

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN & HARGA PAKET WISATA
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA PT BHAKTI PUTRA TOUR
YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Pada Pembeli Paket Wisata PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta)



Oleh :

BIMA DWI SAPUTRO SUGIANTO

418100588

**JURUSAN USAHA PERJALANAN WISATA SEKOLAH
TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN & HARGA PAKET WISATA
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA PT BHAKTI PUTRA TOUR
YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Pada Pembeli Paket Wisata PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta)



OLEH
BIMA DWI SAPUTRO SUGIANTO

NIM 418100588

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd.B.I
NIDN.0509118801

Pembimbing II

Agus Wibowo, SBS S.Sos.M.M
NIDN.0502076701

Mengetahui

Ketua Program Studi

Yudi Setiaji, SH.M.M
NIDN.0508066401

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN & HARGA PAKET WISATA
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA PT BHAKTI PUTRA TOUR
YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Pada Pembeli Paket Wisata PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta)

SKRIPSI

Oleh:

BIMA DWI SAPUTRO SUGIANTO

NIM 418100588

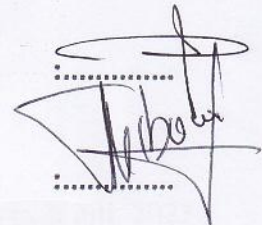
Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji dan Dinyatakan lulus

Pada tanggal :

**Penguji Utama : Dra. Heni Susilowati, MM
NIDN.0505026202**


:.....

**Penguji I : Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd.B.I
NIDN.0509118801**


:.....

**Penguji II : Agus Wibowo, SBS S.Sos.M.M
NIDN.0502076701**

:.....

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



**Drs. Prhanto, M.M
NIDN 0526125901**

PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bima Dwi Saputro Sugianto

NIM : 418100588

Progam Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN & HARGA PAKET
WISATA TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA PT
BHAKTI PUTRA TOUR YOGYAKARTA (Studi Kasus Pada
Pembeli Paket Wisata PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta).

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disebut dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 5 juli 2023



Bima Dwi Saputro Sugianto

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya,
Dia mendapat pahala dari kebajikan yang dikerjakannya dan dia mendapat siksa
dari kejahatan yang diperbuatnya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama
kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5:6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dalam kesempatan ini saya dapat diberikan kesempatan, kemudahan, dan kelancaran dalam penyusunan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Meskipun banyak cobaan dan rintangan selama penyusunan ini tetapi selalu diberikan kekuatan sehingga bisa terselesaikan dengan baik.

Dengan demikian tidak lupa terima kasih saya sampaikan juga kepada semua yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini baik secara moril maupun materil. Dengan ini, karya ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan keberkahan serta ketenangan jiwa kepada saya, sehingga saya masih diberikan kesehatan, kesabaran, serta kekuatan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Orang tua saya yang senantiasa mendukung dan tiada henti mendoakan keberhasilan saya dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Keluarga saya yang selalu mendukung dan sudah merawat saya dari kecil hingga sekarang.
4. Teman-teman RUMAH BAIK dan teman-teman seperjuangan yang telah menemani saya dalam suka dan duka.
5. Seluruh Pengelola PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Diploma IV pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, padakesempatn ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd.B.I selaku pembimbing I yang telah dengan sadar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Agus Wibowo, SBS S.Sos.M.M selaku pembimbing II yang telah dengan sadar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Dra. Heni Susilowati, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan. dan juga yang telah dengan bijaksana memberikan masukan-masukan yang membangun pada penulisan skripsi ini.

4. Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah memberikan izin dan fasilitas dalam penyusunan skripsi ini.
5. Yudi Setiaji S.H.,M.M selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Manan, SE sebagai direktur utama PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta yang telah memberikan izin dan pengalaman yang berharga dalam penelitian ini.
7. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi kuesioner penelitian.

Semoga bantuan Bapak dan Ibu di catat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik saran dapat disampaikan ke bimadwiss08@gmail.com.

Yogyakarta, 5 Juli 2023

Bima Dwi Saputro Sugianto

NIM. 418100588

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang.....	1
B.Rumusan Masalah	3
C.Batasan Masalah	4
D.Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian	4
1.Manfaat Teoritis.....	4
2.Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A.Teorisasi.....	6
1.Pengertian Manajemen Pemasaran.....	6
2.Pengertian Promosi.....	7
3. Bauran Pemasaran	9
4.Indikator Harga	10
5.Penetapan Harga	12
6.Minat Wisatawan	15
7.Minat Pembelian Paket Wisata	16
B.Penelitian Terdahulu	19
C.Kerangka Pemikiran.....	21
D.Hipotesis	22

1.Pengertian Hipotesis.....	22
2.Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A.Jenis Penelitian	24
B.Subjek dan Objek Penelitian	24
C.Lokasi dan Waktu Penelitian	24
D.Populasi dan Sampel	25
1.Populasi.....	25
2.Sampel.....	26
E.Variabel peneltian	27
1.Variabel.....	27
2.Definisi Konseptual.....	28
3.Definisi Operasional.....	29
F.Metode Pengumpulan Data.....	31
1.Jenis instrumen.....	31
2.Uji Kelayakan Instrumen.....	33
G.Metode Analisis Data.....	36
1.Regresi Linier Berganda	36
2.Uji T	37
3.Uji F.....	38
4.Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A.Gambaran Umum	41
1.Sejarah PT Bhakti Putra Tour Services Yogyakarta.....	41
2.Struktur Organisasi PT Bhakti Putra Tour Services Yogyakarta	41
3.Personalia.....	42
4.Fasilitas PT Bhakti Putra Tour Services Yogyakarta	43
B.Karakteristik Data Penelitian	44
1.Daerah Asal Responden.....	44
2.Jenis Kelamin Responden.....	45
3.Umur Responden	46
4.Jenis Pekerjaan Responden	47

C.Hasil Uji Instrumen.....	48
1.Hasil Uji Validitas	48
2.Hasil Uji Reabilitas	49
D.Hasil Analisis Deskriptif	50
1.Promosi Penjualan (X1).....	50
2.Harga Paket Wisata (X2).....	53
3.Minat Pembelian (Y).....	54
E.Hasil Penelitian	56
1.Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
2.Uji T	58
3.Uji F.....	60
4.Uji Determinasi (R^2).....	61
F.Pembahasan	62
1.Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Paket Wisata Pada PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta.....	62
2.Pengaruh Harga Paket Wisata Terhadap Minat Pembelian Paket Wisata Pada PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta.....	63
3.Pengaruh Promosi Penjualan & Harga Paket Wisata Terhadap Minat Pembelian Pada PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta	62
BAB V PENUTUP.....	64
A.Kesimpulan	64
B.Saran.....	65
1.Bagi PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta.....	65
2.Bagi Peneliti Selanjutnya.....	65
C.Keterbatasan Penelitian.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Tabel Kuesioner.....	43
Tabel 3.2 Tabel Instrumen Kuesioner	46
Table 4.1 Jabatan dan Jumlah Karyawan	57
Table 4.2 Fasilitas PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta	57
Table 4.3 Daerah Asal Responden	58
Table 4.4 Jenis Kelamin responden.....	59
Table 4.5 Umur responden	60
Table 4.6 Jenis Pekerjaan Responden	61
Table 4.7 Hasil Uji Validitas x1, x2, dan y	62
Table 4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel x1, x2, dan y	63
Table 4.9 Tanggapan Responden Indikator X1	65
Table 4.10 Tanggapan Responden Indikator X2.....	67
Table 4.11 Tanggapan Responden Indikator Y	69
Table 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	70
Table 4.13 Hasil Analisis Uji T	72
Table 4.14 Hasil Analisis Uji F.....	74
Table 4.15 Hasil Analisis Uji Determinasi (R^2)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bhakti Putra Tour Services Yogyakarta .	56

ABSTRAK

Bauran pemasaran sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan travel agent dalam memasarkan produk atau jasa untuk menarik minat pembelian. Agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga perusahaan akan memperoleh target penjualan yang di inginkan. Selain promosi penjualan, dasar dari minat pembelian paket wisata adalah pertimbangan atas harga. Minat pembelian konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Dengan adanya minat pembelian konsumen berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh promosi dan harga terhadap minat pembelian di PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner. sedangkan data sekunder melalui studi pustaka dan dokumentasi. Jenis sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling terhadap 100 responden wisatawan yang pernah membeli produk di PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta minimal satu kali dengan rentang usia 17-40 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel bebas meliputi variabel promosi penjualan, harga paket wisata, dan minat pembelian.

Hasil penelitian ini berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel promosi penjualan dan harga paket wisata terhadap variabel minat pembelian sebesar 45.2% dan sisanya sebesar 54.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis uji F memperoleh nilai F hitung lebih besar dari ($>$) nilai f tabel ($40.019 > 3.09$) dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel promosi penjualan dan harga paket wisata berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat pembelian. Adapun berdasarkan hasil analisis uji t, diketahui bahwa variabel promosi penjualan yang paling berpengaruh terhadap variabel minat pembelian. Hal ini dikarenakan variabel promosi penjualan memiliki nilai t hitung paling tinggi ($5.607 > 1.984$) dibandingkan variabel lainnya.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Harga Paket Wisata, Minat Pembelian

ABSTRACT

The marketing mix is very important to be implemented by travel agent companies in marketing products or services to attract purchase interest. In order for the products to be marketed to be successful, the company must use a marketing concept which includes benefits, quality and satisfaction between needs and wants, so that the company will get the desired sales target. In addition to sales promotions, the basis of interest in purchasing tour packages is consideration of price. Consumer buying interest has an important role in a company. With the interest in consumer purchases means improving financial performance and maintaining the viability of the company.

The purpose of this study was to analyze the effect of promotion and price on purchase intention at PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta. The primary data in this study were obtained through a questionnaire. while secondary data through literature and documentation. The type of sample in this study was purposive sampling of 100 tourist respondents who had purchased a product on PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta at least once with an age range of 17-40 years. This study uses a quantitative method with independent variables including sales promotion variables, tour package prices, and purchase intention.

The results of this study based on the coefficient of determination test (R^2) show that the magnitude of the influence of sales promotion variables and tour package prices on purchase intention is 45.2% and the remaining 54.8% is influenced by other factors not examined in this study. Based on the results of the F test analysis, the calculated F observed is greater than ($>$) the f table value ($40.019 > 3.09$) with a significant value of $0.000 < 0.05$. From the test results, it can be concluded that the variables of sales promotion and tour package prices have a simultaneous effect on the variable of purchase intention. Meanwhile, based on the results of the t test analysis, it is known that the sales promotion variable has the most influence on the purchase intention variable. This is because the sales promotion variable has the highest t observed ($5.607 > 1.984$) compared to other variables.

Keywords : Sales Promotion, Tour Package Prices, Purchase Intention

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di Indonesia, hal itu juga di dukung dengan bisnis pariwisata dalam negeri maupun luar negeri, seperti *travel agent*, hotel, restoran dan sebagainya. Pariwisata dalam negeri yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan di dalam negeri yang artinya wisatawan mengadakan perjalanan berupa wisata nusantara maupun mancanegara. Dunia pariwisata di Indonesia saat ini termasuk sedang berkembang pesat, hal ini di tandai dengan banyaknya *travel agent* yang bermunculan. Untuk tetap bertahan maka setiap *travel agent* harus mampu bersaing dengan yang lain. Setiap *travel agent* juga harus mampu menarik perhatian konsumen dengan memberikan penawaran yang baik serta memuaskan.

Salah satu penyebab banyaknya *travel agent* bermunculan adalah minat kunjungan wisata di Indonesia yang meningkat di setiap tahunnya, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia hingga Agustus 2022 telah mencapai 1,86 juta orang. Dari data yang di publikasi oleh Badan Pusat Statistik per Februari 2018, lima besar negara yang saat ini menyumbang devisa terbanyak bagi sektor wisata Indonesia adalah Republik Rakyat Tiongkok (RRT) yang mencapai 214.427 kunjungan. Kemudian di ikuti Malaysia sebanyak 205.855 kunjungan, Singapura 125.153 kunjungan, Timor Leste 123.777 kunjungan, dan India sebanyak 42.680 kunjungan. Di kesempatan lain Indonesia juga mendapatkan

kesempatan menjadi tuan rumah dalam berbagai acara internasional (KTT G20, SEA GAMES, Moto GP Mandalika, World Tourism Day 2022, WWCE 2022, dan lain-lain) yg biasanya diselenggarakan di negara-negara besar seperti Amerika, Jerman, Dubai, dan lain sebagainya, yang bisa di katakan menjadi faktor peningkatan minat kunjung wisata di Indonesia beberapa tahun kemarin.

Rachmadania et al. (2017) mengemukakan bahwa minat berwisata dapat dikatakan sama seperti minat beli pelanggan dalam pariwisata. Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator seperti minat transaksional, referensial, perefensial, eksportif. Setiap perusahaan perjalanan (*travel agent*) perlu menjaga daya saingnya dalam menghadapi kompetitor yang jumlahnya semakin banyak dan menawarkan berbagai macam paket wisata dengan harga terbaik, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan, keinginan dan selera konsumen. Langkah strategis yang digunakan perusahaan yaitu dengan mengadakan promosi penjualan, dimana tujuannya tidak lain agar produk jasanya lebih dikenal banyak konsumen.

Promosi penjualan merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan *travel agent* dalam memasarkan produk atau jasa. Agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga perusahaan akan memperoleh target penjualan yang di inginkan. Selain promosi penjualan, dasar dari minat pembelian paket wisata adalah pertimbangan atas harga. Kenyataan menunjukkan bahwa saat ini harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan harus memperhatikan seberapa

terjangkau harga yang terdapat pada suatu produk dan persaingan harga dengan para pesaing. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan dan minat terhadap produk.

PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta adalah biro perjalanan yang bergerak dibidang pariwisata. PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta menyediakan berbagai produk-produk pariwisata seperti paket wisata domestik maupun mancanegara. Perusahaan ini menggunakan promosi penjualan dan penetapan harga untuk mempengaruhi minat pembelian pada calon konsumen untuk membeli jasa pada PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta. Minat pembelian konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan yang berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dan mengangkat dalam bentuk skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan & Harga Paket Wisata Terhadap Minat Pembelian Pada PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh promosi penjualan dan harga paket wisata terhadap minat pembelian paket wisata di PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta?
2. Apakah promosi penjualan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat pembelian di PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta?

3. Apakah harga paket wisata merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat pembelian di PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas penulis membatasi masalah hanya membahas pengaruh promosi penjualan dan harga paket wisata terhadap minat pembelian pada PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta. Adapun untuk mengukur promosi penjualan sendiri dibatasi dengan alat alat promosi penjualan. Harga sendiri dibatasi dengan kesesuaian harga dengan kualitas produk, keterjangkauan harga dan daya saing harga.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh antara promosi penjualan dan harga terhadap minat pembelian paket wisata di PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta.
2. Mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap minat pembelian paket wisata di PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Adapun manfaat penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan atau referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan serta bahan kajian pengelola dalam hal promosi penjualan dan harga paket wisata kepada PT Bhakti Putra Tour Yogyakarta dan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian yang relevan di masa yang akan datang.