

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis ikan hias saat ini cukup cerah, karena ikan hias merupakan salah satu ikan yang sangat mudah untuk di budi dayakan di lahan sempit, menggunakan aquarium salah satu media untuk membudi dayakan ikan hias tersebut. Dengan demikian budi daya ikan hias sangat menjanjikan untuk mendongkrak perekonomian masyarakat sendiri. Ikan hias terdiri dari dua jenis yaitu ikan hias laut dan ikan hias tawar. Permasalahan yang diambil dalam penelitian ini salah satu contohnya adalah Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga beli terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), pada masa pandemi ikan hias banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena dapat memberikan manfaat yang positif, seperti dapat mengurangi stres, bahkan menghilangkan kejenuhan, dan juga *therapeutic*.

Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), peningkatan tren budidaya ikan hias mengalami kenaikan sebesar 12,3% selama masa pandemi COVID-19 dari tahun 2020 hingga 2021. Hal tersebut menjadikan budi daya pada ikan hias menjadi salah satu usaha yang berpotensi besar bagi masyarakat di tengah pandemi dan juga apabila ditekuni dapat memperoleh keuntungan yang besar. Saat ini sumber daya lokal ikan hias masih mencukupi untuk kebutuhan pasar yang cukup tinggi, budi daya ikan hias selain menambah pendapatan dan perekonomian

masyarakat juga dapat memberikan manfaat secara psikologis seperti hobi ataupun sekedar sebagai hiburan. Usaha budi daya yang lebih diminati oleh masyarakat yaitu budidaya ikan hias air tawar dibandingkan dengan ikan hias air laut. Masyarakat dapat memanfaatkan akuarium dalam berbagai ukuran untuk memelihara ikan hias bahkan dengan dekorasi yang menarik untuk memperindah ruang tamu ataupun ruangan lainnya. Namun kenyataannya tidak semua orang berhasil dalam membudidayakan dan memelihara ikan hias.

Contoh ikan yang di gemari kalangan penghobi ialah Ikan koi berasal dari Jepang di kenal dengan nama *Nashikigoi* (*Cyprinus carpio koi*) istilah *Nishikigoi* sendiri sudah ada sejak 200 tahun yang lalu. Ikan koi ini diproduksi oleh petani yang membudidayakan ikan mas hitam sebagai sumber makanan untuk bertahan hidup dalam kondisi cuaca musim dingin yang parah, hasil yang lahir dari ikan mas tersebut adalah ikan mas berwarna cerah dengan sosok mengagumkan yang menonjol dari ikan-ikan yang lainnya yang di sebut biasanya ikan Koi dan digunakan untuk hiasan kolam-kolam dirumah karena memiliki bentuk dan warna yang indah, koi pun menjadi salah satu *symbol* cinta dan persahabatan di Jepang. Pada periode Heian pada tahun 794-1185 ikan koi sudah populer dan dipelihara oleh bangsawan Jepang selain itu dipercaya mampu menghilangkan stress yang di alami pemiliknya. Warna-warna yang indah dan cerah pada sisik koi dapat menenangkan pikiran, emosi dan hati. Oleh karena itu ikan koi sering di cari para pembeli yang ingin menikmati keindahannya.

Sinurat Krisna et al., (2022:91) mengatakan “*Tingkat keberhasilan budidaya ikan hias dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ketersediaan benih ikan hias, kualitas dari sumber daya manusia yang ada, kondisi lingkungan setempat, sarana dan prasarana yang tersedia dan juga ketersediaan informasi mengenai penyakit ikan hias.*”

Berdasarkan hasil *Survey* masyarakat luas atau penghobi tentang baiknya kualitas ikan hias koi banyak ditawarkan oleh para pembudidaya ikan hias seperti khususnya di kota Bogor. Melihat prospek tersebut, maka pemeliharaan ikan hias yang semula hanya di tekuni oleh penghobi, kini merupakan mata pencaharian banyak pembudi daya ikan koi. Ini di sebabkan pembudi daya ikan hias dapat memberikan nilai ekonomis walau hanya di lakukan dilahan yang tidak luas dengan jumlah air yang terbatas. Untuk itu dalam memaksimalkan profit dari industri ikan hias disamping memperhatikan kualitas yang dihasilkan dari kualitas ikan hias perlu juga memperhatikan bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara kualitas pelayanan yang baik yang di berikan organisasi atau perusahaan tersebut. Dengan cara menyampaikan informasi yang di butuhkan pelanggan dengan jelas.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu Adapun Dwijantoro et al., (2022:66) menyatakan bahwa “*kualitas produk yaitu suatu alat peromosisan utama untuk pemasar. Secara langsung, kualitas memberi pengaruh pada kinerja sebuah barang atau pelayanan, sehingga berkaitan erat dengan kepuasan dan nilai Pelanggan.*” kualitas produk juga memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *best autoworks* sedangkan

harga tidak memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adapun juga Chaerudin dan Syafarudi (2021:62) mengatakan *“Products with well-known brands are usually perceived to be of higher quality than unheard brands. That is why products always try to build their brands so that they have high brand equity.”* Dapat diartikan juga banyak produk yang bermerek terkenal biasanya memiliki kualitas yang tinggi sebab produk pun terus dan berkembang dan menyesuaikan dengan kualitas produk tersebut.

Menurut Rabiah (2020:65) menyatakan *bahwa “kualitas pelayanan merupakan upaya berupa aktivitas untuk membantu Pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.”* Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam wujud melayani kebutuhan kebutuhan produsen itu tersendiri ada pula kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat

yang sama. *“kualitas pelayanan kepada pelanggan merupakan sebuah kunci utama untuk tetap mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain.”* yang dikutip oleh Aditia et al., (2021:106).

“Quality has a close relationship with customer satisfaction. Quality provides an impetus for customers to forge strong ties with the company. In the long run, this kind of bond allows the company to carefully understand customer expectations and their needs.” Dikutip oleh Susanti dan Jasmani (2020:76) hal tersebut dapat di artikan juga kualitas juga dapat berkaitan erat dalam kepuasan pelanggan. Untuk menjalankan ikatan kuat pada perusahaan tersebut agar perusahaan tersebut memahami kebutuhan pelanggan tersebut.

Kepuasan pelanggan juga merupakan bagian penting untuk mendorong pelanggan agar tetap memilih membeli ikan hias di perusahaan tersebut ditengah pesaing pembudi daya ikan *import* yang cukup banyak selain dari itu tentu nya juga menjadi salah satu motivasi untuk perusahaan mempertahankan kualitas dari ikan yang dihasilkan yang terbaik dan juga bagaimana cara pembudi daya untuk memperoleh titik kepuasan pelanggan sehingga para pembeli tetap mempercayakan sebagai salah satu penyumbang kualitas ikan hias terbaik, itu juga hal yang penting untuk di pertahankan untuk menjaga citra dan nama baik sebagai faktor keberlangsungan perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kelebihan dalam bersaing bagi perusahaan.

Hal utama yang harus ditingkat disetiap evaluasi dalam mempertahankan suata kepuasan konsumen tersebut Widodo (2021:104) menyatakan bahwa *“Dalam memenuhi kepuasan Pelanggan, perusahaan*

sangat dituntut untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan Pelanggan yang sesuai dengan apa yang diharapkan.”

Maka dari itu kepuasan pembelian dilihat juga dari segi perusahaan itu tersebut memberikan jasa dan kualitas terbaiknya agar perusahaan dan pelanggan sama-sama merasakan kepuasan itu tersendiri. Suminar (2017:4) menyatakan *“Kepuasan Pelanggan ditentukan oleh pendapat Pelanggan mengenai performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan Pelanggan. Menurut irawan factor pendorong kepuasam Pelanggan adalah sebagai beriku kualitas produk : Pelanggan akan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produk, yaitu; performance, durability, feature, reliability, consistency, dan desain”*.

“Customer satisfaction and loyalty in marketing activities become a blueprinthat must be addressed by developers or marketers to determine how much the real influence that causes satisfaction and loyalty has increased or decreased. For some initial observations related to Pertamina's products, it was identified that the company's image, service quality and price perception are priorities to be considered to determine satisfaction and loyalty increase or decrease”. Lolo (2020:1)

Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan kunci perusahaan dalam menghasilkan produk yang memiliki kualitas. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:53) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan planggan yang dinyatakan atau diimplikasikan upaya itu tersebut harus terus di

pertahankan di tengah banyak nya pesaing – pesaing yang ada. Chaerudin dan Syafarudin (2021:62) menyatakan bahwa *“The dissatisfaction that was conveyed regarding the quality of the product was that there were too many alarms that appeared when this apheresis product was used which led to the failure of the process.”* Factor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di antara lain dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga beli itu sendiri.

Kepuasan itu sendiri tidak berjalan dengan lancar apa bila tidak memperhatikan kebutuhan-kebutuhan pelanggan secara tepat. Beberapa kejadian yang dapat merugikan perusahaan tersebut bila perusahaan tersebut tidak mengevaluasi atau memenuhi keinginan pelanggan tersebut secara tepat. Munculnya masalah seperti komplain nya konsumen kurang puasnya dalam segi produk kurang baik ikan yang cacat, ikan yang terkena virus atau sakit, kurang baik nya pelayanan saat menanggapi pertanyaan konsumen, telatnya merespon pelanggan dalam menanggapi kebutuhan informasi yang mengakibatkan ikan tersebut mati dan sakit, informasi kurang jelas dalam mengenai waktu ikan sampai pada daerah pelanggan tersebut yang mengakibatkan kepatalan ialah mati pada saat di perjalanan, kurang kesesuaian harga beli karena tidak kesesuaian grade atau kelas kelasnya ikan tersebut dan tidak tetap, yang seharusnya harga tingkat 1 terjual di tingkat 2 itu menjadi pertanyaan pelanggan jika kualitas yang tidak sesuai dengan hal jual yang diberikan. Yang akan mengakibatkan timbulnya kurangnya minat pelanggan untuk membeli produk diperusahan itu

sendiri, menunjukkan ketidakpuasan pelanggan tersebut itupun akan mengakibatkan jatuhnya organisasi atau perusahaan tersebut.

Menurut Mariansyah dan Syarif (2020:136) mengatakan Bahwa *“pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para Pelanggan merasa puas. Kepuasan Pelanggan adalah keadaan Pelanggan baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan.”*

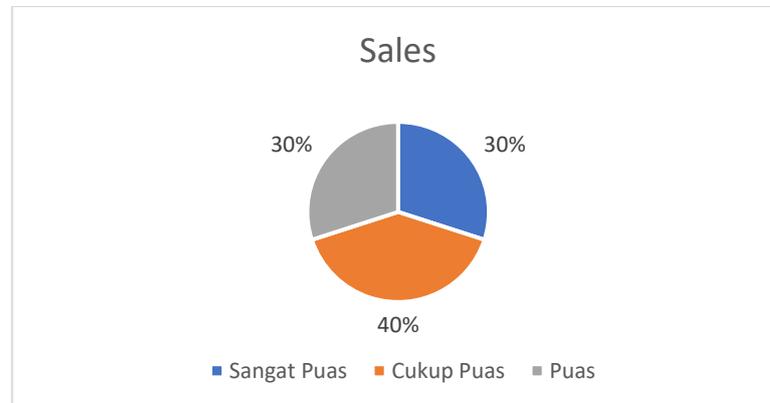
Dalam segi bisnis apa lagi di budi daya itu tersendiri saat ini semakin kompleks serta semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi maka peran penting seorang pemimpin dibutuhkan untuk menjaga pengawai dan produk yang mereka jual selalu yang terbaik selain itu juga banyak nya pesaing dan pesaing pesaing baru yang akan bermunculan dengan bisnis yang menjanjikan seperti ini. Pesaing yang memiliki produk yang unggul dalam penjualannya pelayanan yang baik pada pelanggannya dan itu akan mengancam bagi perusahaan pesaingnya itu sendiri dalam penjualannya. Pelanggan dapat dikatakan puas jika pelanggan itu tersebut memberikan respon yang baik dan menjadi loyalitas. Untuk mencapai itu maka perusahaan menjalankan sebaik mungkin dalam meningkatkan kebutuhan pelanggan tersebut dari segi pelayanan untuk mendapatkan info yang jelas, produk yang baik pada saat diberikan seperti ikan yang sehat, dari segi badan warna kulit, dan prospek besar untuk kedepannya itupun menjadi point utama dari penghobi ikan hias koi, dan harga beli yang sesuai dengan produk dan kualitas yang di berikan.

Kewajiban perusahaan untuk meningkatkan atau meninjau kembali hal hal yang dibutuhkan pelanggan dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan yang terbaik. Pelayanan dan produk pun punya peranan penting bagi pelanggan dalam mempertimbangkan pembelian.

Faktor-faktor diatas yang berkaitan dengan kepuasan mempunyai peranan penting bagi perusahaan tersebut dan pelanggan juga memiliki harapan (*expectation*). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan di harapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa dapat dilihat dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian secara berulang. Perusahaan perlu mengamati kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta tercapainya tujuan dari perusahaan.

Kepuasan pada perusahaan dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang terus beli lagi walau dalam jumlah sedikit dengan demikian membuat pemasukan perusahaan stabil dan sering kali pelanggan tersebut membawa kerabat untuk berkunjung ketempat kita dan secara tidak langsung itupun ajang promosi kita untuk menjelaskan kelebihan produk yang kita punya. Maka dari itu dari segi pelayanan pun harus diperkuat bukan hanya dari segi produk saja yang kita pertahankan kualitasnya pelayanan pun sangat penting, maka sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam aspek aspek tersebut seperti pada, kasus berikut.

Survey Penilaian kepuasan PT Tirta Akatsuki Solaris

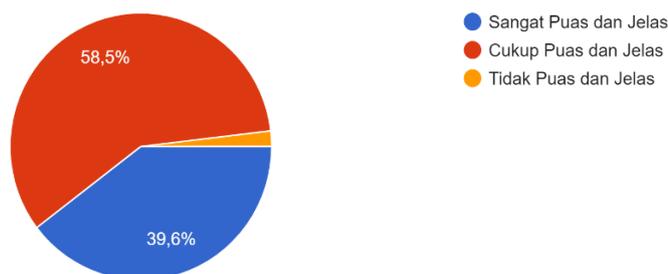


Sumber: Kuesioner kualitas produk yang diberikan pada *customer* PT. Tirta Akatsuki Solaris, 2022

Gambar 1
Persentase kepuasan dari segi produk Dari PT Tirta Akatsuki Solaris
Tahun 2022

Berdasarkan *survey* sementara diketahui ada 2 aspek kategori penilaian kepuasan yang dapat dilihat kepuasan pelanggan PT Tirta Akatsuki Solaris angka 54 pelanggan yang menjawab *presurvey* ini. Yang pertama pada kepuasan produk yang di berikan oleh PT Tirta Akatsuki Solaris produk yang di terima pelanggan sejauh ini di angka persentase pada aspek tidak puas mencapai 0%, pada aspek puas mencapai 30,2%, pada aspek Cukup Puas mencapai 39,6%, pada aspek sangat puas mencapai 30,2%. Yang kedua kepuasan dalam pelayan yang diberikan oleh PT Tirta Akatsuki Solaris kepada pelanggannya, survey ini bertujuan untuk mengetahui persentase sementara kepuasan pelanggan dalam segi layanan yang di berikan selama ini oleh pegawai tersebut kepada pelanggannya.

Berikut ini aspek tidak puas dan tidak jelas dalam memberikan informasi dan pelayanan mencapai 1.9%, lalu dilihat dari aspek cukup puas dan cukup jelas dalam memberikan informasi dan pelayanan mencapai 39,6% cukup tinggi dalam persentase sebelumnya dan itu harus diperhatikan lagi jika ingin semuanya akan stabil, lalu yang terakhir dilihat dari aspek sangat puas dan sangat jelas dalam memberikan informasi dan pelayanan dalam aspek ini mencapai 58,5% cukup tinggi. Dilihat dari persentase pencapaian hasil kepuasan pelanggan, kondisi ini menunjukkan bahwa PT Tirta Akatsuki Solaris masih belum optimal.



Sumber: Kuesioner pelayanan yang diberikan pada *customer* PT. Tirta Akatsuki Solaris, 2022

Gambar 2
Persentase Kepuasan dari segi pelayanan Dari PT Tirta Akatsuki Solaris Tahun 2022

Dalam kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga beli, dalam segi pelayanan masih ditemui tidak kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, informasi mengenai produk yang kurang jelas, metode kelanjutan dalam membeli produk tersebut masih terlalu lama untuk merespon, dan juga harga yang tidak stabil serta produk yang diberikan kurang stabil untuk di

pertahankan kualitas nya sehingga menyebabkan banyak pelanggan yang tidak loyal dalam membeli ikan hias import di PT Tirta Akatsuki Solaris, dalam aspek pengembangan perbaikan inovasi kerungan dalam segi pelayanan dan produk pada hasil nya yang kurang optimal.

Dari data yang telah tersedia dan teori yang sudah di jelaskan menunjukkan adanya indikasi timbulnya permasalahan didalam Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga beli dalam kepuasan pembelian di PT Tirta Akatsuki Solaris. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM KEPUASAN PELANGGAN PT TIRTA AKATSUKI SOLARIS”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara uraian latar belakang di atas, yang telah di jelaskan maka penelitian berusaha mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Dalam sebuah perusahaan harus ada kualitas pelayanan yang baik kepada Pelanggan agar dapat tercipta kepuasan dan loyalitas terhadap Pelanggan. Namun saat ini masih ada kurang nya tercipta pelayanan yang baik hal tersebut terjadi pada PT. Tirta Akatsuki Solaris.
2. Kualitas produk yang di berikan kadang belum sepenuhnya di berikan yang terbaik dari perusahaan tersebut hal ini juga bisa di sebabkan ikan yang tidak

sesuai bagi pasaran yang akan keluar dan target pasaran yang tidak sesuai ekspetasi.

3. Hal tersebut dapat berpengaruh dalam kepuasan pelanggan karena produk yang di beli tidak dapat sesuai dengan keinginan pelanggan selain itu juga kualitas pelayanan jika terdapat kurangnya pelayanan yang baik berpengaruh juga dalam kepuasan. Itupun dapat menyebabkan ketidak konsistensi terhadap kepuasan pada PT. Tirta Akatsuki tersebut.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan indentifikasi diatas meliputi kualitas produk karena setelah di teliti masih ada beberapa produk yang kurang dari kualitas yang bagus pada saat di jual dan juga kualitas pelayanan masih ada kurangnya pelayanan terhadap pelanggan sehingga berpengaruh dalam kepuasan konsumenn. Maka dari itu pengaruh kepuasan pelanggan itu sangat luas. Jadi peneliti hanya memfokuskan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebagai objek penelitiannya.

1. Kualitas pelayanan hal ini peneliti mencoba observasi apakah jaminan (*Assurance*) dapat berjalan dalam komunikasi secara terus menerus memberikan informasi yang jelas terhadap pelanggan. Kredibilitas (*Credibility*) apakah jaminan yang diberikan atas kepercayaan yang diberikan kepada kosumen jika pada saat pembelian tidak menyertakan informasi yang jelas pada saat ikan di terima Pelanggan tidak mendapatkan ikan pengganti.

2. Kualitas produk dalam hal ini apakah keistimewaan (*Features*) produk yang di tawarkan melengkapi dalam produk tersebut seperti pada saat pembelian ikan sekaligus mendapatkan sertifikat sehingga memudahkan pelanggan untuk menghubungkan kepada sesama penyuka ikan hias.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang di harapkan dan menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Tirta Akatsuki Solaris ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Tirta Akatsuki Solaris ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Tirta Akatsuki Solaris ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan apakah benar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Tirta Akatsuki Solaris.

2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Tirta Akatsuki Solaris.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Tirta Akatsuki Solaris.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti, organisasi, dan pembaca

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan secara umum, khususnya manajemen pemasaran. Dalam hal ini yang berkaitan dengan masalah pelayanan dan produk bagi kepuasan Pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis ditunjukkan pada organisasi atau perusahaan terkait. Dalam hal ini PT. Tirta Akatsuki Solaris untuk sebagai bahan masukan dan juga untuk penelitian selanjutnya.

3. Manfaat Kebijakan

Gambaran ini penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kebijakan apa yang harus dilakukan oleh organisasi atau perusahaan. Dengan kebijakan yang baik maka tujuan organisasi atau perusahaan akan dapat dicapai oleh organisasi atau perusahaan PT. Tirta Akatsuki Solaris.

G. Sistematika Penelitian

Untuk mendapatkan gambaran mengenai isi dari penelitian ini, maka penulis membuat sistematika secara garis besar. Adapun sistematika penelitian skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menuraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan pengungkapan kajian literatur mengenai teori-teori variabel, kerangka pemikiran (Pradigma penelitian), penelitian terdahulu dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan jenis penelitian, variable dan pengukuran populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrument penelitian dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil analisis data dan penelitian terhadap PT. Tirta Akatsuki Solaris.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian.