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang menghasilkan uji t hitung sebesar 4,088 yang lebih besar dari ttabel yaitu sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan analisis regresi linear berganda didapatkan nilai koefisiensi kualitas produk sebesar 0,647 yang berarti bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pada saat dilakukan pengujian secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang menunjukkan hasil pengujian dengan t hitung sebesar 4,512 lebih besar daripada ttabel 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Pada nilai koefisien regresi menunjukkan adanya hubungan yang bersifat positif antara harga dan kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang. Berdasarkan uraian diatas maka pada variabel harga secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.

Kualitas Pelayanan Mampu Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pada saat dilakukan pengujian MRA terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang menunjukkan hasil pengujian dengan signifikansinya sebesar 0,41 lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu memoderasi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang. Berdasarkan uraian diatas maka variabel kualitas pelayanan mampu memoderasi interaksi antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.

Kualitas Pelayanan Mampu Memoderasi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pada saat dilakukan pengujian MRA terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang menunjukkan hasil pengujian dengan signifikansi sebesar 0,085 lebih besar daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mampu memoderasi harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang. Berdasarkan hal ini, bahwa harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang tidak berpengaruh meskipun para pelanggan mendapatkan kualitas pelayanan yang baik, puas atau tidaknya pelanggan tergantung pada harga pada setiap produk yang ada.

PENUTUP

Kesimpulan

Melalui hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti telah lakukan penguraian pada bab IV tentang kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.
3. Kualitas pelayanan mampu memoderasi antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.
4. Kualitas pelayanan tidak mampu memoderasi antara harga terhadap kepuasan pelanggan pada restoran KFC di SPBU Selindung Kota Pangkalpinang.

REFERENSI

- Al Ridho, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Fastfood Indonesia, Tbk (Studi Kasus Kfc Cabang Bg Junction Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6).
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37 - 52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Cahyani, A. Z., Djaddang, S., & Sihite, M. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Dengan Tax Avoidance 2017-2019. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(1), 122–135.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Maramis1, F. S., Sepang2, J. L., & Soegoto3, A. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt . Air Manado The Influence Of Product Qulity , Price And Quality Of Service To Customer Satisfaction AT PT . AIR MANADO*. 6(3), 1658–1667.
- Rahayu, I. S., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen KFC Di Surakarta. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(2). <https://doi.org/10.52643/jam.v12i2.2174>
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wulansari, Y. M., & Widowati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Yenita Konveksi Di Kecamatan Gubug). 5, 306–319.

ATURAN PENULISAN JURNAL ECODEMICA

PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan berisi fenomena/permasalahan/konsep/hasil penelitian sebelumnya yang merupakan dasar dilakukannya penelitian ini. Pendahuluan juga harus menjelaskan mengapa topik penelitian dianggap penting untuk dilakukan. Bagian ini diakhiri dengan tujuan penelitian.

KAJIAN LITERATUR

Bagian ini berisi kajian-kajian terhadap penelitian sebelumnya serta teori-teori yang relevan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan prosedur/tahapan dan teknik penelitian. Antara satu penelitian dengan penelitian yang lain, prosedur dan tekniknya akan berbeda.

PEMBAHASAN

Bagian ini memuat data (dalam bentuk ringkas), analisis data dan interpretasi terhadap hasil. Pembahasan dilakukan dengan mengkaitkan studi empiris atau teori untuk interpretasi. Ilustrasi hasil penelitian dapat berupa grafik/tabel/gambar yang diberi keterangan secukupnya agar mudah dimengerti.

PENUTUP

Bagian ini memuat simpulan dan saran tanpa dibuat sub judul. Simpulan menjawab tujuan, bukan mengulang teori dan tidak berisi data statistik (angka, presentase). Menyatakan hasil penelitian secara ringkas. Saran merupakan penelitian lanjutan yang dirasa masih diperlukan untuk penyempurnaan hasil penelitian.

REFERENSI

Penulisan referensi menggunakan system APA Style (gunakan *reference manager*). Tidak perlu dikelompokkan berdasarkan buku, jurnal, koran, ataupun berdasarkan tipe publikasi lainnya.