

BAB III

OBJEK DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran penelitian yang akan dilaksanakan. Pada penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah bagaimana bentuk Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Objek yang dipilih untuk penelitian tepatnya di PT. Fast Food Indonesia Tbk Kota Bandung yang beralamat di di Jl. Pajajaran No.65, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172.

Alasan menjadikan objek penelitian di KFC Gerai Pasir Kaliki Pajajaran Kota Bandung dilatarbelakangi oleh fenomena perubahan perilaku konsumen dan penyebaran informasi yang sangat cepat di Indonesia khususnya terkait isu SARA yang menyebabkan beberapa perusahaan restoran di Indonesia kehilangan loyalitas pelanggan, dan KFC merupakan salah satu perusahaan yang terkena dampaknya. KFC di Jawa Barat berpusat di Gerai Pasir Kaliki Pajajaran, seluruh informasi KFC di Jawa Barat khususnya Kota Bandung terkait kegiatan operasionalnya berada di Gerai Pasir Kaliki Pajajaran.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Saat melakukan penelitian, peneliti harus memilih metode penelitian yang akan digunakan, karena metode penelitian ini memiliki peran penting dalam pelaksanaan penelitian karena metode penelitian mencakup langkah-langkah atau pedoman yang harus diikuti selama penelitian berlangsung. Dalam pelaksanaannya, penulis mengadopsi model penelitian pendekatan studi kasus dan metode kualitatif deskriptif serta menggunakan metode analisis SWOT. Dalam penelitian kualitatif, informasi diperoleh dari beragam sumber dengan menerapkan berbagai teknik pengumpulan data, dalam sebuah pendekatan yang dikenal sebagai triangulasi. Proses ini berlangsung secara berkelanjutan hingga data yang diperoleh dianggap sudah mencapai titik jenuh. Dengan pengamatan berkelanjutan ini, variasi data yang diperoleh cenderung menjadi sangat luas (Sugiyono, 2013, p. 243).

Janvi Audi Sabiladeska, 2024
STUDI TENTANG KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI PT. FAST FOOD INDONESIA TBK KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.2 Partisipan Penelitian

Pemilihan partisipan penelitian merupakan aspek penting dalam sebuah penelitian, karena esensinya suatu masalah atau fenomena memiliki makna ketika terkait dengan populasi yang relevan. Populasi tersebut tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga dapat mencakup objek atau entitas lainnya. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan menggunakan metode *snowball sampling*. Dalam penelitian kualitatif, tidak ada penggunaan populasi karena fokusnya adalah pada kasus-kasus tertentu dalam situasi sosial tertentu. Hasil penelitiannya tidak diberlakukan secara langsung ke populasi umum, tetapi dikaji untuk ditransfer ke situasi sosial serupa di tempat lain. Istilah "responden" dalam penelitian kualitatif digantikan dengan istilah "narasumber," "partisipan," atau "informan" yang berperan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, populasi disebut dengan "*Social Situation*" (Sugiyono, 2022, p. 92). Sekaran dan Bougie (dalam Zulganef, 2018, p. 130) mengungkapkan beberapa metode penarikan sampel diantaranya sebagai berikut :

1. *Probability Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang setara bagi setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Teknik ini meliputi : *simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster)*.

2. *Nonprobability Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang setara bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi bagian dari sampel. Teknik ini meliputi : *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball*.

Dalam penelitian kualitatif, metode sampling yang umum digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik di mana sumber data dipilih berdasarkan pertimbangan khusus karena dirasa memiliki pengetahuan yang banyak yang diperlukan oleh peneliti (Sugiyono, 2022, pp. 94-95).

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling*. Dengan menggunakan teknik ini dapat memungkinkan peneliti untuk secara selektif memilih sumber data berdasarkan pertimbangan khusus terutama ketika sumber data tersebut memiliki pengetahuan yang relevan dan penting bagi penelitian. Dengan menggunakan *purposive sampling*, peneliti dapat memastikan bahwa informasi yang diperoleh dari sumber data tersebut akan lebih mendalam dan relevan dengan tujuan penelitian, sehingga dapat meningkatkan validitas dan kebermanfaatan hasil penelitian. Hal ini menjadi penting karena pengetahuan yang dimiliki oleh sumber data yang dipilih secara khusus dapat memberikan wawasan yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik dan hasil penelitian yang lebih berkualitas.

Tabel 3. 1
Informan Penelitian

Jabatan	Kelompok Informan	Kode
	Nama	
<i>Assistant Manager Administration</i>	Zainis Sucitra	W1
<i>Regional Marketing Officer</i>	Irsan Nugraha	W2
<i>Restaurant General Manager</i>	Edi Kusnadi	W3
<i>Cashier</i>	Isma	W4
Konsumen I	Yanti Sutawidjaya	W5
Konsumen II	Syalsabilla Monicawati	W6

Sumber : Peneliti

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, informan penelitian di ambil berdasarkan orang-orang yang dianggap berwenang dan memiliki pengetahuan lebih dalam terkait permasalahan yang akan diteliti. Data diambil di PT. Fast Food Indonesia Tbk di Kota Bandung, yang merupakan pusat operasional untuk PT. Fast Food Indonesia di Jawa Barat. Alamatnya terletak di Jl. Pajajaran No.65, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172.

3.2.3 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2013, p. 225) dalam konteks analisis data kualitatif, prosesnya melibatkan pencarian dan pengorganisasian data secara sistematis yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya. Tujuannya adalah agar data tersebut dapat dimengerti dengan mudah dan temuannya dapat disampaikan kepada pihak lain. Analisis data dilakukan melalui langkah-langkah seperti mengorganisasikan data, memecahkannya menjadi unit-unit yang lebih kecil, melakukan sintesis, mengidentifikasi pola-pola, menentukan mana yang relevan dan akan dianalisis lebih lanjut, serta membuat kesimpulan yang dapat disampaikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013, p. 243) Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa cara, diantaranya (Sugiyono, 2013, p. 225).

1. Observasi

Menurut Spradley (1980) tahapan observasi ditunjukkan seperti gambar berikut.

Tahap Deskriptif Memasuki situasi sosial : tempat, aktivitas, aktor	Tahap Reduksi Menentukan fokus : memilih diantara yang telah dideskripsikan	Tahap Seleksi Mengurai fokus : menjadi komponen yang lebih rinci
--	---	--

Gambar 3. 1
Tahapan Observasi

Sumber : (Sugiyono, 2013, p. 225)

a) Observasi Seleksi

Pada tahap observasi ini, peneliti telah mengembangkan fokus yang ditemukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih rinci. Dengan melakukan analisis komponensial terhadap fokus tersebut, peneliti telah mengidentifikasi karakteristik, perbedaan, dan kesamaan antara kategori, serta menjelajahi hubungan antara kategori-kategori tersebut.

2. Wawancara

Esterberg (2002) (dalam Sugiyono, 2013, p. 231) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan antara dua individu yang bertujuan untuk menukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab, yang bertujuan untuk membentuk pemahaman yang lebih dalam tentang suatu topik tertentu. Dalam penelitian

ini penulis menggunakan teknik wawancara semiterstruktur yang dijelaskan sebagai berikut (Sugiyono, 2013, p. 231) :

a) Wawancara Semiterstruktur

Wawancara ini termasuk dalam kategori wawancara mendalam, di mana pendekatannya lebih fleksibel dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari jenis wawancara ini adalah untuk mendapatkan wawasan yang lebih terbuka, di mana pihak yang diwawancarai diharapkan untuk berbagi pendapat dan ide-ide mereka yang dicermati dan dicatat apa yang disampaikan oleh narasumber (Sugiyono, 2013, p. 233).

3. Dokumentasi

Dokumen adalah rekaman atau catatan peristiwa yang telah terjadi di masa lalu, yang bisa berwujud tulisan, gambar, atau karya monumental dari individu tertentu. Pendekatan studi dokumen sering digunakan sebagai tambahan dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Informasi yang dihasilkan dari observasi atau wawancara akan menjadi lebih dapat dipercaya apabila didukung oleh bukti-bukti sejarah pribadi yang terdapat dalam dokumen. Namun, penting untuk diingat bahwa tidak semua dokumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (Sugiyono, 2013, p. 240).

4. Gabungan/ Triangulasi

Dalam pengumpulan data, triangulasi merujuk pada penggunaan teknik yang menggabungkan berbagai metode dan sumber data yang tersedia. Dengan menerapkan triangulasi, peneliti sebenarnya mengumpulkan data sambil secara bersamaan menguji kredibilitasnya melalui berbagai teknik pengumpulan dan sumber data. Triangulasi teknik mengimplikasikan penggunaan metode yang beragam untuk memperoleh data dari sumber yang sama dengan menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi secara untuk memperoleh data dari sumber yang serupa. Sementara itu, triangulasi sumber melibatkan pengumpulan data dari sumber-sumber yang berbeda menggunakan teknik yang serupa. Tujuan dari penggunaan triangulasi bukanlah untuk menemukan kebenaran absolut tentang suatu fenomena, melainkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Dalam penelitian

kualitatif, fokusnya bukan hanya pada pencarian kebenaran, tetapi lebih pada pemahaman subjek tentang lingkungan sekitarnya. Dalam proses memahami lingkungan sekitarnya, mungkin saja apa yang diungkapkan oleh informan tidak selaras dengan teori atau hukum yang ada (Sugiyono, 2013, p. 241).

3.2.4 Teknik Analisis Data

Setelah pengumpulan data, data awal akan diperoleh. Agar data awal tersebut lebih bermanfaat, perlu dilakukan pengolahan atau analisis data. Pengolahan data adalah suatu proses untuk menghasilkan ringkasan data berdasarkan kelompok data awal. Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan dari berbagai sumber menggunakan beragam teknik pengumpulan data (triangulasi) yang diterapkan secara berkesinambungan hingga data mencapai titik jenuh (Sugiyono, 2013, p. 129). Bodgan (dalam Sugiyono, 2013, p. 130) menyatakan bahwa analisis data adalah langkah sistematis dalam menggali dan menyusun data yang berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan sumber-sumber lainnya. Tujuannya adalah untuk menyajikan data secara jelas agar mudah dipahami dan hasil temuan dapat disampaikan kepada orang lain. Proses analisis data melibatkan organisasi data, penjabaran ke dalam unit-unit, sintesis, penyusunan pola, pemilihan informasi yang relevan untuk dipelajari, serta pembuatan kesimpulan yang dapat dijelaskan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui informasi lebih mendalam mengenai strategi komunikasi persuasif di PT. Fast Food Indonesia Tbk Kota Bandung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. SWOT adalah singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan *External Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT melibatkan perbandingan antara faktor-faktor internal dan eksternal. Cara membuat analisis SWOT dijabarkan sebagai berikut (Rangkuti, 2017, p. 20).



Gambar 3. 2
Cara Membuat Analisis SWOT

Sumber : (Rangkuti, 2017, p. 20).

Kuadran 1 : Strategi Agresif

Situasi yang menguntungkan. Dengan memiliki peluang dan kekuatan, perusahaan dapat memanfaatkan situasi yang menguntungkan tersebut. Strategi yang diterapkan dalam situasi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) (Rangkuti, 2017, p. 20).

Kuadran 2 : Strategi Diversifikasi

Walaupun dihadapkan dengan berbagai ancaman, perusahaan tetap memiliki kekuatan dari sisi internal. Strategi yang perlu dijalankan adalah memanfaatkan keuntungan tersebut untuk mengambil peluang jangka panjang, seperti melalui strategi diversifikasi (produk/pasar) (Rangkuti, 2017, p. 21).

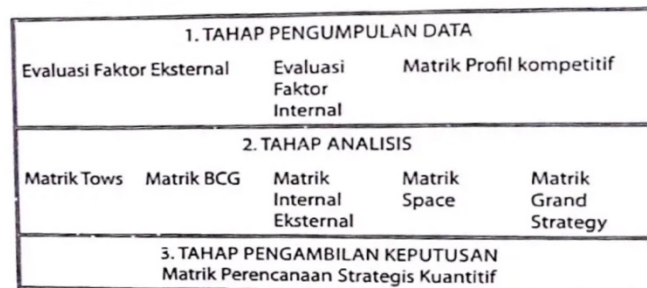
Kuadran 3 : Strategi *Turn - Around*

Perusahaan memiliki peluang besar di pasar, namun sekaligus menghadapi beberapa tantangan atau kelemahan internal. Strategi utama perusahaan adalah mengurangi masalah-masalah internal agar dapat memanfaatkan peluang pasar yang lebih baik (Rangkuti, 2017, p. 21).

Kuadran 4 : Strategi Defensif

Situasi yang tidak menguntungkan. Perusahaan dihadapkan dengan beragam ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2017, p. 21).

Proses penyusunan perencanaan strategis melalui analisis SWOT terdapat tiga tahap diantaranya sebagai berikut.



Gambar 3. 3
Kerangka Formulasi Strategis Analisis SWOT

Sumber : (Rangkuti, 2017, p. 23).

1. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini, tidak hanya tentang mengumpulkan data, tetapi juga tentang mengklasifikasikan data sebelum analisis. Pada tahap ini, data dibagi menjadi dua kategori, yaitu data internal dan data eksternal.

- a) **Internal** : Analisis pasar, kompetitor, komunitas, pemasok, pemerintah, dan kelompok kepentingan tertentu.

Tabel 3. 2
Tabel IFAS Matriks Faktor Internal Analisis SWOT

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan :				
Kelemahan :				
Total				

Sumber : (Rangkuti, 2017, pp. 27-28)

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal perusahaan, sebuah tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk menyusun faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahapannya dijabarkan sebagai berikut.

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan.
 - 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting).
 - 3) Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outsanding*) hingga 1 (*poor*).
 - 4) Kalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan.
 - 5) Jumlahkan skor pembobotan untuk menghasilkan total skor pembobotan bagi perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor strategis internalnya dan dapat dijadikan sebagai pembanding dengan perusahaan lain yang bergerak di industri yang serupa.
- b) **Eksternal** : Laporan keuangan (neraca laba/rubi, *cash-flow*, struktur pendanaan), laporan kegiatan sumber daya manusia (jumlah karyawan, pendidikan, keahlian, pengalaman, gaji, *turn-over*), laporan kegiatan operasional, dan laporan kegiatan pemasaran.

Untuk menganalisis data dalam pengumpulan data ini dapat dengan menggunakan matriks faktor strategi eksternal. Untuk penggunaan strategis faktor eksternal dianjurkan untuk membuat *forecasting* (peramalan) dan asumsi seperti ekstrapolasi, *brainstorming*, *statistical modelling*, riset operasi, dsb.

Tabel 3. 3
Tabel EFAS Matriks Faktor Eksternal Analisis SWOT

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating	Komentar
Peluang :				
Ancaman :				
Total				

Sumber : (Rangkuti, 2017, p. 26).

- 1) Susunlah faktor-faktor peluang dan ancaman (5-10).
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting).
- 3) Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outsanding*) hingga 1 (*poor*).
- 4) Kalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan.
- 5) Jumlahkan skor pembobotan untuk menghasilkan total skor pembobotan bagi perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor strategis eksternalnya dan dapat dijadikan sebagai pembandingan dengan perusahaan lain yang bergerak di industri yang serupa.

2. Tahap Analisis

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam perumusan strategi. Model yang dapat digunakan adalah sebagai berikut.

- a) Model TOWS atau Matriks SWOT
- b) Matriks BGC
- c) Matriks Internal Eksternal
- d) Matriks *Grand Strategy*

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan model TOWS atau Matriks SWOT.

Tabel 3. 4
Matriks SWOT

EFAS / IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
OPPURTUNITIES (O)	Strategi SO	Strategi WO
THREATS (T)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber : (Rangkuti, 2017, p. 83).

Gambar diatas dapat dijabarkan sebagai berikut.

Matriks ini menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat dipertimbangkan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Rangkuti, 2017, p. 83).

- 1) Strategi SO : Strategi ini dikembangkan berdasarkan pemikiran perusahaan yang bertujuan untuk mengoptimalkan semua kekuatan yang dimiliki guna menangkap dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- 2) Strategi ST : Strategi yang melibatkan pemanfaatan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman.
- 3) Strategi WO : Strategi yang dilakukan dengan memaksimalkan potensi peluang dan mengurangi kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT : Strategi ini berasal dari upaya yang lebih bersifat defensif, dimana perusahaan berupaya mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

3. Tahap Pengambilan Keputusan

Dalam tahap pengambilan keputusan, dapat disesuaikan dengan matriks sesuai dengan jenis penelitian yang akan dipilih yaitu kuantitatif atau kualitatif.

3.2.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, penting untuk memastikan keabsahan data dengan mempertimbangkan reliabilitas dan validitas data yang diperoleh. Data atau temuan dapat dianggap valid ketika tidak ada perbedaan antara laporan peneliti dengan realitas yang terjadi pada objek penelitian. Dalam proses penelitian kualitatif, observasi dan wawancara menjadi dua instrumen utama dalam pengumpulan data karena keduanya memiliki tingkat keabsahan dan keandalan yang tinggi serta mampu mengumpulkan data verbal dan non-verbal tentang perilaku manusia. Dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah berbeda dengan kuantitatif, perbedaan tersebut ditunjukkan pada tabel berikut (Sugiyono, 2022, p. 209).

Tabel 3. 5
Istilah dalam Pengujian Keabsahan Data Metode Kualitatif

Aspek	Metode Kualitatif
Nilai Kebenaran	Validitas Internal
Penerapan	Validitas Eksternal
Konsistensi	Reliabilitas
Natralitas	Objektivitas

Sumber : (Sugiyono, 2022, p. 209)

Dalam penelitian ini penulis mengadopsi penggunaan Teknik keabsahan data dengan menggunakan triangulasi yang dijabarkan sebagai berikut.

a) Triangulasi

Menurut Wiliam Wiersma (1986) mengemukakan bahwa :

“Triangulation is wualitative cross-validation. It accesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Berikut merupakan jenis triangulasi yang penulis gunakan (Sugiyono, 2022, p. 191) :

1) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Sebagai contoh, jika data yang diperoleh dari hasil wawancara, maka dapat dicek kembali dengan observasi, dokumentasi, atau kuisisioner. Jika ketiganya menghasilkan data yang berbeda, maka perlu dilakukan pengecekan ulang terhadap sumber yang sama untuk memastikan kebenarannya.

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik pengumpulan data Gabungan atau Triangulasi untuk memeriksa keabsahan data penelitian. Dengan data yang dikumpulkan dengan metode triangulasi, maka peneliti akan memfokuskan penelitian pada strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di PT. Fast Food Indonesia Tbk Kota Bandung pada subjek yang dipilih dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada pemangku kepentingan di PT. Fast Food Indonesia Tbk Kota Bandung dengan alasan mereka merupakan informan yang terkait dengan bahasan yang akan diteliti.

3.2.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Peneliti mengambil lokasi di PT. Fast Food Indonesia Tbk Kota Bandung atau biasa dikenal KFC (Kentucky Fried Chicken). Di Jawa Barat, khususnya Kota Bandung, kegiatan operasional dan pengelolaan administrasinya berada di Jl. Pajajaran No. 65, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, 40172. Sedangkan penelitian ini diperkirakan akan berlangsung mulai bulan Januari hingga Juli 2024 dengan rincian jadwal penelitian sebagai berikut :

Tabel 3. 6
Jadwal Penelitian

No	Uraian	Bulan (Waktu Perminggu)																											
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		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
1.	Penyusunan Proposal																												
2.	Seminar Proposal																												
3.	Perbaikan Proposal																												
4.	Pengumpulan Data																												
5.	Pengolahan dan Analisis Data																												
6.	Penulisan Laporan Hasil Penelitian																												

Sumber : Peneliti (2024)