BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman yang serba modern ini banyak orang yang tumbuh menjadi seseorang yang kreatif dan mempunyai ide yang inovatif sehingga banyak bermunculan ide-ide baru baik dari bidang makanan, pakaian, kosmetik, dan teknologi. Hal tersebut menjadi tantangan besar untuk para pebisnis yang menghasilkan produk beragam dan kreatif yang mereka hasilkan, mereka berlomba untuk bisa mengikuti arus pasar dan membuat produk yang dibutuhkan masyarakat saat ini dan juga dapat menarik perhatian mereka.

Perusahaan bisnis baik di bidang barang maupun di bidang jasa semakin berkembang dengan pesat. Khususnya perusahaan Kosmetik, yang saat ini berkembang dengan sangat pesat karena peminatnya tidak hanya pada perempuan tetapi laki-laki dan anak kecilpun membutuhkan kosmetik. Dilihat dari pertumbuhan penduduk dan kebutuhan akan kosmetik semakin tahun mengalami kenaikan yang signifikan, oleh karena itu perusahaan-perusahaan kosmetik saat ini menciptakan keunggulan yang *kompetitif* untuk memberikan kosmetik terbaik yang berkualitas serta pelayanan jasanya terhadap konsumen guna menciptakan keputusan yang diambil konsumen untuk membeli produk tersebut.

Perusahaan baik yang menjual produk berupa barang dan juga yang berupa jasa terus menggunakan berbagai cara berbisnis guna mendapatkan keputusan konsumen untuk membeli. Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang

penting dalam hal kemajuan perusahaan, karena dengan semakin besar konsumen ingin membeli produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk mendapatkan profit dan pelanggan tetap. Keputusan pembelian tidak hanya dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari segi bisnis, namun juga dengan semakin banyaknya konsumen membeli suatu produk, maka perusahaan tersebut akan dikenal oleh banyak orang dan juga konsumen akan loyal kepada perusahaan tersebut. Untuk membuat seseorang memutuskan membeli produk yang perusahaan berikan, banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan misalnya dengan memberikan kualitas terbaik dari produk itu sendiri .

Produk yang berkualitas tinggi akan memberikan keuntungan lebih, yang berarti konsumen akan bersedia membeli suatu barang yang berkualitas tinggi dengan harga yang relative terjangkau dan melakukan pembelian ulang. hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan baik dan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Kualitas produk merupakan *driver* atau penggerak bagi kepuasan pelanggan. Di dalam industri yang mengedepankan produk berupa barang sebagai inti usaha, kualitas produk memegang peranan yang sangat penting dalam strategi bertahan dan membentuk kepercayaan konsumen terhadap merek dan memutuskan untuk membeli di era sekarang ini.

Selain kualitas produk, hal lain yang berpotensi untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebuah produk adalah kepercayaan merek. Kepercayaan Merek merupakan salah satu hal penting yang bisa mempengaruhi

konsumen dalam menciptakan keinginan untuk membeli dan mengkonsumsi barang tersebut secara terus menerus. Perusahaan yang telah lama berdiri dan telah memiliki banyak konsumen biasanya memiliki merek yang baik dimata konsumen. Sebaliknya perusahaan yang belum lama berdiri akan terus membangun kepercayaan merek terhadap konsumen dengan berbagai macam cara. Karena ketika seoang konsumen percaya dengan merek suatu perusahaan, konsumen tersebut akan menyampaikan hal itu kepada konsumen lain dan menimbulkan rasa ingin tahu dan menciptakan keputusan pembelian terhadap produk yang diberikan perusahaan. Maka dari itu, kepercayaan merek sangat penting keberadaannya bagi perusahaan

Wardah adalah salah satu merek kosmetik bernafaskan Islami yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology And Innovation (PTI) dibuat oleh Indonesia dan tidak mengandung bahan berbahaya serta telah memiliki sertifikat halal dari lembaga LP POM MUI dan Aman karena memakai bahan baku bermutu tinggi dan tentunya telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh Departemen Kesehatan.

Namun kini Wardah cosmetics mengalami tantangan yang serius dari pesaingnya contohnya banyak produk kosmetik lain yang menjual produknya dengan harga yang sama dengan produk Wardah tetapi dapat memberikan hasil penggunaan yang lebih memuaskan dalam jangka waktu yang cukup singkat. Salah satu contoh produk Wardah Cosmetics yang tidak jarang konsumen keluhkan adalah lipstik (gambar no 1) karena produk tersebut mengakibatkan bibir konsumen mudah mengering dan mengelupas dan produk bedak yang sering

mengalami kerusakan pada kemasan serta produk perawatan wajah yang membutuhkan waktu lama dalam memberikan hasil pemakaian (gambar no 3-10). Dan ini adalah daftar produk Wardah cosmetics.

Tabel 1.1

Gambar Produk

No	Nama Produk	Gambar	No	Nama Produk	Gambar
1	Lipstick New Matte		7	Lightening Face Mask	
2	Lipstick LongLasting		8	Lightening Face Toner	
3	Lightening Day Cream Step 1		9	Lightening Facial Serum	
4	Lightening Night Cream Step 1		10	Lightening Milk Cleanser	
5	Lightening Gentle Wash		11	Lightening Two Way Cake Light Feel	

6	Lightening Facial Scrub		12	Body Mist	
13	Roll On for Him		17	Liquid foundation	
14	Roll on for Her		18	BB Cream	
15	Eau De Toillete		19	eyeliner	
16	Body Lotion		20	Creamy Body Butter	

Sumber ; www.google.com

Dilihat dari segi Kepercayaan merek ada beberapa produk yang belum bisa mengatasi masalah yang tidak terduga dari konsumen dan juga meskipun produk Wardah Cosmetics dikhususkan untuk kaum perempuan tetapi ada juga produk yang dapat digunakan oleh kaum pria (gambar no 13,15,5,12) tetapi masih banyak kaum pria yang enggan menggunakan produk wardah karena merasa produk ini di

khususkan untuk kaum perempuan dan memutuskan untuk tidak membeli produk Wardah.

Sejalan dengan hal tersebut, penulis melakukan survey terhadap 100 konsumen pengguna Wardah Cosmetics namun sebelum melakukan survey terhadap 100 konsumen tersebut penulis melakukan survei awal guna mengetahui tanggapan responden mengenai hal – hal yang menyangkut penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penyebaran survey awal dilakukan secara acak kepada 30 konsumen Wardah Cosmetics. Berikut hasil penyebaran survei awal yang dilakukan oleh penulis mengenai kualitas produk.

Tabel 1.2
Survei Awal Variabel Kualitas Produk

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA %	TIDAK %
1. Apakah menurut anda karakteristik dasar produk Wardah Cosmetics memenuhi kebutuhan anda. ***(Kinerja)***	**43**	**57**
2. Apakah produk Wardah Cosmetics memberikan dampak negatif pada saat pemakain ***(Reliabilitas)***	**33**	**67**
3. Apakah menurut anda produk Wardah Cosmetics sesuai dengan harapan anda ***(Konformasi)***	**40**	**60**
4. Apakah produk Wardah Cosmetics memiliki waktu penggunaan yang lama ***(Daya Tahan)***	**70**	**30**
5. Apakah Wardah Cosmetics memberikan anda pelayanan yang baik ***(Pelayanan)***	**57**	**43**
6. Apakah Wardah Cosmetics memiliki reputasi dibandingkan produk lain dari segi kualitas ***(Persepsi Kualitas)***	**53**	**47**

Sumber : Survei Awal 2015

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 43 % responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics memiliki karkteristik dasar yang memenuhi harapan konsumen, dan sebanyak 57% responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics memiliki karkteristik dasar yang memenuhi harapan konsumen. Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa produk dari Wardah Cosmetics memiliki karakteristik dasar yang belum maksimal dimata konsumen

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 33% responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics memberikan dampak negatif disetiap penggunaan, dan sebanyak 67% responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics tidak memberikan dampak negatif disetiap penggunaannya. Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa produk Wardah Cosmetics memberikan dampak yang maksimal disetiap penggunaannya.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics , sebanyak 40%responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics sesuai dengan harapan, dan sebanyak 60% responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics belum sesuai dengan harapan.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa produk Wardah Cosmetics tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics , sebanyak 70% responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics memiliki waktu penggunaan yang lama dibanding produk lain, dan sebanyak 30% responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics tidak memiliki waktu penggunaan yang lama dibanding produk lain.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa produk Wardah Cosmetics memiliki waktu penggunaan yang lama.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics , sebanyak 57 %responden menyatakan bahwa Wardah Cosmetics memberikan pelayanan yang baik pada konsumen, dan sebanyak 43% responden menyatakan bahwa Wardah Cosmetics tidak memberikan pelayanan yang baik pada konsumen.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa Wardah Cosmetics telah memberikan pelayanan yang baik pada konsumen.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics , sebanyak 67 %responden menyatakan bahwa produk dari Wardah Cosmetics menarik bagi konsumen, dan sebanyak 33% responden menyatakan bahwa produk dari Wardah Cosmetics tidak menarik bagi konsumen.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa produk dari Wardah Cosmetics menarik bagi konsumen.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics , sebanyak 53% responden menyatakan

bahwa Wardah Cosmetics memiliki reputasi yang baik dibanding produk laindalam segi kualitas, dan sebanyak 47% responden menyatakan bahwa Wardah Cosmetics tidak memiliki reputasi yang baik dibanding produk lain dalam segi kualitas.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai Wardah Cosmetics memiliki reputasi yang baik.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, kepercayaan merek merupakan penunjang dari keputusan pembelian konsumen. Dengan dibangunnya kepercayan merek yang baik maka perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Untuk mengetahui hal – hal apa saja yang terjadi di Wardah Cosmetics ,maka dilakukan penyebaran survei awal secara acak kepada 30 konsumen Wardah Cosmetics. Berikut hasil penyebaran survai awal yang dilakukan oleh penulis mengenai kepercayaan merek.

Tabel 1.3
Survei Awal Variabel Kepercayaan Merek

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA %	TIDAK %
1. Apakah produk Wardah Cosmetics mampu memenuhi nilai yang dijanjikan kepada konsumen ***(Brand Reliability)***	**63**	**37**
2. Apakah anda mengalami masalah yang tidak terduga ketika menggunakan produk Wardah Cosmetics ***(Brand Intention)***	**60**	**40**

Sumber : Survei Awal 2015

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 63 %responden menyatakan bahwa produk Wardah Cosmetics mampu memenuhi nilai yang dijanjikan kepada

konsumen, dan sebanyak 37% responden menyatakan bahwa hasil dari penggunaan produk Wardah Cosmetics tidak mampu memenuhi nilai yang dijanjikan kepada konsumen.Hasil tanggapan responden dalam pertanyaan ini menunjukkan sebagian besar responden merasa bahwa hasil dari pengunaan produk Wardah Cosmetis mampu memenuhi nilai yang dijanjikan kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 60% responden menyatakan mengalami masalah yang tidak terduga ketika menggunakan produk Wardah Cosmetics, dan sebanyak 40% responden menyatakan tidak mengalami masalah yang tidak terduga ketika menggunakan produk Wardah Cosmetics. Hasil tanggapan responden dalam pertanyaan ini menunjukkan sebagian besar responden merasa bahwa produk dari Wardah Cosmetics pmengalami masalah yang tidak terduga ketika menggunakan produk Wardah Cosmetics.

Dari hasil tanggapan responden mengenai survei awal variabel kepercayaan merek, dapat dilihat beberapa hal yang anatara lain adalah bahwa konsumen Wardah Cosmetics yang dijadikan responden merasa produk dari Wardah Cosmetics mampu memenuhi nilai yang dijanjikan kepada konsumen.. Namun mayoritas konsumen mengalami masalah yang tidak terduga ketika menggunakan produk Wardah Cosmetics

Selanjutnya dilakukan penyebaran survei awal mengenai minat beli untuk mengetahui tanggapan responden mengenai hal – hal yang terjadi di Wardah

Cosmetics mengenai keputusan pembelian konsumen, berikut adalah hasil penyebaran survei awal kepada 30 konsumen Wardah Cosmetics

Tabel 1.4
Survei Awal Variabel Keputusan Pembelian

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA %	TIDAK %
1. Apakah Produk Wardah Cosmetics dapat memenuhi semua kebutuhan dan mengatasi masalah anda ***(Pengenalan Masalah)***	**37**	**63**
2. Apakah anda mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk wardah cosmetics ***(Pencarian Informasi)***	**53**	**47**
3.Apakah anda mencari manfaat tertentu dalam menggunakan produk Wardah Kosmetik ***(Evaluasi Alternatif)***	**80**	**20**
4.Apakah Produk Wardah Cometics menjadi pilihan utama anda (Keputusan Pembelian)	**53**	**47**
5. Apakah anda mendapat kepuasan tersendiri setelah menggunakan produk wardah cometics (Perilaku Pasca Pembelian	**60**	**40**

Sumber : Survei Awal 2015

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 37 %responden menyatakan Produk Wardah Cosmetics dapat memenuhi semua kebutuhan dan mengatasi masalah konsumen, dan sebanyak 63% responden menyatakan Produk Wardah Cosmetics tidak dapat memenuhi semua kebutuhan dan mengatasi masalah konsumen. Hasil tanggapan responden dalam pertanyaan ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan Produk Wardah Cosmetics dapat memenuhi semua kebutuhan dan mengatasi masalah konsumen.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 53% responden menyatakan mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk wardah cosmetics, dan sebanyak 47% responden menyatakan tidak mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk wardah cosmetics.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk wardah cosmetics

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 80% responden menyatakan mencari manfaat tertentu dalam menggunakan produk Wardah cosmetics, dan sebanyak 20% responden menyatakan tidak mencari manfaat tertentu dalam menggunakan produk Wardah Cosmetics.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mencari manfaat tertentu dalam menggunakan produk Wardah Cosmetics.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 53% responden menyatakan bahwa Produk Wardah Cosmetics menjadi pilihan utama konsumen, dan sebanyak 47% responden menyatakan bahwa Produk Wardah Cosmetics tidak menjadi pilihan utama konsumen.Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa kurang memiliki ketertarikan dan ingin memiliki berbagai macam produk Wardah Cosmetics.

Berdasarkan hasil penyebaran survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen Wardah Cosmetics, sebanyak 60% mendapat kepuasan tersendiri setelah menggunakan produk wardah cometics, dan sebanyak 40% responden menyatakan bahwa Produk Wardah Cosmetics tidak mendapat kepuasan tersendiri setelah menggunakan produk wardah cometics. Hasil jawaban dalam pertanyaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendapat kepuasan tersendiri setelah menggunakan produk wardah cometics.

Dari hasil tanggapan responden mengenai survey awal variabel keputusan pembelian, dapat dilihat beberapa hal yang anatar lain adalah bahwa konsumen Wardah Cosmetics yang dijadikan responden telah memiliki ketertarikan dan keinginan untuk membeli produk Wardah Cosmetics, namun konsumen Wardah Cosmetics cenerung untuk tidak membeli produknya secara langsung.

Hasil dari penyebaran survei awal berbagai variabel diatas menunjukkan bahwa produk Wardah Cosmetics masih belum memenuhi harapan konsumen dan kinerja yang belum maksimal bagi konsumen. Selain itu, dari segi kepercayaan merek, konsumen berpendapat bahwa produk Wardah cosmetics mengalami masalah yang tidak terduga ketika menggunakan produk Wardah Cosmetics, sehingga hal tersebut dapat mengurangi keputusan pembelian pada produk Wardah Cosmetics. Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka penulis menyusun Usulan Penelitian dengan judul **“ Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Paragon Technology and Innovation Bandung” (Survey pada Konsumen Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung)’’**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terdapat beberapa fenomena yang terjadi di Store Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung diantaranya :

1. Adanya ketidakpuasan konsumen pada salah satu produk wardah yaitu lipstick, karena ketika lipstick wardah digunakan sering menyebabkan bibir kering dan terjadi pengelupasan serta kemasan beberapa produk yang mudah rusak.
2. Produk perawatan kulit wajah Wardah ini membutuhkan proses lebih lama dalam memberikan hasil pemakaian dan timbul bintik bintik pada wajah sehingga banyak konsumen yang khawatir kulit wajahnya memburuk dan beralih ke produk lain.
3. Ada beberapa produk Wardah yang belum bisa mengatasi masalah yang tidak terduga dari konsumen dan juga meskipun produk Wardah Cosmetics dikhususkan untuk kaum perempuan tetapi ada juga produk yang dapat digunakan oleh kaum pria tetapi masih banyak kaum pria yang enggan menggunakan produk wardah karena merasa produk ini di khususkan untuk kaum perempuan dan memutuskan untuk tidak membeli produk Wardah.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti di **Store Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung**, antara lain

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas Produk Wardah Cosmetics.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kepercayaan Merek Wardah Cosmetics.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai Keputusan Pembelian Wardah Cometics.
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Cosmetics.
5. Seberapa Besar Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Cosmetics.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data bahan yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Cosmetics di Cihampelas Walk Bandung dan penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama ini ke dalam dunia kerja, khususnya dalam Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai Kualitas Produk Wardah Cosmetics.
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai Kepercayaan Merek Wardah Cometics.
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian Wardah Cosmetics.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Cosmetics.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah Cosmetics.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan bagi penulis dan perusahaan.

1. Bagi perusahaan

   Dengan penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan informasi dan masukan yang bertujuan untuk menyempurnakan referensi tentang Kualitas produk dan Kepercayaan Merek dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain.

2. Pihak Lain

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat bagi pihak lain terutama bagi pihak analis.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan akademis ini penelitian ini adalah :

a. Memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan ilmu ekonomi dalam bidang manajemen bisnis dan khususnya mengenai Kualitas produk dan Kepercayaan Merek dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Store Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung.
b. Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca maupun para konsumen.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelititan

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat berlangsungnya penelitian ini adalah di Store Wardah Cosmetics Cihampelas Walk Bandung.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Februari 2015 sampai dengan bulan April 2015. Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut

Tabel 1.5

Pelaksanaan Penelitian

Keterangan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survey Tempat Penelitian																												
Melakukan Penelitian																												
Mencari Data																												
Membuat Proposal																												
Seminar																												
Revisi																												
Penelitian Lapangan																												
Bimbingan																												
Sidang																												