

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar belakang

Secara global, keluarga mendapat perhatian lebih dari pemasar. Keluarga merupakan sebuah bentuk organisasi yang terkecil. Oleh karena itu setiap rumah tangga pasti memiliki keputusan yang berbeda-beda. Karena itu struktur keluarga menjadi fokus sasaran pihak pemasaran disamping untuk mengetahui perilaku pembelian keluarga, tetapi juga untuk menentukan segmen dalam pemasaran.

Saat ini, pertumbuhan produk semakin meningkat tetapi pemasar kurang memperhitungkan tujuan promosi yang dibuat. Banyak produk yang ditujukan kepada keluarga tetapi tidak mempertimbangkan berapa besar pengaruh struktur keluarganya. Hal ini ditujukan karena besarnya pengaruh keluarga dalam kaitannya keputusan pembelian produk dan jasa.

Menurut James F. Engel (1995) para pemasar memperhatikan keluarga dalam penelitiannya karena dua alasan. Alasan pertama dikarenakan banyaknya produk yang dibeli oleh konsumen ganda yang bertindak sebagai unit keluarga. Dan alasan yang kedua yaitu, karena ketika pembelian dibuat oleh individu, keputusan pembelian individu yang bersangkutan sangat mudah dipengaruhi oleh anggota lain dalam keluarga.

Banyak faktor yang mempengaruhi setiap keputusan. Biasanya keluarga inti dengan keluarga yang tidak lengkap (*single parent*) berbeda

pertimbangannya. Demikian juga budaya keluarga yang tradisional pasti berbeda juga dengan yang modern. Sedangkan perbedaan orientasi peranan gender (SRO) dalam keluarga akan mempengaruhi seberapa besar pengaruh anggota keluarga dalam proses pembelian suatu barang. Dengan demikian, dalam proses pengambilan keputusan keluarga, faktor faktor tersebut besar dipengaruhi oleh anggota keluarganya yang masing-masing memiliki peranan.

Sedangkan untuk produk yang dibeli oleh keluarga yang dipengaruhi oleh peran istri biasanya didasarkan pada seberapa besar pengaruh orientasi peranan gender (SRO) yaitu istri dalam keluarga. Dalam hal ini perlu diketahui pengetahuan mengenai bagaimana pertukaran peran antara pria dan wanita dalam masyarakat yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan keluarga. Meskipun secara umum istri bertindak sebagai agen pembelian utama keluarga untuk kategori jenis produk makanan dan berbagai barang yang kecil nilainya (Kotler, 2000) dan suami dominan dalam pembelian kategori jenis produk yang besar, termasuk motor dan mobil namun peran istri dan anak baik langsung maupun tidak langsung pun kini cenderung mempengaruhi keputusan pembelian.

Bahkan menurut Tom Peters yang dikutip Kotler (2000) menyatakan bahwa kekuasaan seseorang dalam pengambilan keputusan berpangkal pada kemampuan dalam menyediakan kebutuhan. Oleh sebab itu semakin besar kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan keluarganya maka akan semakin besar pada kekuasaannya dalam pengambilan keputusan. Hal inilah yang menunjukkan bahwa jika seorang istri memberikan kontribusi signifikan dalam

penghasilan keluarga maka pengaruhnya dalam rumah tangganya akan menjadi lebih besar pula.

Sedangkan menurut Kaufman, perubahan dalam sikap peran dan perilaku gender terangkum dalam paradigma peran seks. Saat ini semakin banyak jumlah wanita yang bekerja di luar rumah tidak hanya disebabkan karena tekanan ekonomi, tetapi juga disebabkan oleh perubahan dalam norma budaya dan standar masyarakat. Perubahan dalam struktur keluarga sepanjang waktu menyebabkan keputusan suami dan istri semakin dibuat bersama-sama atau secara sinkretis (James F.Engel, Roger D,Blackwell, Paul W.Miniard, 1994). Bahkan menurut *Management Horizons Family Purchasing Study* yang dikutip James F Engel, Roger D, Blackwell, Paul W.Miniard mendapatkan bahwa semakin banyak sumber daya wanita dan pergeseran ke arah egaliterisme menghasilkan lebih banyak keputusan bersama dalam kategori produk jasa dari resiko tinggi yang disadari (*perceived high risk*).

Selain orang tua, saat ini anak juga memiliki peran yang tidak kalah pentingnya dalam pemilihan keputusan. Dahulu segala kebutuhan anak cenderung ditentukan oleh orang tua. Peran anak sebagai pemberi pengaruh sering diabaikan. Dengan semakin meningkatnya pendidikan orang tua disertai dengan peningkatan taraf ekonomi, telah terjadi perubahan pola pikir. Dewasa ini anak akan paling berpengaruh ketika keputusan yang harus dibuat adalah keputusan yang sangat terkait dengan kepentingan mereka sendiri atau jika mereka akan bertindak sebagai konsumen primer seperti pembelian produk seperti mainan, pakaian, makanan, dan lain lain. Selain itu mereka juga dapat mempengaruhi keputusan

pembelian produk bersama yang secara tidak langsung dapat mereka rasakan dan gunakan juga seperti mobil, motor, televisi, rumah, dan lain lain. (Atkin,1978).

Bahkan dari kajian Robert (1981) diketahui besarnya sikap dari ibu berdampak pada besarnya kekuatan dalam mempengaruhi keputusan anak. Anak akan lebih mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan jika ibu mereka mempunyai orientasi modern, dan sebaliknya anak akan mempunyai sedikit pengaruh jika orang tua mereka mempunyai orientasi tradisional. Kedua orientasi tersebut adalah dua dimensi yang saling bertolak belakang. Namun apabila dikombinasikan dalam suatu kerangka akan menghasilkan suatu pola metode pengambilan keputusan yang baik.

Dalam hal pengambilan keputusan pembelian motor di dalam sebuah keluarga, perlu diperhatikan berbagai variabel-variabel keputusan yang mempengaruhinya. Variabel-variabel keputusan tersebut antara lain, harga motor yang akan dibeli apakah sesuai dengan proporsi keluarga tersebut, model motor, persepsi dan sebagainya. Tentu saja variabel-variabel tersebut berbeda-beda antara keluarga yang satu dengan lainnya. Hal ini dapat tergantung dari kondisi ekonomi keluarga hingga pada pertimbangan kelas sosial keluarga tersebut. Dalam kelas sosial kategori keluarga kelas menengah keatas memiliki kecenderungan hubungan yang lebih demokratis antara anggota keluarga dalam hal pengambilan keputusan suatu kategori pembelian (Putman and Davidson, 1987, Rose 1990).

Pada penelitian nanti tahap-tahap tersebut akan mempengaruhi susunan hipotesis dan riset mengenai berapa besarnya pengaruh orientasi peranan gender atau *SRO (Sex Role Oriented)* menurut persepsi suami dan istri dalam pemilihan

keputusan keluarga pada pembelian motor bebek buatan Jepang. Karena setiap keluarga memiliki perbedaan dalam pandangan memilih keputusan, tentunya harus dikaji juga seberapa besar peran anggota keluarga dalam proses pengambilan keputusan berpengaruh.

Pengetahuan ini berupaya untuk memperbaharui literature ilmu sosial. Dalam kajian ini pola pengaruh dari anggota keluarga diukur dengan menggunakan metode observasional. Saat ini telah terjadi perubahan pada persepsi atas peran wanita dalam masyarakat. Perubahan ini meliputi pendidikan dan pekerjaan wanita. Saat ini semakin banyaknya jumlah keluarga yang berpenghasilan ganda karena semakin majunya karir wanita. Perubahan inilah yang telah menantang kepercayaan lama seputar peran dari struktur keluarga dan proses pengambilan keputusan keluarga.

Perbedaan setiap anggota keluarga, pola pikir, orientasi peranan gender dan kondisi lainnya membawa dampak yang berbeda-beda pada proses pengambilan keputusan. Dengan melihat berbagai unsur tersebut dalam kaitannya terhadap pengaruh perilaku pembelian, baik bagi konsumen maupun pemasar maka penting sekali perhatian dari pihak pemasar untuk lebih mengerti apa yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk atau menjangkau segmen-segmen tertentu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai masalah tersebut. Adapun judul yang dipilih oleh penulis adalah **“Analisis Orientasi Peranan Gender Dalam Struktur Keluarga Pada Pembelian Motor Bebek Buatan Jepang”**.

I.2. Perumusan masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan tadi, maka pokok permasalahan yang akan dibahas adalah :

1. Apakah terdapat perbedaan orientasi peranan gender (*SRO*) berdasarkan persepsi suami dan istri dalam keluarga ?
2. Bagaimanakah pengaruh anggota dalam keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian motor bebek buatan Jepang ?
3. Apakah terdapat perbedaan pekerjaan istri dalam keluarga pada pengaruh orientasi peranan gender (*SRO*) menurut persepsi suami dan istri ?

I.3. Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak terlalu luas, maka peneliti akan memberikan penelitian sebagai berikut :

1. Responden yang akan diteliti adalah responden keluarga. Responden yang diambil adalah para orang tua yang sudah memiliki anak.
2. Untuk responden keluarga yang memiliki kendaraan motor bebek buatan Jepang (Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki) yang pembeliannya di wilayah Yogyakarta.
3. Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Sleman, Yogyakarta dengan jumlah responden 120 keluarga.

I.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Menguji dan menganalisis adanya perbedaan orientasi peranan gender (*SRO*) menurut persepsi suami dan istri.
- b. Mengetahui seberapa besar pengaruh anggota keluarga dalam pengambilan keputusan pembelian motor bebek buatan Jepang.
- c. Menjelaskan dan membuktikan bahwa terdapat perbedaan pekerjaan istri pada orientasi peranan gender (*SRO*) menurut persepsi suami dan istri.

I.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemasar

Melalui penelitian ini diharapkan dapat merupakan bahan-bahan masukan yang digunakan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan yang tepat mengenai strategi pemasaran agar produk dapat dipasarkan dengan lebih baik.

2. Bagi Penulis

Dapat menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh selama mengikuti kuliah ke dalam praktek di lapangan dan sebagai syarat dalam menempuh ujian sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan ataupun referensi dalam mempelajari masalah-masalah yang berkaitan dengan sikap konsumen.

I.6. Hipotesis

Sebelum penulis menyampaikan hipotesis, terlebih dahulu akan dilihat arti dari hipotesis itu sendiri. Hipotesis adalah penjelasan yang bersifat sementara untuk tingkah laku, kejadian atau peristiwa yang sudah atau akan terjadi (Sumanto, 1990). Sedangkan pengertian hipotesis penelitian adalah hubungan yang diharapkan antara dua variabel atau hubungan apakah yang diharapkan peneliti untuk membuktikan melalui pengumpulan data dan analisis data.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan hipotesis yang telah dikembangkan oleh Christina K.C.Lee dan Sharon. E. Beatty dalam jurnal yang berjudul "*Family Structure and Influence in Family Decision Making*" didasarkan pada observasi dengan menggunakan *videotaped recordings* pada aktivitas keluarga yang telah dipilih sebelumnya untuk berinteraksi dalam sebuah lokasi yang telah ditentukan sebelumnya itu didalam restoran, yaitu mengenai hal apakah istri yang bekerja dalam sebuah keluarga mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian keluarga, serta apakah anak-anak kandung dalam sebuah keluarga mempunyai pengaruh untuk pembelian keputusan pembelian kategori jenis produk tertentu.

Penelitian lainnya yang juga menjadi referensi penelitian ini adalah penelitian mahasiswa oleh (M. April Lia, 2003) dengan judul "*Peran Anak Terhadap Proses Keputusan Konsumsi Keluarga Dilihat Dari Pola Komunikasi Keluarga*" penelitian tersebut dengan populasi keluarga di daerah Yogyakarta.

Hasil yang diperoleh antara lain: terdapat perbedaan dalam penyampaian informasi dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

. Dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis yang merupakan dugaan sementara terhadap pokok masalah yang diajukan di atas yaitu :

1. Bagi tiap keluarga, terdapat perbedaan orientasi peranan gender (*SRO*) berdasarkan persepsi suami dan istri.
2. Bagi tiap keluarga, terdapat perbedaan status pekerjaan istri pada orientasi peranan gender (*SRO*) menurut persepsi suami dan istri.

I.7. Metodologi Penelitian

1. Bentuk penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu penelitian yang kegiatannya dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data yang langsung berhubungan dengan obyek penelitian.
2. Metode pengambilan sampel
Populasi dalam penelitian ini adalah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak dalam keluarga yang memiliki kendaraan yaitu motor bebek buatan Jepang (Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki). Sampel yang diambil sebanyak 120 responden.
3. Metode pengumpulan data
 - a. Data Primer

Dalam penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu dengan mempelajari buku-buku yang relevan dan berkaitan cukup erat dan cukup mendukung sebagai landasan teori.

4. Metode Pengukuran Data

Kuesioner yang dibagikan kepada responden. Pertanyaan dalam kuesioner ini bersifat tertutup, yang artinya responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan. Kuesioner yang dibagikan kepada responden terdiri dari 3 bagian dimana bagian I, II, dan III diukur dengan *5-Points Likert Scale*.

Jawaban	Skor
S = Sangat setuju	5
S = Setuju	4
N = Netral	3
TS = Tidak setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

- a. Bagian I berupa profil dan karakteristik responden yaitu suami atau kepala keluarga. Selain itu kuesioner juga berisi pernyataan seputar orientasi peranan gender, bagaimana responden memandang peran gender dalam keluarga. Responden yang masuk dalam penelitian

adalah suami atau kepala keluarga yang memiliki istri dan anak. Hal ini diukur dengan 4 pernyataan untuk orientasi peranan gender.

- b. Pada bagian II, berisi profil dan karakteristik istri dan tanggapan mengenai orientasi peranan gender dalam keluarga. Responden yang masuk dalam penelitian adalah istri yang memiliki suami dan anak. Bagian ini terdiri dari 4 pernyataan tentang orientasi peranan gender.
- c. Di bagian III, mengukur seberapa besar pengaruh anggota keluarga dalam pembelian motor bebek buatan Jepang. Bagian ini terdiri dari 5 pertanyaan.

I.8. Metode Pengujian Instrument

I.8.1. Analisis Validitas

Analisis validitas dipergunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurnya. Dalam pengujian validitas digunakan teknik pengujian korelasi *product moment* dari Pearson (Sutrisno Hadi, 1991)

$$\text{Rumus : } r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel.

X = Nilai (skor) masing-masing item.

Y = Nilai (skor) faktor.

r = Koefisien korelasi, uji satu sisi $\alpha = 5\%$.

Kuesioner dapat dinyatakan valid bilamana r_{hitung} lebih besar dari r_{table}

I.8.2. Analisis Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali subyek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya penyesuaian antara suatu yang diukur dengan jenis alat pengukuran yang dipakai. Pengukuran reliabilitas ini menggunakan teknik belah dua, yaitu dengan membagi item pertanyaan yang valid menjadi dua belahan berdasarkan nomor genap dan nomor ganjil. Item yang nomor ganjil dimasukkan dalam belahan pertama (X), sedangkan item yang bernomor genap dikelompokkan ke belahan dua (Y). kemudian masing-masing item pada semua belahan dijumlahkan. Rumus yang digunakan pembelahan ganjil dan genap adalah rumus "Product Moment", yaitu : (Sutrisno Hadi, 1991)

$$\text{Rumus : } r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel.

X = Nilai item nomor genap.

Y = Nilai item nomor ganjil.

r_{xy} = Koefisien korelasi Produk Moment

Hasil koefisien korelasi tersebut merupakan hasil korelasi dari alat pengukur yang dibelah. Reliabilitas untuk keseluruhan item adalah dengan

mengkorelasikan angka korelasi yang diperoleh dengan memasukan ke dalam rumus Spearman Brown, yaitu :

$$\text{Rumus : } r_{xx} = \frac{2(r_{xy})}{(1 + r_{xy})}$$

Keterangan :

r_{xx} = Koefisien Alpha

r_{xy} = Koefisien Korelasi Produk Moment

taraf signifikan yang digunakan adalah 5%

Apabila Koefisien Alpha $> \alpha$, maka berarti kuesioner tersebut sebagai alat pengukur dalam penelitian ini telah memenuhi syarat keandalan. Tetapi jika Koefisien Alpha $< \alpha$, maka kuesioner tersebut sebagai alat pengukur dalam penelitian ini tidak memenuhi syarat keandalan.

I.9. Metode Analisis Data

Data yang didapat dari responden kemudian dianalisis dengan alat-alat analisis sebagai berikut:

I.9.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan keadaan atau jawaban responden dengan cara menguraikan data umum hasil penelitian ke dalam bentuk angka atau persentase dalam tabel dan analisisnya. Analisis persentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui sekelompok

responden yang paling banyak jumlahnya atau mempunyai nilai persentase tertinggi. Rumus perhitungan analisis persentase adalah sebagai berikut
:(Suparmoko, 1993)

$$\text{Rumus : } \rho = \frac{\sum X_i}{n_i} \times 100 \%$$

Dimana,

ρ = Hasil persentase

n_i = Jumlah sampel

$\sum X_i$ = Jumlah variabel x_i

I.9.2. Independent T-Test (Uji beda 2 Rata-rata)

Merupakan alat analisis data untuk mengetahui apakah ada perbedaan rata-rata antara dua kelompok dalam satu variabel. T-test melakukan pertimbangan berdasarkan mean dan standar deviasi dari dua kelompok dalam suatu variabel sehingga dapat mengetahui apakah perbedaan numerik dalam mean tersebut sebesar 0 maka dua kelompok tersebut memiliki hubungan yang signifikan (Sekaran, 2000). T-test dapat juga dilihat dalam tabel T distribution.

Pada penelitian ini T-test digunakan untuk menguji hipotesis. Menurut (Atmaja, 1997) langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

- 1) Menentukan H_0 dan H_1

H_0 = tidak terdapat perbedaan orientasi peranan gender menurut pandangan suami dengan pandangan istri

H_1 = terdapat perbedaan orientasi peranan gender menurut pandangan suami dengan pandangan istri

- 2) Menentukan *level of signifikan* (α), α yang digunakan adalah 5%
- 3) Menentukan nilai t_{hitung} :

$$t = \frac{\mu_1 - \mu_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

Keterangan :

μ_1 : Rata-rata penilaian sampel suami

μ_2 : Rata-rata penilaian sampel istri

n_1 : Jumlah sampel suami

n_2 : Jumlah sampel istri

S_1 : Standar deviasi rata-rata penilaian sampel suami

S_2 : Standar deviasi rata-rata penilaian sampel istri

- 4) Menentukan daerah kritis dengan cara menentukan nilai kritis. Nilai kritis ditentukan melalui tabel distribusi t untuk sampel besar dengan memperhitungkan *degree of freedom* nilai $\alpha = 5\%$ dengan uji hipotesis 1 sisi. Nilai kritis menentukan daerah H_0 diterima dan H_1 diterima.
- 5) Mengambil kesimpulan
 - a. Jika nilai t hitung pada daerah terima H_0 , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - b. Jika nilai t hitung jatuh pada daerah terima H_1 , maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

I.9.3. Oneway Anova

ANOVA digunakan untuk menganalisis dan menguji hipotesis tentang perbedaan pengaruh orientasi peranan gender (*SRO*) berdasarkan pekerjaan istri dalam keluarga menurut persepsi suami maupun menurut persepsi istri. Langkah-langkah dalam melakukan analisis varian ini adalah (Atmaja,1997):

1. Menentukan H_0 dan H_1

H_0 = tidak terdapat perbedaan pengaruh orientasi peranan gender (*SRO*) berdasarkan pekerjaan istri

H_1 =: terdapat perbedaan pengaruh orientasi peranan gender (*SRO*) berdasarkan pekerjaan istri

2. Menentukan daerah penerimaan H_0 dan H_1 dengan menggunakan distribusi F. Titik kritis dapat dicari dengan bantuan tabel F, dengan cara yang ditentukan oleh :

- a) Tarif nyata

α adalah *level of significance* atau tarif nyata yang menunjukkan besarnya kemungkinan penerimaan H_1 . Untuk analisis dalam penelitian ini ditentukan α adalah 5 %.

- b) Derajat bebas / *degree of freedom (df)*, yang terdiri dari numerator ($k-1$) dan denominator ($N-k-1$) dimana k adalah jumlah kategori dan N adalah jumlah responden.

3. Menentukan nilai statistik uji

Nilai statistik uji atau disebut F_{hitung} hitung dengan rumus :

$$F = \frac{\text{Mean Square Between Groups}}{\text{Mean Square Within Groups}}$$

$$F = \frac{(\text{Sum of Square Between Groups})/k - 1}{(\text{Sum of Square Within Groups})/N - k - 1}$$

4. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

- a) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, ini berarti menunjukkan tidak ada perbedaan yang berarti atau tidak signifikan.
- b) H_1 diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, ini berarti menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan.

I.10. Sistematika Penulisan

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab ini dikemukakan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, metode analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab II. Landasan Teori

Merupakan bab tentang dasar-dasar teori yang menjadi landasan untuk dipergunakan mendukung penulisan skripsi ini, meliputi uraian tentang teori yang berhubungan dengan penelitian.

Bab III. Metodologi Penelitian

Berisi uraian tentang cara-cara penulisan penelitian yang mencakup bentuk penelitian, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, populasi, *metode sampling* dan alat analisis data.

Bab IV. Analisis data

Berisi pengolahan dan analisis data yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian serta penafsiran hasil analisis

Bab V. Kesimpulan dan saran

Berisi kesimpulan dari pembahasan dan mengevaluasi tentang hasil penelitian yang ditunjukkan pada landasan teori dan kemudian dikemukakan beberapa saran yang relevan dari penulis.