

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis perhotelan dan pariwisata di Indonesia bisa dikatakan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Sektor penyedia jasa merupakan salah satu sektor terbesar dari perekonomian Indonesia. Rata-rata pertumbuhan perekonomian kota Bandung pada tujuh tahun terakhir adalah 7,8% (Sumber: BPS Kota Bandung). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat mencatat tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel di Jawa Barat pada September 2019 mencapai 47,57%, naik 1,31 poin dibandingkan TPK Agustus 2019 yang mencapai 46,26%. Baik TPK hotel bintang maupun nonbintang mengalami peningkatan. Kedatangan tamu mancanegara melalui Bandara Husein Sastranegara pada September 2019 sebanyak 12.917 orang mengalami penurunan 7,96% dibanding Agustus 2019 yang tercatat 14.034 orang.

(Sumber : <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2019/11/01/727/tingkat-penghunian-kamar-hotel-di-jawa-barat-september-2019-sebesar-47-57-persen.html> BPS Jabar : 2019)

Okupansi hotel di Jawa Barat terus mengalami tekanan. Kondisi tersebut di antaranya tercermin dari angka Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel sepanjang Januari-April 2019 yang bergerak turun dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Jabar, rata-rata TPK hotel di

Jabar pada Januari-April 2019 mencapai 49,38%. Angka tersebut lebih rendah dibandingkan catatan pada periode yang sama 2018 yang mencapai 52,58%.

(Sumber : <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2019/06/18/okupansi-hotel-di-jawa-barat-terus-menurun> Yulistyne Kasumaningrum : 2019)

Bandung terpilih sebagai salah satu destinasi wisata favorit di kawasan Asia. Hebatnya lagi ibukota dari Jawa Barat ini menempati posisi ke-4 setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai. Hasil tersebut didapatkan dari survei independen yang dilakukan terhadap wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, Nunung Sobari, mengatakan bahwa saat ini Bandung menempati urutan pertama sebagai kota favorit di Asean. Bahkan "Selain terfavorit di Asean, Bandung juga masuk urutan kelima se-Asia Pasifik dan urutan ke-21 di dunia terkait pariwisata," katanya seperti dikutip dari laman (*Indonesia Travel*).

(Sumber : <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150210162426-269-31086/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean> Tri Wahyuni : 2015)

Orang-orang saat ini menghabiskan waktu akhir pekan dengan berlibur, salah satunya dengan mengunjungi kota Bandung, karena kota Bandung memiliki tempat wisata yang digemari baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Ada 58 objek wisata di Bandung yang wajib dikunjungi. Wisatawan yang datang ke kota Bandung tidak hanya menikmati objek wisata saja, melainkan berwisata kuliner dan

berbelanja. Hal ini menjadi kesempatan bagi pelaku industri di bidang jasa, salah satunya Industri perhotelan.

Dari sekian banyak hotel yang berada di Bandung salah satunya adalah Amaris Hotel Setiabudhi Bandung, yang didirikan pada tahun 2016. Hotel ini berlokasi di Jalan Dr. Setiabudhi No.156 A Bandung. Lokasinya cukup strategis, yaitu di dekat pusat bisnis dan perbelanjaan di kota Bandung. Selain itu, Amaris Hotel Setiabudhi menawarkan pemandangan yang indah dari kamarnya. Gunung Tangkuban Perahu dan Kota Bandung dapat terlihat dengan jelas dari hotel setinggi sembilan lantai ini. Hotel Amaris ini memiliki 3 cabang di Bandung selain Amaris Setiabudhi yaitu di Amaris Cimanuk (2010) dan Amaris Cihampelas (2010)

(Sumber: <https://travel.kompas.com/read/2016/01/24/190000227/Hotel.Amaris.Setiabudhi.Bandung.Resmi.Dibuka>. Ni Luh Made Pertiwi : 2016)

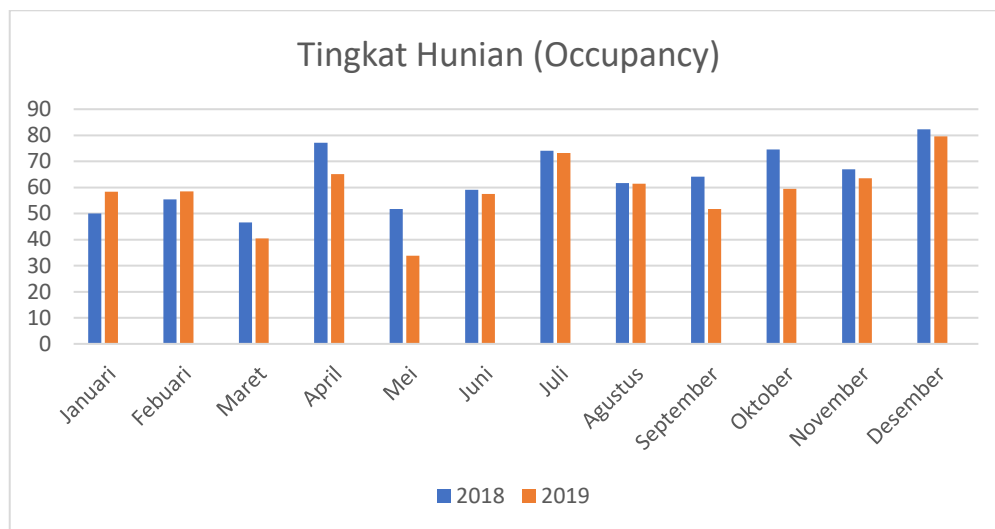
Tabel 1.1.

**Jumlah Penginapan / Hotel dan Jumlah Kamar Hotel Menurut
Klasifikasinya di Kota Bandung 2018**

NO	KLASIFIKASI	JUMLAH POTENSI	JUMLAH KAMAR
1	Bintang 1	10	382
2	Bintang 2	25	1.500
3	Bintang 3	42	3.507
4	Bintang 4	32	3.651

5	Bintang 5	18	2.464
6	NonBintang	218	6.041
JUMLAH		345	17.545

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam data BPS



Gambar 1.1. Persentase Occupancy Amaris Hotel Setiabudhi

Sumber : Amaris Hotel Setiabudhi dan Data dibuat peneliti

Amaris Hotel Setiabudhi mengalami penurunan walau tidak begitu signifikan pada tingkat hunian kamar hotel tahun ini dibandingkan dengan tahun lalu. Hal ini dikatakan oleh Bu Annisa Putri selaku HRD di Amaris Hotel Setiabudhi setelah peneliti melakukan wawancara.

Dengan adanya kenaikan pengunjung wisatawan tersebut banyak investor yang berlomba – lomba membangun hotel dengan menawarkan berbagai fasilitas dan variasi harga. Indonesia menjadi negara kedua terbanyak di Asia dalam

pembangunan hotel. Banyaknya pertumbuhan hotel tersebut, maka mengakibatkan persaingan hotel di Indonesia semakin ketat, khususnya di Kota Bandung. Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat ini, Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat.

(<https://www.industry.co.id/dinilai.tahun.pertumbuhan.bagi.hotel.Indonesia.>)

Tabel 1.2.

Perbandingan Popularitas Hotel 2019

Hotel	Top Index	TOP
Pop Hotel Bdg	37%	TOP
Fave Hotel Bdg	20%	TOP
Novotel Hotel Bdg	17%	-
Vio Hotel Bdg	14%	-
Amaris Hotel	12%	-
Setiabudhi Bdg		

Sumber: www.trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID/amarishotelsetiabudhi

Berdasarkan tabel hotel populer 2019 diatas, Amaris pada tahun 2018 pernah mendapatkan penghargaan *Top Brand Award* kategori hotel Budget, tetapi penghargaan itu keseluruhan hasil survei 8 kota yang memiliki *Top Brand Index* 10% dan TOP three dalam kategori produk yang sama setiap kotanya. Selain itu juga terdapat perbandingan beberapa hotel dengan akses situs/kunjungan yang

dilakukan konsumen dalam menentukan pilihannya yang dibuat penulis melalui (*google trends*) sebagai bahan perbandingan yang menjelaskan bahwa memang Amaris hotel menempati posisi ter rendah, Terbukti juga dari data yang ditemukan penulis dari beberapa situs booking online (*tripadvisor.co.id, pegi-peg.com, traveloka*), menemukan bahwa Amaris hotel memang mendapatkan rating ulasan rendah dari hotel – hotel lainnya. Dari ulasan tersebut, rata - rata memberikan beberapa review yang kurang baik dalam segi pelayanan dan fasilitas. Hal itu bisa saja menyebabkan tingkat hunian dan Loyalitas Pelanggan menurun. Beberapa fasilitas kelas hotel bintang dua di Kota Bandung memiliki perbedaan, perbandingan antar hotel bintang dua dapat menjadikan persaingan bagi industri perhotelan. Contohnya Pop Hotel Bandung menawarkan harga Rp. 585.000 yang memiliki fasilitas berupa kolam renang dan dapat memenuhi semua kebutuhan konsumen seperti menyediakan jaringan internet gratis, sarapan, serta layanan penjemputan. Sedangkan pada Amaris hotel dengan fasilitas dan pelayanan cukup baik, fasilitasnya masih jauh berbeda dengan Pop Hotel walaupun Amaris hotel menawarkan harga yang kisarannya hampir sama mendekati Pop hotel.

(Sumber : *Top Brand Award* , *google trends* dan Data yang diolah peneliti)

Rainer Daulay juga mempermasalahkan keberadaan Airbnb (sewa nonhotel berbasis aplikasi) yang dinilai turut memukul industri perhotelan di Tanah Air. Pengusaha hotel dengan kualitas pelayanan di bawah bintang 3 disebut paling dirugikan. "Karena perusahaan online menawarkan properti berkualitas sama

dengan harga yang bisa sampai setengahnya," ujarnya. Sebelumnya, Ketua Umum PHRI Hariyadi Sukmandani meminta pemerintah membekukan bisnis penyewaan kamar nonhotel berbasis aplikasi seperti Airbnb terbukti menggerus okupansi hotel. Meski tidak mempermasalahkan konsep bisnis sharing economy seperti yang diusung Airbnb, harus ada regulasi yang adil.

(Sumber: <https://bisnis.tempo.co/read/1038280/pengusaha-hotel-klaim-lebih-peduli-wisatawan-ketimbang-airbnb> Caesar Akbar : 2017)

Menurutnya, mungkin saja tendensi penurunan sektor pariwisata ini memang fenomena nasional. Indikasinya, kata Hery, yakni banyaknya keluhan yang sama dari pengusaha sektor ini di tujuan wisata lain di Indonesia, salah satunya Bali. Termasuk, kemungkinan pengaruh tingginya tarif tiket penerbangan sebagai penyebab utama. Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Kepala Dinas Perhubungan Hery Antasari menyanggah adanya penurunan wisatawan mancanegara di Kota Bandung dikarenakan adanya Bandara Internasional Jawa Barat (BIJB Kertajati). Sebab saat ini penerbangan dari luar negeri masih mengandalkan Bandara Husein Sastranegara yang berada di Bandung. Hery menyebut, sebelumnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung memaparkan terdapat penurunan 150 ribu wisatawan sepanjang 2019 (hingga pertengahan Oktober). Penurunan tersebut berpengaruh terhadap penurunan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung yang 33 persen disokong sektor pariwisata khususnya oleh wisatawan Malaysia dan Singapura.

(Sumber: <https://jabar.idntimes.com/news/jabar/debbie-sutrisno/pemprov-jabar-penurunan-wisatawan-di-bandung-bukan-efek-dari-bijb/full> Debbie Sutrisno : 2019)

Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos , dan Telekomunikasi No.KM 37/PW/MMPT/-86 dalam Sulastiyono (2011:6), “adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

(Sumber: <https://id.scribd.com/document/327315880/Pengertian-Hotel-Menurut-Para-Ahli> Muhammad Ridwan : 2016)

Hal ini didukung oleh hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah hasil survey awal dengan penyebaran kuisisioner penulis terhadap konsumen di Amaris Hotel Setiabudhi Bandung.

Tabel 1.3
Survey Awal Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Hasil Kuisisioner Awal			
		Ya		Tidak	
1	Apakah fasilitas penunjang operasional di hotel ini lengkap? (<i>Tangible</i>)	14	46,6%	16	53,3%
2	Apakah anda mendapatkan pelayanan sesuai yang dijanjikan sejak awal? (<i>Reability</i>)	17	56,6%	13	43,3%
3	Apakah anda tidak perlu menunggu lama untuk dilayani? (<i>Responsiveness</i>)	12	40%	18	60%

Sumber : Survey Awal Penelitian

Dari survei yang dilakukan kepada 30 orang responden pengunjung Amaris Hotel Setiabudhi Bandung.

Berdasarkan data survey diatas tentang Kualitas Pelayanan , terdapat masalah pada fasilitas penunjang operasional di hotel ini lengkap, dengan persentase jawaban responden adalah 53,3% menjawab “tidak” dan anda mendapatkan pelayanan sesuai yang dijanjikan sejak awal yaitu sebesar 56,6% menjawab “ya”, dan apakah anda tidak perlu menunggu lama untuk dilayani sebesar 60% menjawab “tidak” . Hal ini diperkuat oleh Pak Rahmat GP sebagai salah satu pengunjung Amaris Hotel Setiabudhi mengatakan bahwa “saya rasa fasilitas dan keamanan masih kurang diperhatikan, karena mungkin yang saya tau hotel ini baru dan masih banyak yg harus dibenahi.

Menurut **Fandy Tjiptono : 2001 dalam Yelli Trisusanti : 2017)** Pada dasarnya, kualitas pelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan.

Dengan memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, karena itulah dalam memberikan sebuah pelayan harus dilakukan sesuai dengan fungsi dari pelayanan. Tujuan umum diberikannya kualitas pelayanan yang baik adalah agar konsumen merasakan kepuasan dan akan berdampak positif bagi perusahaan.

(Sumber: <https://www.pelajaran.co.id/2017/17/pengertian-pelayanan-menurut-ahli-faktor-serta-fungsi-dan-tujuan-pelayanan-terlengkap.html> Mas Min : 2017)

Saat ini Kepercayaan adalah pondasi dari bisnis. Membentuk kepercayaan konsumen merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada perusahaan jasa.

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang dimiliki seseorang bahwa kata janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (**Barnes 2003:149 dalam Arif Rakhman 2014 : 4**).

Hal ini didukung oleh hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah hasil survey awal dengan penyebaran kuisisioner penulis terhadap konsumen di Amaris Hotel Setiabudhi Bandung

Tabel 1.4
Survey Awal Variabel Kepercayaan

No.	Pertanyaan	Hasil Kuisioner Awal			
		Ya		Tidak	
1	Apakah hotel ini mampu melayani anda 24jam? (Kemampuan)	12	40%	18	60%
2	Apakah hotel merespon apa yang dibutuhkan oleh anda? (Kebaikan Hati)	16	53,3%	14	46,6%
3	Apakah hotel ini menjelaskan informasi yang jelas mengenai pelayanan? (Integritas)	14	46,6%	16	53,3%

Sumber : Survey Awal Penelitian

Dari survei yang dilakukan kepada 30 orang responden pengunjung Amaris Hotel Setiabudhi Bandung.

Berdasarkan data diatas tentang Kepercayaan , terdapat masalah pada mampu melayani anda 24 jam yaitu sebesar 60% menjawab “tidak” dan hotel merespon secara positif apa yang dibutuhkan oleh anda yaitu sebesar 53,3% menjawab “ya”, dan hotel ini mampu memberikan penjelasan yang jelas mengenai pelayanan sebesar 53,3% menjawab “tidak”. Hal ini diperkuat oleh Ibu Putri Dyana sebagai salah satu pengunjung mengatakan bahwa “memang hotel ini dekat sekali dengan pusat perbelanjaan, tetapi menurut saya untuk mampu melayani pengunjung masih kurang.

Loyalitas pelanggan ini mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus,

komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa

Menurut **Fandy Tjiptono (2000:54)** dalam **Trustorini Handayani (2017:87)** menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan. Jadi, jika kualitas pelayanan mendapatkan tanggapan positif dari konsumen maka akan menghasilkan kepuasan konsumen dan selanjutnya akan menimbulkan loyalitas.

Hal ini didukung oleh hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, berikut adalah hasil survey awal dengan penyebaran kuisisioner penulis terhadap konsumen di Amaris Hotel Setiabudhi Bandung

Tabel 1.5

Survey Awal Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Pertanyaan	Hasil Kuisisioner Awal			
		Ya		Tidak	
1	Apakah pelayanan dihotel ini membuat anda ingin berkunjung kembali? (Pembelian secara berulang)	17	56,6%	13	43,3%
2	Apakah anda ingin menggunakan jasa atau fasilitas lain, misal <i>meeting room</i> (Pembelian lini produk atau jasa)	14	46,6%	16	53,3%
3	Apakah anda akan merekomendasikan jika pelayanan yang diberikan baik dan membuat puas? (merefereasikan kepada orang lain?)	16	53,3%	14	46,6%

Sumber : Survey Awal Penelitian

Dari survei yang dilakukan kepada 30 orang responden pengunjung Amaris Hotel Setiabudhi Bandung.

Berdasarkan data diatas tentang Loyalitas Pelanggan , terdapat masalah pada pelayanan dihotel ini membuat anda ingin berkunjung kembali, dengan persentase jawaban responden adalah 56,6% menjawab “ya”, dan anda ingin menggunakan jasa atau fasilitas lain, misal *meeting room* yaitu sebesar 53,3% menjawab “tidak” , dan anda akan merekomendasikan jika pelayanan yang diberikan baik dan membuat puas dengan persentase jawaban responden 53,3% menjawab “ya” Hal ini diperkuat oleh Pak Ahmad Maulana sebagai salah satu pengunjung Amaris Hotel Setiabudhi mengatakan bahwa “ saya rasa pelayanan yang diberikan kurang dengan apa yg saya harapkan, dan saya tidak tahu juga apakah akan berkunjung kembali atau tidak ”sehingga memberikan tanggapan negatif pada kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung.”**

1.2. Identifikasi Dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan survei awal, penulis menemukan permasalahan – permasalahan pada konsumen Amaris Hotel Setiabudhi Bandung.

1. Menurunnya kunjungan wisatawan ke Kota Bandung

2. Menurunnya tingkat penghunian kamar (TPK) di Amaris Hotel Setiabudhi
3. Kurangnya fasilitas penunjang operasional di Amaris Hotel Setiabudhi
4. Kurangnya kemampuan karyawan melayani konsumen 24jam di Amaris Hotel Setiabudhi
5. Kurang fasilitas jasa lain atau produk yang ditawarkan di Amaris Hotel Setiabudhi
6. Kurangnya penyampaian informasi layanan dengan jelas kepada konsumen
7. Kurangnya konsumen dalam menerima pelayanan sesuai yang dijanjikan sejak awal

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kepercayaan pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Loyalitas Pelanggan pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung

4. Bagaimana pengaruhnya Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan baik secara simultan maupun secara parsial pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data guna kepentingan menganalisis variabel-variabel penelitian dalam konteks permasalahan pengaruh Pagaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan, serta untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan analisis yang dapat diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen di Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana tanggapan mengenai Kualitas Pelayanan pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung
2. Mengetahui bagaimana tanggapan mengenai Kepercayaan pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung
3. Mengetahui bagaimana tanggapan mengenai Loyalitas Pelanggan pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung

4. Mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan baik secara simultan maupun secara parsial pada Amaris Hotel Setiabudhi Bandung

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

1. Bagi Organisasi hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dan sasaran dalam Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan. Agar pelaku usaha dapat melakukan perubahan-perubahan yang positif seperti tercapainya Loyalitas Pelanggan.
2. Bagi pihak terkait diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan atau lainnya yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Bagi pihak lain selain itu dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi pihak lain yang mengalami permasalahan yang sama.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu masukan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang sama, dan juga menjadi

bahan bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan, Serta melatih kemampuan penulis dalam menganalisis suatu masalah dan berfikir sistematis

1.5. Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian menunjukkan perusahaan atau institusi yang di teliti disertai dengan alamat lengkap lokasi penelitian tersebut. Untuk memperoleh data penulis melakukan penelitian di AMARIS HOTEL SETIABUDHI BANDUNG.

1.5.2. Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai pada bulan September 2019 sampai dengan Februari 2020. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membuat rencana jadwal penelitian yang dimulai dengan tahap persiapan sampai ketahap akhir yaitu pelaporan hasil penelitian. Secara lebih rinci waktu penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 1.6
Waktu Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																									
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari					
		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.	Pengajuan Surat Penelitian	■																									
2.	Mencari Data		■	■																							
3.	Melakukan Penelitian				■	■																					
4.	Membuat Proposal					■	■																				
5.	Bimbingan					■	■	■	■																		
6.	Seminar									■	■																
7.	Revisi													■	■												
8.	Penelitian Lapangan															■	■	■	■	■	■						
9.	Bimbingan															■	■	■	■	■	■						
10.	Sidang																					■	■	■	■		