

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. GoPay

Gopay adalah dompet digital atau dompet virtual berupa saldo Gojek dan dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan gojek. Dikeluarkan oleh PT. Dompet Anak Bangsa yang terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia, yang memiliki fungsi sama dengan uang tunai yang bisa digunakan sebagai instrumen pembayaran yang sah, nilainya setara dengan nilai uang tunai yang didepositkan terlebih dahulu pada akun Gopay. (Ferdiana, 2019).

Gambar 1.1 menunjukan logo pada perusahaan Gojek yang digunakan sampai pada saat ini yaitu tahun 2022.



Gambar 1.1 Logo GoPay

Sumber : Web Resmi Gojek (2021)

Gopay diluncurkan pertengahan 2016 dengan cara Gojek mengakuisisi platform E-Money Ponselpay. Sebab, Bank Indonesia belum menerbitkan izin e- money untuk provider (penyedia) baru saat itu. Pada awalnya digunakan hanya sebagai fitur tambahan untuk pembayaran berbagai fitur Gojek Lainnya. Pada tahun 2017 Gopay resmi menjadi platform electronic money (E-money) dengan menambah fitur Transfer (Mengirim uang), Receive (Menerima Uang), dan Withdraw (Menarik uang ke Rekening Bank). Prosesnya dilakukan secara berangsur – angsur dan saat itu baru tersedia untuk sebagian pengguna.

Hambatan pun dihadapi Gojek saat Gopay telah diluncurkan, tantangan terbesar Gopay adalah dari sisi internal. Sempat ada resistensi dari pihak mitra pengemudi

karena mereka terbiasa memegang uang tunai dan mengeluhkan lambatnya pencairan dana untuk transaksi yang menggunakan Gopay..

Gopay merupakan salah satu produk fintech dari Gojek berbentuk aplikasi *e-wallet*. Gopay digunakan untuk membayar layanan dan produk yang dapat diakses oleh aplikasi Gojek seperti GoRide, GoCar, GoFood, GoBills, GoClean, GoGive dan layanan yang lainnya; atau untuk membayar layanan atau produk melalui perusahaan dan/atau pihak yang lain seperti pembayaran reksa dana pada aplikasi Bibit (Bibit, 2019).

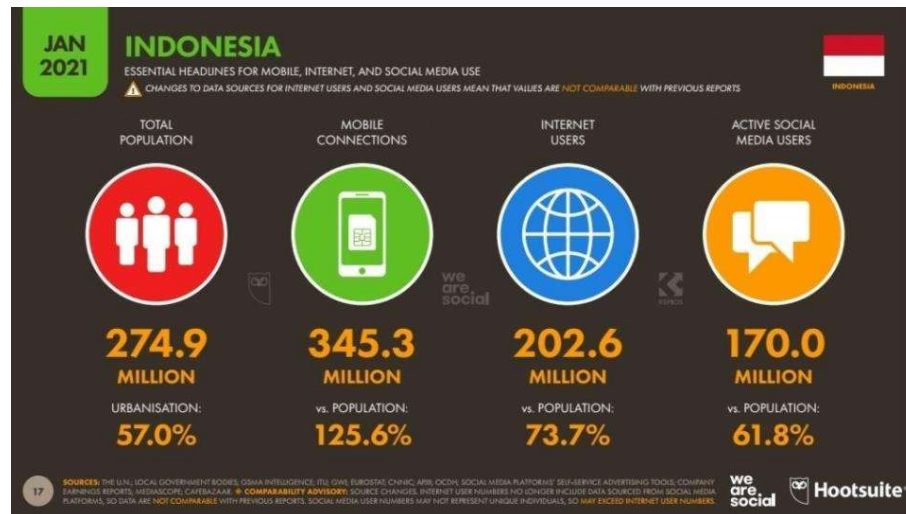
1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi saat ini merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari. Teknologi akan terus berkembang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi telah memberikan banyak kemudahan, dan cara baru dalam melakukan berbagai aktivitas. Teknologi informasi seperti internet merupakan hal yang dibutuhkan oleh manusia di era globalisasi ini. Saat ini, internet merupakan media jaringan virtual yang dapat terhubung dan digunakan di berbagai perangkat. Ini memungkinkan pengguna untuk mengirim, menerima, mengumpulkan, menyimpan, memperbarui, menghapus, dan banyak operasi data lainnya di seluruh dunia. Penggunaan internet memperluas batasnya setiap hari, karena pertumbuhan teknologi sangat besar. Beberapa penggunaan utama internet adalah e-commerce, e-learning, berbagi pengetahuan, konektivitas sosial, berbagai media, transfer file, komunikasi, dan sebagainya (Sathyanarayanan, 2020).

Hal ini telah menjadi salah satu pendorong utama evolusi sosial (Dentzel, 2021). Menurut Data Digital 2021 oleh We Are Social Hootsuite 2021, pengguna internet di dunia sudah mencapai 4,5 Milyar pengguna yang berarti hampir 60% dari populasi di bumi telah mengakses jaringan internet. Di Indonesia perkembangan teknologi informasi juga semakin berkembang dan banyak orang yang menggunakan internet di kehidupan sehari-hari. Dengan membaiknya

infrastruktur di Indonesia, negara ini kini menghadirkan banyak peluang untuk teknologi informasi, terutama e-commerce dan fintech, di antara negara-negara

berkembang lainnya di kawasan Asia (hootsuite.com, 2021). Dapat dilihat pada gambar 1.2 yaitu jumlah total penggunaan internet tahun 2021.



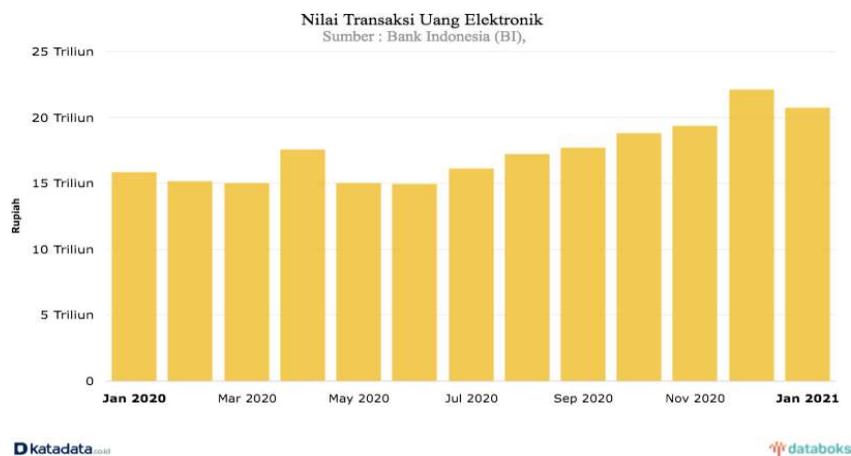
Gambar 1.2 Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber : We Are Social (2021)

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa penggunaan internet di Indonesia terhitung hingga Januari 2021 mencapai 202,6 juta pengguna atau sekitar 73,7% dari populasi warga Indonesia yang menggunakan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat 27 juta di antara tahun 2020 dan 2021. Dengan 170 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2021. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat 10 juta di antara tahun 2020 dan 2021. Dengan adanya data tersebut penggunaan internet akan terus meningkat tidak hanya di Indonesia tapi di seluruh dunia. Di era sekarang ini internet tidak hanya digunakan untuk akses hiburan tapi bisa digunakan juga untuk akses finansial seperti mengatur keuangan, melakukan transaksi dan melakukan pinjaman online serta untuk belanja online.

Seiring dengan pertumbuhan teknologi, sistem pembayaran juga mengalami evolusi. Mekanisme pembayaran dituntut untuk selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal perpindahan dana secara cepat, aman dan efisien, maka inovasi-inovasi teknologi pembayaran semakin bermunculan dengan sangat pesat untuk memberikan jawaban dengan berbagai fasilitas kemudahan dan

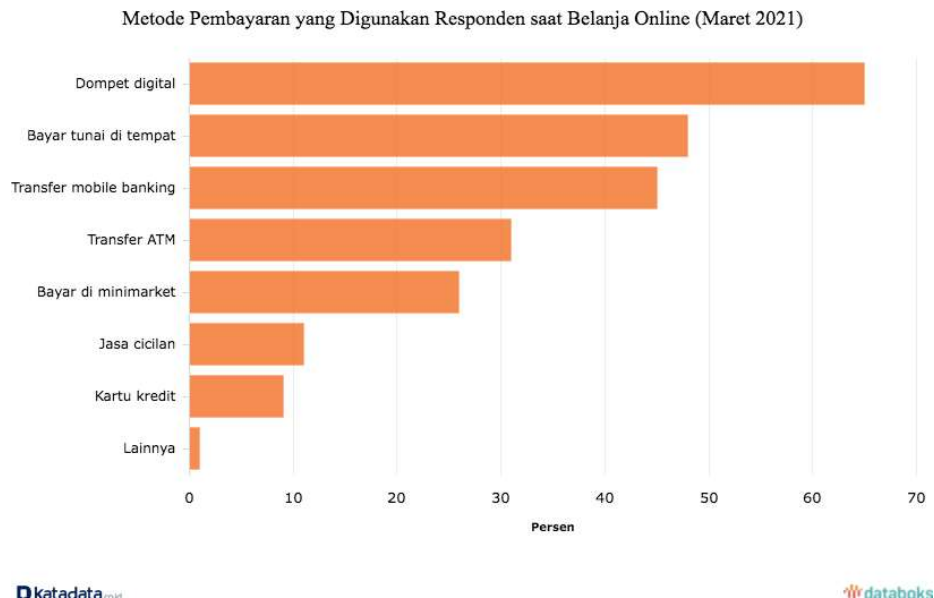
semakin tiada batas. Pembayaran merupakan komponen penting dalam setiap aktivitas transaksi perdagangan baik barang maupun jasa. Keberhasilan sistem pembayaran dapat mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Adapun nilai transaksi uang elektronik dari tahun ke tahun dalam Gambar 1.3, sebagai berikut:



Gambar 1.3 Nilai Transaksi Uang Elektronik

Sumber : Bank Indonesia (BI), (2021)

Menurut data dari Bank Indonesia (BI) dari gambar 1.4 mencatat nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 20,7 triliun pada Januari 2021. Jumlah tersebut meningkat 30,7% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya sebesar Rp 15,9 triliun. Transaksi uang elektronik tercatat tak mengalami penurunan selama pandemi virus corona Covid-19. Nilainya justru naik 41,2% menjadi Rp 204,9 triliun pada 2020. Artinya, uang jenis ini semakin diminati masyarakat Indonesia untuk bertransaksi di masa pandemi, berbeda dengan kartu kredit dan debit. (Katadata, 2021). Pada Gambar 1.4 Menunjukkan metode pembayaran yang sering digunakan saat belanja online.



Gambar 1.4 Metode Pembayaran Belanja Online Favorite

Sumber : ShopBack, (2021)

Hasil survei ShopBack menunjukkan, 65% konsumen di Indonesia menggunakan dompet digital atau *e-wallet* untuk melakukan pembayaran ketika belanja daring. Persentase tersebut menjadi yang tertinggi dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. ShopBack melakukan survei ini terhadap

2.025 responden pada 8-10 Maret 2021. Para responden merupakan pengguna e-commerce berusia 18-55 tahun di Indonesia. Uang elektronik adalah uang yang digunakan dalam transaksi non tunai. Transaksi uang elektronik membutuhkan koneksi internet agar transaksi dapat dilakukan. Uang elektronik disimpan dalam suatu media elektronis yang disebut dengan electronic wallet (*E-Wallet*).

Ranah penyimpanan digital atau dikenal dengan istilah *e-wallet* ini mulai populer di Indonesia sejak tahun 2017. Sejak saat itu hingga kini perusahaan penyedia layanan penyimpanan digital telah mencapai 38 perusahaan resmi yang mendapat linsensi dari Bank Indonesia. Persaingan semakin meningkat yang dapat terlihat dari poster, baliho, banner, billboard yang beragam mengenai diskon dan cashback dari platform penyedia pembayaran elektronik di gerai – gerai makanan, minuman, pakaian, dsb. (Anggraeni , 2019). Merujuk sosialisasi GNNT oleh Bank Indonesia, transaksi pembayaran elektronik memiliki beberapa keuntungan. Yaitu,

Masyarakat tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar saat ini. Berikut pada tabel 1.1 merupakan hasil volume transaksi pembayaran elektronik dari tahun ke tahun.

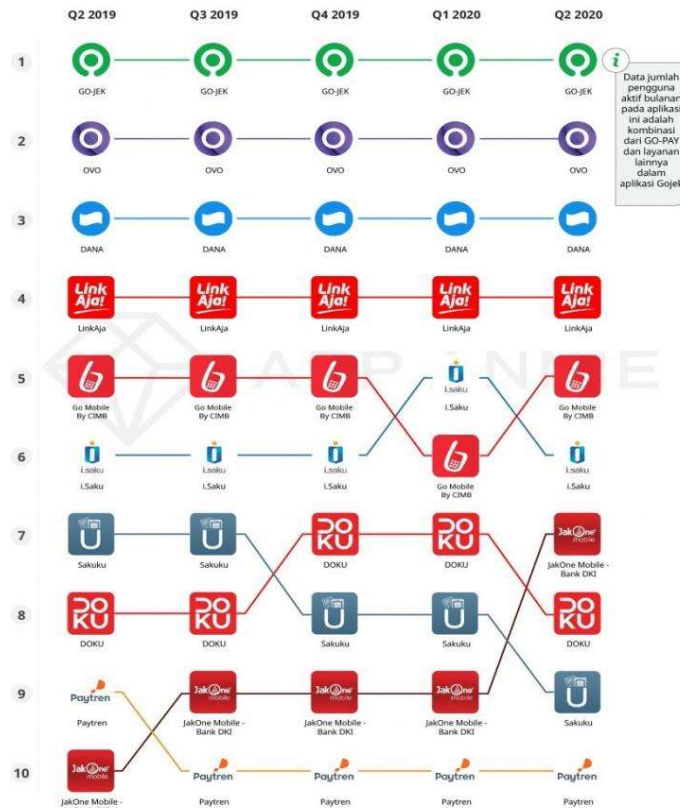
Tabel 1.1 Volume Transaksi Pembayaran Elektronik

Periode	2017	2018	2019	2020	2021
Volume	943,319,933	2,922,698,905	5,226,699,919	4,625,703,561	470,906,025
Nominal	12,375,468.72	47,198,616.11	145,165,467.60	204,909,170	27,637,429.7

Sumber: Bank Indonesia (2021)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa saat ini masyarakat menyadari eksistensi *e-wallet* karena volume transaksi elektronik meningkat drastis. *E-wallet* yang menjadi wadah untuk menyimpan uang elektronik yang biasa digunakan untuk membayar jasa angkutan online, pinjaman online, dan membeli produk pada platform – platform pasar digital.

Menurut riset yang dilakukan iPrice Group dalam merangkum perkembangan layanan mobile payment di Indonesia hingga kuartal kedua 2019 berdasarkan jumlah download dan pengguna aktif bulanan di Android dan iOS. Berikut daftar teratas aplikasi mobile payment yang menguasai pasar pembayaran digital di Indonesia pada Gambar 1.5, sebagai berikut :



Gambar 1.5 Grafik Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia

Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan Tahun 2019-2020

Sumber : iPrice dan App Anie

Seperti yang terlihat pada infografik Gambar 1.5, GoPay merupakan salah satu pelaku bisnis pembayaran digital dengan pengguna terbesar di Indonesia versi riset iPrice Group. GoPay saat ini menjadi salah satu dompet digital dengan pengguna aktif terbanyak di posisi pertama sebelum OVO, Dana, LinkAja. GoPay adalah salah satu layanan yang disediakan di aplikasi Gojek. Dari kuartal kedua tahun 2019 hingga kuartal kedua tahun 2020, berhasil menduduki peringkat pertama sebagai *e-wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan tertinggi. Padahal data yang tersedia adalah total jumlah unduhan seluruh aplikasi Gojek sebagai pengguna aplikasi Gojek. Ini masih menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di platform Android dan iOS. GoPay juga dikenal sebagai dompet elektronik, jika pengguna baru hanya akan menggunakan dompet elektronik untuk transaksi, maka dompet elektronik akan dipilih terlebih dahulu. 60% responden mengatakan mereka

menggunakan GoPay sebagai *e-wallet* pertama mereka. Selain itu, GoPay memiliki pengguna organik terbanyak (54%), meskipun tidak ada promosi atau cash back, pengguna GoPay tetap menggunakan GoPay sebagai alat trading mereka (Devita, 2019). Ketatnya persaingan antar *e-wallet* di Indonesia membuat Gopay harus memperhatikan kembali sistem operasi layanannya guna dapat bertahan diantara ketatnya persaingan yang sengit. Dimana, *service operation management* mencatat bahwa terdapat beberapa faktor untuk meningkatkan sistem operasi layanannya dalam sebuah perusahaan. (Bordoloi et al., 2019). Dengan menggunakan manajemen operasional dapat membantu meningkatkan eksistensi perusahaan dalam layanannya, juga membantu untuk mencapai tujuan perusahaan dengan dukungan teknologi (Bordoloi et al., 2019). Manajemen operasi berfokus pada kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa pelanggan mendapatkan nilai layanan terbaik untuk mengantisipasi kegagalan operasional yang dapat memengaruhi memenuhi kebutuhan pelanggan (Heizer et al., 2017).

Dalam penelitian ini, fokus yang akan diambil yakni *service operation*, *service operation* bertujuan untuk memastikan teknologi yang digunakan dapat memberikan layanan dan dukungan operasional secara efektif dan efisien terhadap perusahaan. Selain itu pada *service operation* dapat menilai atau manfaat dari layanan teknologi yang ditawarkan (Heizer et al., 2017). Teknologi memiliki fungsi bagi perusahaan, yaitu untuk fungsi operasional. Dalam kegiatan operasional, teknologi memegang peran sangat penting dalam mendukung proses bisnis dalam meningkatkan layanan perusahaan. Teknologi dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan (Fitzsimmons et al., 2019). Selain itu, *service operations management* menyediakan cara untuk mengukur dan mengevaluasi kemajuan perusahaan dalam pengembangan sistem operasi layanan pada perusahaan (Bordoloi et al., 2019). Adopsi teknologi memungkinkan perusahaan bisa lebih efisien dan efektif dalam proses bisnis yang dilakukan oleh perusahaan guna meningkatkan sistem operasi layanannya (Barbosa et al., 2021). Salah satu model penerimaan teknologi adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* atau UTAUT. UTAUT dikembangkan kembali menjadi *Unified*

Theory of Acceptance and Use of Technology atau UTAUT2 oleh Venkatesh (Venkatesh et al., 2012).

UTAUT 2 biasa digunakan untuk mengukur adopsi teknologi, sehingga pada penelitian ini UTAUT 2 digunakan untuk meneliti adopsi teknologi yang hasilnya diharapkan memberikan wawasan agar kegiatan operasi perusahaan berfokus pada kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa pelanggan mendapatkan nilai layanan terbaik untuk mengantisipasi kegagalan operasional yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Beberapa penelitian yang menggunakan UTAUT 2 di area manajemen operasional adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahmadani dan Susanto (2021) mengenai adopsi teknologi dalam menganalisis penggunaan uang elektronik, Sutanto et al., (2018) mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna SIPKD, Almunawar et al. (2020) mengenai faktor-faktor penerimaan pelanggan terhadap *ride-hailing* di Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini berjudul **“ANALISIS MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET* GOPAY DENGAN PENDEKATAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2* (UTAUT 2)”**.

1.3. Perumusan Masalah

Pertumbuhan perkembangan teknologi berbanding lurus dengan perkembangan gaya hidup masa kini. Dengan semakin luasnya informasi yang di dapatkan dari berbagai media baik cetak maupun elektronik, membuat perkembangan gaya hidup masyarakat sekarang ini sangat membutuhkan akses informasi yang cepat untuk mengakomodir kebutuhan informasi mereka. Saat ini perkembangan teknologi di dunia terutama internet sangatlah berkembang pesat dan membantu kehidupan kita sekarang ini. Internet adalah salah satu jembatan yang mempermudah kita untuk mencari tahu tentang sebuah informasi apapun, kapanpun dan dimanapun. Sehingga semua informasi didapatkan dengan cara yang sangat mudah dan tanpa mengharuskan kita untuk meninggalkan rumah (chapuracha, 2017).

Dari data-data yang sudah dijelaskan pada latar belakang, muncul berbagai fenomena seperti masih lambatnya pertumbuhan pengguna bertransaksi online di

Indonesia karena masih rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan online, adanya kesulitan masyarakat untuk menggunakannya, kurang mencari informasi dan kecenderungan akan kesulitan menggunakan teknologi tersebut. Sebagian besar masyarakat masih menganggap bertransaksi menggunakan ATM dan transaksi secara langsung lebih mudah dan aman. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model *unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT 2).

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan informasi dan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya pada latar belakang dan perumusan masalah diatas , maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang akan menjadi dasar serta batasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
4. Apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
5. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
6. Apakah *Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
7. Apakah *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
8. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
9. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?

10. Apakah *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
11. Apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
12. Apakah *Hedonic* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
13. Apakah *Habit* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay?
14. Bagaimana *importance rating* dan *performance rating* terhadap variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit* dan *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* Gopay?

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menjawab permasalahan dari fenomena yang sudah ada. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
2. Mengetahui apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
3. Mengetahui apakah *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
4. Mengetahui apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
5. Mengetahui apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
6. Mengetahui apakah *Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
7. Mengetahui apakah *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay

8. Mengetahui apakah *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
9. Mengetahui apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
10. Mengetahui apakah *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
11. Mengetahui apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
12. Mengetahui apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
13. Mengetahui apakah *Habit* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi *e-wallet* Gopay
14. Mengetahui *importance rating* dan *performance rating* terhadap variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit* dan *behavioral intention* pada pengguna *e-wallet* Gopay

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan kegunaan dan kebermafaatan dalam aspek teoritis untuk kalangan akademis dan aspek praktisi untuk kalangan praktisi.

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan dan memberikan pengetahuan untuk perusahaan Gojek dalam peningkatan sistem operasi layanannya pada *e-wallet* Gopay.

1.6.1. Aspek Praktisi

Penelitian ini dapat memberikan sebuah informasi serta saran untuk perusahaan Gojek dalam mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh pada minat penggunaannya yakni *performance expectancy*, *effort expentancy*, *social influence*, *faciliating condition*, *hedonic motivation*, dan *habit* untuk meningkatkan sistem operasi layanannya.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah pada layanan e-wallet Gopay. Yang berfokus untuk meneliti minat penggunaan e-wallet Gopay dengan pendekatan model pendekatan UTAUT2.

1.8. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan menjelaskan mengenai garis besar dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan menguraikan hasil tersebut secara sistematis.

Terdapat sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut, yaitu:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan ambaran umum objek penelitian, latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, pertanyaan masalah, tujuan penelitian serta manfaat dari penelitian yang dilakukan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan pustaka yang digunakan peneliti, yakni teori-teori yang terkait dengan penelitian, kerangka pemikiran penelitian, dan hipotesis penelitian. Pada bab ini membahas teori-teori yang berkaitan serta relevan mengenai uang elektronik serta pembahasan teori mengenai pemodelan yang digunakan pada penelitian ini yaitu UTAUT2.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, seperti karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini di uraikan mengenai hasil dari data pada penelitian ini dan analisis data dari data yang telah didapatkan dengan menggunakan metode yang ditetapkan sebelumnya. Ada beberapa pembahasan pada bab ini yaitu: karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN

Bab ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan hasil penelitian beserta saran. Pada kesimpulan akan dijabarkan mengenai penafsiran serta makna dari hasil analisis penelitian yang dilakukan, kesimpulan akan menjawab pertanyaan 10 penelitian. Serta untuk saran akan dijabarkan sebagai masukan untuk perusahaan atau objek yang diteliti dan saran untuk peneliti selanjutnya.