

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam segala aspek, tak terkecuali dalam bidang bisnis. Bebasnya perdagangan dunia yang terjadi saat ini, mengakibatkan banyaknya perusahaan asing yang muncul dan berkembang di Indonesia. Perkembangan ini telah meningkatkan ketergantungan dan juga memperkuat persaingan antar perusahaan, baik perusahaan asing maupun perusahaan dalam negeri. Saat ini ada 6 usaha yang berkembang di Indonesia, yaitu bisnis, bisnis hp, bisnis kuliner, bisnis asuransi, bisnis saham, dan *e commerce* (trybisnis.com). Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis kuliner. Menurut Kementerian Perindustrian (kontan.co.id) pada tahun 2017 bisnis kuliner tumbuh 8,5%.

Bangka Belitung termasuk provinsi yang banyak memiliki usaha kuliner. Dalam Tripadvisor Indonesia ditemukan banyak sekali bisnis kuliner yang ada di Bangka Belitung seperti Raja Laut, Warung Panjoel, Graha Otak-Otak *Snack*, Mr Jo *Seafood*, Pauw's Kopitiam, Pandapa *Resto & Cafe*, Mie Belitung Atep, Otak-Ptak Afung, Sahang *Beachfront Resto*, Dapor Sakato, Ruma Makan Belitong Timpo Duluk, Otak-Otak Ase, Mie Koba Iskandar, Martabak Acau 89, Es Ayong, Dapoer Belitung, Rumah Makan Daun Simpur, Wan Bie, Rumah Makan Pagi-Sore, dan lain-lain. Banyaknya bisnis kuliner mengharuskan para pelaku bisnis

membuat usahanya tampil berbeda sehingga menarik minat konsumen untuk berkunjung dan dapat mempertahankan keberlangsungannya usaha. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perkembangan zaman pada saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga maupun teman, bertemu klien atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka dan mengerjakan tugas. Kebiasaan inilah yang membuat mereka melirik kafe (Isti Faradisa dkk, 2016).

Kafe merupakan suatu tipe restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam maupun diluar ruangan. Kafe biasanya menyediakan makanan ringan dan minuman seperti kopi, teh, *juice*, serta susu. Kafe pertama muncul di daerah barat, istilah kafe paling umum dijumpai di negara Prancis yang kemudian di adopsi oleh kota-kota di Inggris pada abad ke-19. Istilah kafe (*Café*) berasal dari kata *Coffee* yang berarti kopi dan kemudian mengalami pergeseran fungsional, yaitu sesuai dengan perkembangan zaman kafe telah memilih banyak konsep diantaranya sebagai tempat menikmati hidangan/*dinner* (Wikipedia.com).

Salah satu daerah di Bangka Belitung yang mempunyai kafe-kafe dengan konsep menarik adalah kota Sungailiat. Ada 3 kafe yang populer di Sungailiat, yaitu *Cafe Wira* yang terletak di pusat kota yaitu Taman Sari. Kafe ini

berkonsepkan modern dan letaknya di pusat kota, menikmati angin malam karena konsep *Wira Cafe out door*. Lebih banyak mendapatkan teman karena letak yang berada dipusat kota banyak pengunjung yang datang. Pada *Old Home 67 Cafe* yang terletak di Jl. Batin Tikal No. 27 Sri Pemandang dengan konsep rumah lama, dideain tempo dulu sesuai dengan nama kafe. Pelanggan yang datang dapat berfoto-foto pada setiap dinding yang didesain gambar-gambar menarik, pelayan yang memakai pakaian seperti contoh pakaian sekolah, pakaian kerja kantoran, kostum hantu dapat menarik pengunjung untuk datang. Sedangkan, pada Rumah Panggung *Cafe & Resto* yang berkonsepkan kebun dan suasana sunda. Saung yang dibuat untuk tempat menikmati makanan dan minuman ditambah dengan tanaman bambu yang ada disekeliling kafe menciptakan udara sejuk di siang hari. Alunan musik sunda yang diputar membuat pengunjung merasakan kelembutan dan kenyamanan di kafe tersebut. 3 kafe tersebut memiliki keunikan yang mampu memikat pelanggannya. Berikut ini adalah data pengunjung yang diambil pada masing-masing kafe dari bulan Januari-Desember pada tahun 2017.

Tabel I.1 Data Jumlah Pengunjung Rumah Panggung Cafe & Resto, Old Home 67 Cafe Dan Cafe Wira Tahun 2017

No.	Bulan	Rumah Panggung Cafe & Resto	Old Home 67 Cafe	Wira Cafe
1.	Januari	643	502	765
2.	Februari	542	401	676
3.	Maret	521	413	689
4.	April	431	507	700
5.	Mei	579	462	651
6.	Juni	500	430	801
7.	Juli	475	441	754
8.	Agustus	380	442	703
9.	September	213	320	676
10.	Oktober	219	321	650
11.	November	312	279	576
12.	Desember	354	201	690
	Total	5169	4719	8331
	Rata-rata	430	393	694

Sumber: Rumah Panggung Cafe & Resto, Old Home 67 Cafe Dan Wira Cafe, 2017

Dilihat dari data diatas, jumlah pengunjung yang terendah adalah *Old Home 67 Cafe* dan pada setiap bulannya memiliki jumlah pengunjung yang terendah daripada kafe lainnya. Hal ini mengindikasi bahwa adanya masalah terhadap kafe tersebut. Pak Ari sebagai salah satu pemilik kafe tersebut juga membenarkan bahwa adanya penurunan pendapatan dan juga pada mulanya *Old Home 67 Cafe* berdiri memiliki 7 penginvestasi, tetapi pada saat ini masih 2 orang yang bertahan dengan alasan tidak mendapatkan keuntungan.

Turunnya jumlah pengunjung dan pendapatan yang terjadi di *Old Home 67 Cafe* diakibatkan karena adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kafe tersebut sehingga pengunjung tidak ingin balik kembali untuk berkunjung dan harapan pemilik usaha terhadap loyalitas pelanggan pun tidak tercipta. Hal ini dikuatkan oleh hasil pra survey peneliti terhadap 30 konsumen yang pernah berkunjung ke *Old Home 67 Cafe* Sungailiat.

Tabel I.2 Tanggapan Konsumen Setelah Berkunjung Di *Old Home 67 Cafe* Sungailiat

Pernyataan	Jumlah
Puas	11 Orang
Tidak puas	19 Orang
Jumlah	30 Orang

Sumber: diolah oleh peneliti, 2018

Dari data diatas didapatkan bahwa memang benar ada ketidakpuasan konsumen terhadap *Old Home 67 Cafe* Sungailiat.

Kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Untuk mencapai titik kepuasan tersebut, pemilik usaha dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan kafe dan konsumen, maka perlu merencanakan strategi-strategi apa saja yang digunakan untuk menghadapi persaingan tersebut. Salah satu harapan konsumen dalam berkunjung adalah kenyamanan, sehingga konsumen dapat merasakan suasana yang tenang, santai, merasa dihormati, dan pelayanan yang baik saat berkunjung ke suatu kafe.

Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) menurut Kotler (2009:138) digambarkan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas dan jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen puas. Produk dan jasa mempunyai peran penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Apabila kepuasan yang dirasakan pelanggan tinggi, maka kualitas produk dan jasa yang diberikan sangat berkualitas sehingga dapat menimbulkan keuntungan bagi pemilik usaha tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada kafe tersebut. Berikut adalah produk-produk

yang ada di *Old Home 67 Cafe* Sungailiat, *Rumah Panggung Cafe & Resto*, dan *Wira Cafe*:

Tabel I.3 Daftar menu makanan dan minuman *Old Home 67 Cafe* Sungailiat

Daftar Makanan	Harga	Daftar Minuman	Harga
Kentang goreng	15.000	Aneka jus buah	10.000
Sosis goreng	15.000	Jahe susu	8.000
Pempek telur	12.000	Milo dingin	15.000
Sosis telur	15.000	Lemonade dingin	15.000
Nasi goreng telur/sosis	18.000	Blue marine	15.000
Intel goreng/rebus	10.000	Cappuccino	10.000
Pempek kulit	8.000	Kopi hitam	6.000
		Coklat	15.000
		Teh tarik	10.000
		Thai milk tea	15.000
		Mango/ lemon squash	15.000
		Soda susu	15.000
		Kopi susu	8.000

Sumber: *Old Home 67 Cafe* Sungailiat, 2018

Tabel I.4 Daftar menu makanan dan minuman di *Rumah Panggung Cafe & Resto* Sungailiat

Daftar Makanan	Harga	Daftar Minuman	Harga
Aneka olahan soto dan sop	Kisaran harga 18.000-50.000	Aneka <i>juice</i>	Kisaran harga 10.000-20.000
Aneka olahan cumi	Kisaran harga 28.000-65.000	Aneka minuman <i>cappuccino</i>	Kisaran harga 20.000-22.000
Aneka olahan daging dan iga sapi	Kisaran harga 35.000-50.000	Aneka olahan jeruk	Kisaran harga 9.000-20.000
Aneka olahan kepiting	Kisaran harga 70.000-120.000	Aneka minuman milk	Kisaran harga 9.000-13.000
Aneka olahan lele	Kisaran harga 12.000-23.000	Aneka minuman yogurt	Kisaran harga 15.000-18.000
Aneka olahan burung puyuh	Kisaran harga 20.000-25.000	<i>Blue hawai</i>	15.000
Aneka olahan ceke	Kisaran harga 12.000-25.000	<i>Blue ocean</i>	18.000
Aneka olahan kerang	Kisaran harga 30.000-33.000	<i>Exotic blue hawai</i>	20.000
Aneka olahan bebek	Kisaran harga 38.000-40.000	<i>Rasta attack</i>	15.000
Aneka olahan ayam	Kisaran harga 12.000-60.000	<i>Red Italian soda</i>	18.000
Aneka cemilan	Kisaran harga 12.000-20.000	Soda bahagia	10.000
Aneka olahan ayam kampung	Kisaran harga 35.000-130.000	<i>Lady rose</i>	15.000
Aneka sayuran	Kisaran harga 10.000-28.000		
Aneka olahan	Kisaran harga		

bihun, mie, dan 25.000-35.000
 kwetiaw
 Aneka olahan ikan Kisaran harga
 laut 35.000-75.000

Sumber: Rumah Panggung *Cafe & Resto* Sungailiat, 2018

Tabel I.5 Daftar menu makanan dan minuman *Wira Cafe* Sungailiat

Daftar Makanan	Harga	Daftar Minuman	Harga
Kentang goreng	16.000	Aneka jus buah	15.000
Sosis goreng	13.000	Jahe susu	7.000
Pempek telur	12.000	Milo dingin	15.000
Sosis telur	7.000	Kopi dahsyat	15.000
Nasi goreng telur/sosis	18.000	Kopi melek	15.000
Intel goreng/rebus	8.000	Cappuccino	17.000
Pempek kulit	8.000	Kopi hitam	6.000
Bakso	15.000	Coklat	15.000
Nugget telur	8.000	Teh tarik	10.000
Mie kuah ikan	10.000	Thai milk tea	15.000
Bakso goreng	15.000	Mango/ lemon squash	15.000
Tekwan	10.000	Soda susu	15.000
Pempek lenjer	8.000	Kopi susu	8.000
		Capcin cinta	8.000
		Naga cold	15.000
		Es parut	8.000
		Es kepal milo	15.000

Sumber: *Wira Cafe* Sungailiat, 2018

Dilihat dari ketiga tabel, banyak sekali keragaman produk yang ada di *Old Home 67 Cafe* Sungailiat, *Rumah Panggung Cafe & Resto*, dan *Wira Cafe*. Dapat dilihat perbedaan menu makanan dan minuman. Untuk *Old Home 67 Cafe* Sungailiat dan *Wira Cafe* dalam menunya hampir sama, tetapi menu pada *Wira Cafe* lebih banyak dan harganya lebih murah dibandingkan *Old Home 67 Cafe*. Pada menu *Rumah Panggung Cafe & Resto* menu makanan dan minuman lebih bervariasi, namun harganya lebih mahal dari kedua kafe tersebut. Setiap kafe memiliki kelebihan dan kekurangan. Konsumen dapat memilih produk dan varian rasa yang mereka sukai dan keragaman menu dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Untuk menciptakan strategi yang lebih unggul dari perusahaan pesaing, pemilik usaha bukan hanya harus unggul pada keragaman produk tetapi juga harus menciptakan pengalaman pelanggan seperti halnya Daniel Newman seorang *CEO of Broadsuite Media Group* (mix.co.id) yang mengatakan pengalaman pelanggan merupakan jantung pemasaran di setiap industri. Menurut Hermawan Kertajaya (2010:23) menyatakan bahwa *experiential marketing* adalah konsep pemasaran yang bertujuan untuk membentuk pelanggan yang loyal dengan cara menyentuh emosi pelanggan dengan menciptakan pengalaman-pengalaman positif dan suatu perasaan yang positif terhadap jasa dan produk mereka.

Menurut Shanz Smilansky (2009:10) orang berbicara tentang pengalaman setiap hari karena hidup ini pada akhirnya merupakan penggabungan dari pengalaman sehari-hari dan pengalaman nyata. Jika seseorang bertanya akan tentang kehidupan mereka sehari-hari dan pada rutinitas normal mereka terlibat dalam pengalaman merek yang positif, maka mereka adalah konsumen yang akan cenderung membahas atau menyebutkan kepada sebagian besar orang bahwa mereka berinteraksi dengan merek tersebut untuk sisa hari atau bahkan seminggu. Dengan memberikan suatu umpan balik yang positif kepada orang-orang yang telah bersusah payah untuk menghabiskan uang tunai mereka dalam pembelian produk dan jasa anda, anda telah memperkuat dan membangun hubungan yang nyata antara pelanggan dan merek.

Dengan adanya umpan balik dan pengalaman yang menyenangkan dari tempat yang mereka kunjungi. Maka secara tidak langsung akan timbul sebuah hubungan yang membuat konsumen merasa nyaman. Konsumen akan berfikir

bahwa apa yang mereka habiskan dan loyalitas yang mereka berikan pada tempat tersebut merupakan hal yang tidak sia-sia dan dapat menguntungkan.

Old Home 67 Cafe sudah menerapkan *experiential marketing* cukup lama. Pemilik mendesain tempat sedemikian rupa untuk membuat pelanggan nyaman. Namun menurut peneliti penerapan tersebut belum maksimal, seperti *wifi* yang lelet, cahaya lampu yang membuat mata sakit, musik yang diputar tidak sejalan dengan suasana kafe, penyajian yang lama dikarenakan pegawai yang sedikit sehingga pelanggan tidak merasakan kenyamanan dan berpikiran tidak ingin kembali sehingga perasaan menimbulkan kesantidak yang baik saat berkunjung. Hal ini juga didukung oleh survey pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap 30 konsumen *Old Home 67 Cafe* Sungailiat

Tabel I.6 Tanggapan Responden Mengenai *Experiential Marketing*

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Alunan musik yang diputar sangat indah	3 (10%)	6 (20%)	10 (35%)	11 (45%)	-
2.	Perasaan senang pada saat di sambut saat memasuki kafe	6 (20%)	6 (20%)	12 (40%)	6 (20%)	-
3.	Pikiran positif pada saat melihat ruangan sehingga menimbulkan kenyamanan	6 (20%)	12 (40%)	9 (30%)	3 (10%)	-
4.	Menikmati fasilitas yang diberikan oleh <i>Old Home 67 Cafe</i> Sungailiat	3 (10%)	9 (30%)	15 (50%)	3 (10%)	-
5.	Mendapatkan banyak teman di <i>Old Home 67 Cafe</i> Sungailiat	6 (20%)	3 (10%)	18 (60%)	3 (10%)	-

Sumber: data diolah peneliti, 2018

Dari hasil data pra survey diatas disimpulkan bahwa 30 konsumen yang dijadikan sebagai responden konsumen *Old Home 67 Cafe* menyetujui bahwa penerapan *experiential marketing* yang dilakukan pihak *Old Home 67 Cafe* belum maksimal.

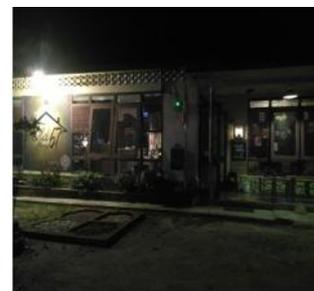
Selain itu salah satu faktor yang tidak bisa di pungkiri yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) adalah lokasi. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:96) lokasi berarti berhubungan dengan di mana harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Faktor lokasi/tempat adalah faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Memilih strategi lokasi dalam menempatkan usahanya di suatu kawasan atau daerah yang dekat keramaian dan aktivitas masyarakat. Lokasi memberikan peranan penting dalam kepuasan konsumen (*customer satisfaction*). Hal ini turut mempengaruhi keberlangsungan dari usaha tersebut. Pada usaha kuliner, lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan karena sebelum memutuskan untuk berkunjung, konsumen tentu akan mempertimbangkan juga lokasi dari tempat tersebut. Berikut adalah foto-foto dari *Old Home 67 Cafe* Sungailiat,



Tempat parkir motor



Jalan menuju belakang kafe



Logo dan halaman kafe



Tempat santai di luar ruangan



Ruangan kafe



Tempat pembuatan kopi



Tempat santai di dalam ruangan



Kasir

Dilihat dari foto-foto tersebut, pemilik kafe telah mendesain kafenyanya dengan unik dan beda dari kafe lainnya. Disekitaran lokasi *Old Home 67 Cafe* banyak sekali usaha yang sejenis. Pada tempat parkir untuk pengendara motor parkirnya sempit dan juga kurang aman karena berlokasi di dekat hutan. Untuk pengendara mobil, parkir di halaman kafe sehingga dapat mengganggu akses jalan umum yang sempit ditambah sebagian jalan diambil oleh parkir mobil akibatnya jalan menjadi macet dan juga dapat membahayakan pengendara lainnya. Plang nama pada *Old Home 67 Cafe* tidak terlalu terlihat karena desain yang terlihat seperti rumah sehingga pengguna jalan kadang tidak tahu bahwa tempat tersebut adalah kafe. Hal ini di dukung oleh survey pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen *Old Home 67 Cafe* Sungailiat,

Tabel I.7 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Lokasi yang strategis	6 (20%)	7 (22,5%)	10 (35%)	7 (22,5%)	-
2.	Petunjuk jelas untuk menuju lokasi	6 (20%)	6 (20%)	7 (23%)	11 (37%)	-
3.	Plang nama kafe menarik	3 (10%)	6 (20%)	9 (30%)	12 (40%)	-
4.	Tempat parkir aman	3 (10%)	9 (20%)	18 (60%)	-	-
5.	Dapat memperluas usaha	3 (10%)	5 (15%)	10 (35%)	12 (40%)	-
6.	Daerah sekitar mendukung produk atau jasa yang ditawarkan	3 (10%)	10 (35%)	10 (35%)	7 (20%)	-
7.	Dikelilingi oleh usaha sejenis	12 (40%)	10 (35%)	5 (15%)	3 (10%)	-
8.	Memiliki surat izin usaha	6 (20%)	6 (20%)	12 (40%)	6 (20%)	-

Sumber: diolah peneliti, 2018

Dari hasil data pra survey diatas dapat disimpulkan bahwa 30 konsumen yang dijadikan sebagai responden konsumen *Old Home 67 Cafe* menyetujui bahwa lokasi *Old Home 67 Cafe* kurang memuaskan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **Pengaruh *Experiential Marketing* dan Lokasi terhadap *Customer Satisfaction* pada *Old Home 67 Cafe* Sungailiat Kabupaten Bangka.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran *experiential marketing*, lokasi, dan *customer satisfaction* di *Old Home 67 Cafe* Sungailiat?

2. Secara parsial apakah terdapat pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *Old Home 67 Cafe Sungailiat*?
3. Secara parsial apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap *customer satisfaction* pada *Old Home 67 Cafe Sungailiat*?
4. Secara simultan apakah terdapat pengaruh *experiential marketing* dan lokasi terhadap *customer satisfaction* pada *Old Home 67 Cafe Sungailiat*.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah ini perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian. Adapun batasan-batasan masalah yang akan dibahas, adalah sebagai berikut:

1. Masalah yang diteliti hanya dibatasi pada pengaruh *experiential marketing* dan lokasi terhadap *customer satisfaction*.
2. Penelitian dilakukan di *Old Home 67 Cafe* yang berlangsung mulai 10 November 2017 sampai dengan selesai.

1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis gambaran *experiential marketing*, lokasi, dan *customer satisfaction* di *Old Home 67 Cafe Sungailiat*
2. Menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada *Old Home 67 Cafe Sungailiat*.

3. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap *customer satisfaction* pada *Old Home 67 Cafe* Sungailiat.
4. Menganalisis pengaruh *experiential marketing* dan lokasi terhadap *customer satisfaction* pada *Old Home 67 Cafe* Sungailiat.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini mencakup berbagai macam manfaat yaitu:

1. Manfaat teoritis

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan (manajemen) secara umum, khususnya manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan masalah *experiential marketing* dan lokasi terhadap *customer satisfaction*.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi para pemilik kafe menyangkut kepuasan pelanggan dan *experiential marketing* sehingga dapat meningkatkan omset penjual.

1.6 Sistematika Penulisan

Suatu karya ilmiah sangat memerlukan sistematika dalam penulisan.

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Di dalam bab ini membahas tentang landasan teori mengenai berbagai macam teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diambil.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini membahas tentang pendekatan penelitian tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, jenis data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Di dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan tentang pengaruh variabel-variabel dependen terhadap variabel independen serta memberikan saran-saran yang diperlukan bagi pihak-pihak yang terlibat.