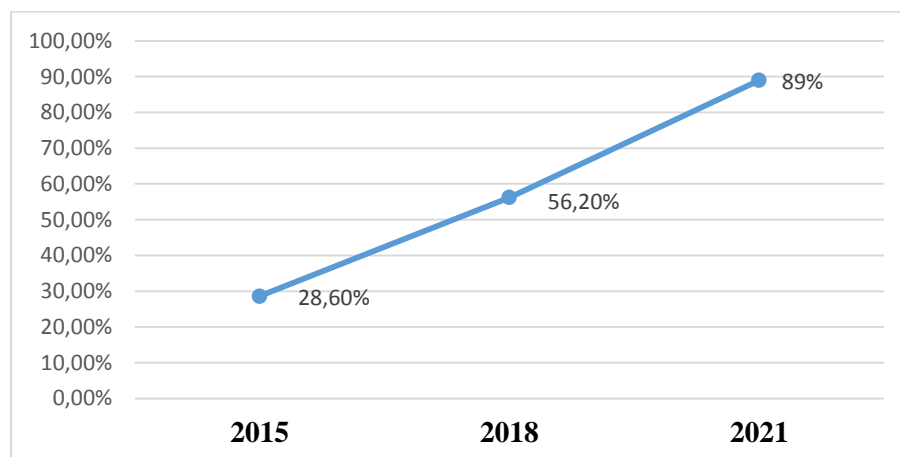


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di industri 4.0 saat ini, semakin berkembangnya ilmu pengetahuan maka bidang telekomunikasi akan mengalami kemajuan yang cukup besar dan semakin kompleksnya perkembangan usaha diwarnai berbagai macam persaingan di segala bidang. (Wicaksono, *et al.* 2017). Salah satu bidang telekomunikasi yang mengalami kemajuan yaitu *smartphone*. Penggunaan *smartphone* kian hari semakin meningkat seiring dengan peningkatan infrastruktur akses internet ke seluruh wilayah Indonesia. Selain itu, harga *smartphone* yang semakin terjangkau dan menjadi *trend* membuat penggunaan *smartphone* menjangkau sampai pelosok nusantara. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar ke empat di dunia, menjadi pangsa pasar *smartphone* yang potensial bagi produsen *smartphone*, seluruh merek ternama dunia bersaing sengit merebut pasar *smartphone* yang besar di Indonesia. Oleh karena itu, produsen *smartphone* perlu meningkatkan *spek/fitur*, menekan harga atau meningkatkan kualitas agar dapat mempertahankan minat beli konsumen. Retnowulan, (2017).



Sumber : Diolah Penulis, 2021

Grafik 1.1
Persentase Pengguna Smartphone di Indonesia

Grafik 1.1 Menunjukkan pengguna *smartphone* di Indonesia diprediksi akan terus mengalami kenaikan. Pada tahun 2015 hanya terdapat 28,6% populasi di

Indonesia yang menggunakan *smartphone*. Seiring berjalannya waktu, harga dari *smartphone* semakin terjangkau sehingga pengguna dari *smartphone* semakin meningkat. Di tahun 2018, meningkat sebanyak 56,2% populasi yang telah menggunakan *smartphone*.

Perusahaan *smartphone* di awal masa pandemi *Covid-19* ini banyak yang mengalami penurunan, karena banyak produk *smartphone* yang mengalami penurunan penjualan. Namun, seiring berjalannya waktu disertai dengan adanya pandemi *Covid-19* penjualan *smartphone* mengalami kenaikan, karena banyak kegiatan perusahaan, sekolah dan bisnis yang dilakukan dari rumah atau *Work From Home (WFH)*. Di lansir dari laman www.mediaindonesia.com, menurut Kemenkoninfo saat ini ada sebanyak 89% penduduk di Indonesia yang menggunakan *smartphone* untuk membantu menyelesaikan kegiatannya seperti sekolah daring. Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan *smartphone* dalam kehidupannya, maka perusahaan *smartphone* perlu lebih meningkatkan kualitas dari produk yang dijualnya, hal tersebut dimaksudkan agar minat beli dari konsumen seperti mengeluarkan produk dengan kualitas yang lebih baik namun dengan harga yang lebih terjangkau.

Minat Beli Menurut Duriyanto (2013:58), mengungkapkan bahwa minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk, contohnya adalah harga, cara membeli dan kelemahan serta keunggulan produk dibanding merek lain.

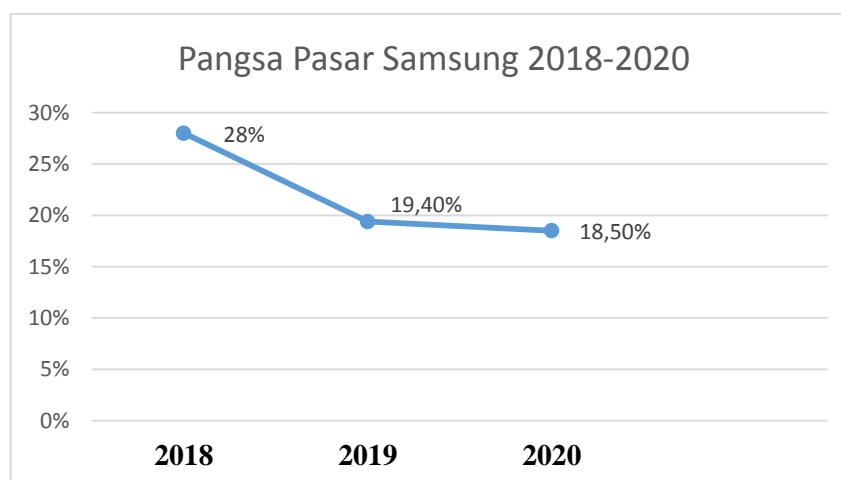
Saat ini banyak merek *smartphone* ternama masuk ke Indonesia dengan beragam spesifikasi dan merek yang paling terkenal, dan produk yang paling dikenal dan banyak digunakan salah satunya Samsung. Samsung merupakan *smartphone* yang citra mereknya sudah dikenal oleh masyarakat sejak lama. Namun seiring dengan banyak masuknya merek *smartphone* dari produsen China maka posisi *smartphone* Samsung di Indonesia mengalami fluktuasi penjualan yang cukup drastis.

Tabel 1.1
Vendor Ponsel di Indonesia Kuartal II-2020

No	Indonesia Smartphone Shipment Market Share (%)	Q2 2019	Q2 2020
1	VIVO	7.8%	21.2%
2	OPPO	17.5%	20.6%
3	SAMSUNG	27.0%	19.6%
4	XIAOMI	21.9%	17.9%
4	REALME	7.6%	13.6%
5	OTHERS	18.3%	7.1%
TOTAL		100%	100%

Sumber: counterpoint, Diolah Penulis, 2021

Tabel 1.1 Menunjukkan bahwa vendor ponsel *smartphone* di Indonesia kuartal II-2020 adalah Vivo sebesar 21,2% kemudian Oppo 20,6%. Vivo mengalami peningkatan pangsa pasar yang signifikan dari 7,8% menjadi 21,2% pada kuartal II-2020. Sementara Samsung mengalami penurunan dibandingkan pada kuartal yang sama tahun lalu, yakni dari 27% menjadi 19,6%. Selanjutnya, Xiaomi berada di posisi keempat dengan pertumbuhan jumlah *smartphone* hingga 17,9%, sebagaimana dikutip Kompas Tekno dari Gizchina, Senin (7/9/2020). Adapun data Pangsa Pasar *Smartphone* Samsung di Indonesia sebagai berikut:



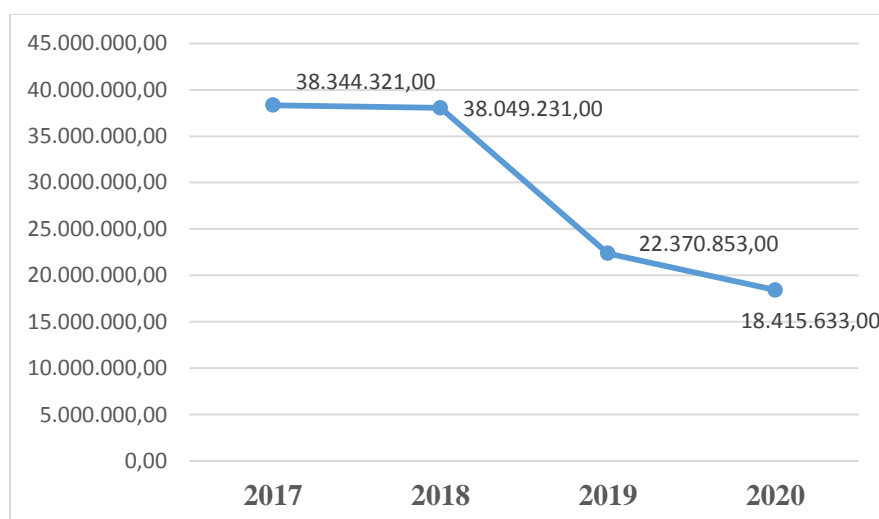
Sumber : Diolah Penulis, 2021

Grafik 1.2
Pangsa Pasar Samsung 2018-2020

Grafik 1.2 Menunjukkan bahwa pangsa pasar *smartphone* samsung turun pada tahun 2020 turun dengan jumlah pangsa pasar sebesar 18,5% saja. Penjualan perangkat Redmi yang kuat di pasar internasional dan fokus pada saluran *online*

yang agresif membuat penjualan Xiaomi lebih baik dari yang diperkirakan. Penyebab jatuhnya penjualan *smartphone* secara global adalah penyebaran virus Covid-19 yang membuat permintaan turun karena pengguna berhenti belanja produk *smartphone* sama halnya seperti di Indonesia. Kemudian, menurut data yang dirilis International Data Corporation (IDC) Indonesia tahun 2018, Samsung masih memimpin pasar *smartphone* di Indonesia. Namun pada tahun 2019 penguasaan pangsa pasar dipegang oleh OPPO sebesar 26,2% dan VIVO 22,8% dan Samsung hanya 19,4%. Namun, jika dilihat kembali ke tahun 2018, Samsung lebih unggul dengan memperoleh angka 28%. Penurunan ini dikarenakan Samsung terlalu cepat meluncurkan produk baru dengan spek yang tidak jauh berbeda dengan yang sebelumnya sementara harga yang ditawarkan terlalu tinggi. (Sumber: www.suara.com / diakses pada 30 Maret 2021).

PT. Samsung *Electronics* Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan dari Samsung *Electronics*. Samsung memproduksi peralatan elektronik seperti TV, kalkulator, kulkas, pendingin ruangan, mesin cuci dan juga *smartphone*. Berikut adalah data penjualan *smartphone* Samsung *Electronics*:



Sumber : Lap Keuangan, Diolah Penulis, 2021

Grafik 1.3
Penjualan *Smartphone* Samsung

Grafik 1.3 Menunjukkan bahwa penjualan *smartphone* Samsung pada tahun 2017 hingga 2020 tidak stabil, pada tahun 2018 mengalami penurunan penjualan sebesar 38,049,231 juta USD, lalu pada tahun 2019 mengalami penurunan yang

sangat drastis sebesar 18,415,633 juta USD dan di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 22,370,853 juta USD. Tahun 2019 mengalami penurunan yang sangat drastis dikarenakan pada tahun 2019 terjadi penurunan minat beli konsumen terhadap *smartphone* Samsung Galaxy A50 dan banyak bermunculan produk baru seperti Vivo, Oppo dan Xiaomi yang memiliki kualitas tidak jauh berbeda dengan harga yang lebih murah. *Smartphone* Samsung Galaxy A50 merupakan *smartphone* yang memiliki kapasitas baterai 4000mAh, layar 6,4 inci yang dilengkapi dengan kamera depan 25MP dan kamera belakang 25+8+5MP dengan tingkat densitas piksel sebesar 403ppi dan tampilan resolusi sebesar 1080x2340pixels. *Smartphone* ini dilengkapi pula dengan RAM 4GB dan 6GB, memori internal 64GB dan 128GB dan *fingerprint* sensor di layar *smartphone*.

Berdasarkan fenomena yang ada untuk memperkuat penelitian, maka penulis melakukan prasurvey kepada 30 pengguna *smartphone* Samsung A50 di Kota Bandung, berikut hasil prasurvey yang dilakukan:

Tabel 1.2
Prasurvey Variabel Minat Beli Konsumen

No.	INDIKATOR	PERNYATAAN	S	CS	TS	TOTAL RESPONDEN
1.	Minat referensial	Saya akan mereferensikan Samsung Galaxy A50 kepada orang lain	16,6%	26,7%	56,7%	30
2.	Minat prefensial	Saya akan memilih Samsung Galaxy A50 karena sesuai dengan kebutuhan saya	23,3%	10%	66,7%	30
3.	Minat eksploratif	Saya akan mencari informasi mengenai Samsung Galaxy A50 sebelum membeli	23,4%	33,3%	43,3%	30

4.	Minat Transaksional	Saya akan memilih Samsung Galaxy A50 karena banyak yang menggunakan produk tersebut	23,3%	26,7%	50%	30
----	---------------------	---	-------	-------	-----	----

Sumber : Diolah Penulis, 2021

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden, maka dapat dilihat bahwa menurunnya minat beli konsumen terhadap produk Samsung Galaxy A50 dikarenakan spesifikasi dari *smartphone* tidak sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan “Saya memilih Samsung Galaxy A50 karena sesuai dengan kebutuhan saya” yang memperoleh tanggapan “Tidak Setuju” dengan hasil persentase 66,7% yang artinya konsumen membeli produk Samsung Galaxy A50 bukan karena kebutuhan.

Smartphone pada zaman ini berkembang sangat pesat dari tahun ke tahunnya mulai dari fitur, desain hingga kualitas produk itu sendiri, hal tersebut karena *smartphone* adalah hal yang penting bagi masyarakat untuk melakukan aktivitasnya sehari-hari. Berbagai macam model *smartphone* yang beredar di pasaran membuat perusahaan dituntut untuk mengeluarkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan penggunanya oleh karena itu perusahaan berusaha semaksimal mungkin untuk membuat produk yang inovatif dan kreatif dalam mengembangkan produknya agar dapat bersaing dengan kompetitor sejenisnya.

Menurut Oentoro, (2012). Kualitas produk adalah satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk, dimana kualitas produk tersebut menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi-fungsi tertentu. Kualitas produk dapat dicerminkan dari berbagai aspek dan beragam perspektif penilaian sehingga produk tersebut baik berupa barang ataupun jasa dapat dikatakan berkualitas. Terdapat tujuh indikator kualitas produk yaitu kinerja, fitur, reliabilitas, kesesuaian, ketahanan, pelayanan, estetika, dan respon.

Tabel 1.3
Kasus Samsung Galaxy A50 di Indonesia

No.	Judul Berita	Penulis	Kesimpulan	Link
1.	Baru 6 bulan dijual, produk galaxy a50 di Indonesia di berhentikan	Techinasia 11/09/2019	Produk samsung galaxy a50 baru dipasarkan 6 bulan telah ditarik dari official store, karena terjadi kecacatan dalam produksi.	https://tekno.kompas.com/read/2019/09/11/18250047/baru-6-bulan-dijual-produksi-galaxy-a50-di-indonesia-sudah-dihentikan
2.	Waspada update samsung galaxy a50 bermasalah	Khoirunisa 18/11/2019	Pengguna galaxy a50 ini mengalami masalah pada update firmware samsung kode A505FNXXS3ASK9 dan A505FDSD3ASK8, diklaim tidak bisa menambahkan sidik jari baru.	https://selular.id/2019/11/waspada-update-samsung-galaxy-a50-bermasalah/
3.	Update firmware, fingerprint samsung galaxy a50 bermasalah	Silfa Humairah Utami 17/11/2019	Pengguna yang melakukan update firmware 41% pengguna mengalami masalah, sidik jari yang tidak berfungsi seperti biasanya.	https://www.suara.com/teknologi/2019/11/17/163000/update-firmware-fingerprint-samsung-galaxy-a50-bermasalah
4.	Masalah sinyal jaringan di samsung galaxy a50	Sepatan Tekno 08/08/2019	Pengguna mengalami masalah dalam jaringan internet data kartu dan wifi yang tiba-tiba terjadi disconnect tanpa sebab mengakibatkan pengguna merasa terganggu.	https://sepatantekno.blogspot.com/2019/08/masalah-sinyal-jaringan-di-samsung-a50.html

Sumber: Diolah Penulis, 2021

Tabel 1.3 Menunjukkan kasus galaxy a50 di Indonesia Produk Samsung tidak sesuai antara kualitas produk dengan harga yang ditawarkan. Produsen Samsung cenderung lebih mahal dibandingkan dengan produk lain yang mempunyai

spesifikasi yang sama, Samsung resmi merilis Galaxy A50 di Indonesia pada Maret 2019 dan ditawarkan dengan harga mulai dari Rp 3,799.000. Dikutip dari halaman resmi Samsung dan berbagai sumber, produk Samsung A50 baru 6 bulan dijual mengalami berbagai permasalahan seperti pada tabel 1.3, produksi perangkat tersebut kini telah dihentikan. *Product Marketing Manager* Samsung Indonesia mengonfirmasi langsung kabar ini ketika ditemui di acara *Experience Galaxy A50s* di Jakarta, Rabu (11/9/2019). Ia tidak menyebutkan kapan tepatnya produksi Galaxy A50 distop. Penyetopan produksi ini dikarenakan adanya beberapa masalah yang terjadi pada *smartphone* tersebut.

Berdasarkan fenomena yang ada untuk memperkuat penelitian, maka penulis melakukan prasurvey kepada 30 pengguna *smartphone* Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung berikut hasil prasurvey yang dilakukan:

Tabel 1.4
Prasurvey Variabel Kualitas Produk

No.	INDIKATOR	PERNYATAAN	S	CS	TS	TOTAL RESPONDEN
1.	Kinerja produk	Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena prosesor yang diberikan Samsung a50	13,3%	30%	56,7%	30
2.	Ciri-ciri produk	Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena spesifikasi yang di tawarkan (RAM yang besar yaitu 4GB dan 6GB, triple kamera yang ditawarkan, dan baterai 4000 mAh)	6,7%	43,3%	50%	30
3.	Kehandalan	Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena	23,3%	26,7%	50%	30

		kamera yang bagus dan baterai yang tahan lama				
4.	Kesesuaian produk	Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena kualitas yang ditawarkan sesuai dengan yang saya inginkan	20%	26,7%	53,3%	30
5.	Daya tahan produk	Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena memiliki kemampuan tidak recharge selama seharian	16,7%	23,3%	60%	30
6.	Kualitas yang dipresepsikan	Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi saya	10%	43,3%	46,7%	30
7.	Kemampuan melayani	Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena prosesor yang mampu bekerja dengan cepat ketika menggunakan <i>smartphone</i>	16,7%	33,3%	50%	30

Sumber : Diolah Penulis, 2021

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden mengenai variabel kualitas produk, maka dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen menjawab tidak setuju pada pernyataan “Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena memiliki kemampuan tidak recharge selama seharian” dengan hasil persentase 60% yang menjawab tidak setuju, artinya

bahwa konsumen membeli Samsung Galaxy A50 karena memiliki spesifikasi lain yang lebih menarik.

Harga yaitu suatu pengorbanan ekonomis yang dilakukan oleh pelanggan untuk memperoleh suatu barang atau jasa Sari, (2012). Menurut Kotler dan Amstrong dalam Wiratama (2012) harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Persepsi harga adalah nilai relative yang dimiliki oleh suatu produk tertentu Ramli S, (2014).

Tabel 1.5
Prasurvey Variabel Persepsi Harga

No.	INDIKATOR	PERNYATAAN	S	CS	TS	TOTAL RESPONDEN
1.	Keterjangkauan harga	Harga Samsung Galaxy A50 yang sesuai dengan daya beli saya	16,7%	33,3%	50%	30
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga Samsung Galaxy A50 yang sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan	20%	30%	50%	30
3.	Daya saing harga	Harga Samsung Galaxy A50 yang ditawarkan kompetitif dengan harga <i>smartphone</i> lainnya	13,4%	33,3%	53,3%	30
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga Samsung Galaxy A50 yang sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan dan sesuai dengan kebutuhan saya	16,6%	36,7%	46,7%	30

Sumber : Diolah Penulis, 2021

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden mengenai persepsi harga, maka dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen menjawab tidak setuju pada pernyataan “Harga Samsung Galaxy A50

yang ditawarkan kompetitif dengan harga *smartphone* lainnya” dengan hasil persentase 53,3% yang menjawab tidak setuju, artinya bahwa harga yang ditawarkan oleh Samsung tidak kompetitif jika dibandingkan dengan produk lain.

Kualitas produk dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Joel, *et al* (2014), Retnowulan (2017), Susanti (2017), Prakarsa (2020) dan Idris, *et al* (2020). Sementara persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prawira, *et al* (2014), Retnowulan (2017), Umar W, *et al* (2017) dan Prakarsa (2020).

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan oleh penulis diatas maka dapat disimpulkan bahwa masalah yang terjadi yaitu *smartphone* Samsung Galaxy A50, yang dimana permasalahan tersebut rendahnya minat beli konsumen terlihat dari tabel 1.1 dan grafik 1.2 dimana *smartphone* samsung mengalami penurunan penjualan dibandingkan kompetitor selama tiga tahun kebelakang yang merupakan hasil data kuesioner awal minat beli konsumen pada pernyataan “Saya memilih Samsung Galaxy A50 karena sesuai dengan kebutuhan saya” yang memperoleh tanggapan tidak setuju, sebanyak 66,7% responden yang artinya konsumen membeli produk Samsung Galaxy A50 bukan karena kebutuhan tapi ada faktor lainnya, pada kualitas produk adanya kasus samsung galaxy a50 pada tabel 1.3 yang mengalami beberapa permasalahan pada produksi perangkat tersebut padahal *smartphone* Samsung ini sudah dijual konsumen didukung oleh data kuesioner kualitas produk pada pernyataan “Saya tertarik untuk membeli Samsung Galaxy A50 karena memiliki kemampuan tidak recharge selama seharian” dengan hasil 60% responden yang menjawab tidak setuju, artinya bahwa konsumen membeli Samsung Galaxy A50 karena memiliki spesifikasi lain yang lebih menarik, pada persepsi harga dengan harga yang ditawarkan sekitar Rp. 3,799.000 ini masih menjadi pertimbangan bagi konsumen didukung oleh data kuesioner pada pernyataan “Harga Samsung Galaxy A50 yang ditawarkan kompetitif dengan harga *smartphone* lainnya” dengan hasil 53,3% responden yang menjawab tidak setuju terhadap *smartphone* Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung yang diakibatkan oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk yang

diberikan dan persepsi harga yang ditawarkan tidak sesuai, sehingga membuat minat beli konsumen terhadap produk Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung menurun. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul.

“Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Samsung Galaxy A50 Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Di Kota Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang masalah maka peneliti merumuskan permasalahan untuk diteliti lebih lanjut yaitu :

1. Bagaimana gambaran kualitas produk, persepsi harga dan minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh persepsi harga dan minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan juga sebagai acuan untuk penelitian yang selanjutnya. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran responden mengenai kualitas produk, persepsi harga dan minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya mengenai topik yang sama yaitu kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen Samsung Galaxy A50 di Kota Bandung. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pembaca mengenai elemen-elemen dari beberapa variabel yang diambil seperti elemen-elemen dari kualitas produk, persepsi harga dan minat beli konsumen.

2. Manfaat Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara lebih mendalam dan terperinci bagi pihak-pihak terkait dan diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis memilih Kota Bandung sebagai lokasi penelitian sesuai dengan judul dan waktu penelitian yang akan dilakukan terhitung dari bulan Februari 2021 sampai dengan September 2021, namun tidak menutup kemungkinan waktu penelitian ini bisa lebih cepat atau lambat sesuai dengan kebutuhan yang peneliti perlukan.

Tabel 1.6
Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																																
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September				
		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	2	3	4	
1	Penentuan Judul	■	■	■	■	■																												
2	Penyusunan Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■														
3	Revisi Proposal									■	■		■					■	■	■														
4	Pengajuan Proposal																			■														
5	Seminar Usulan Proposal																			■														
6	Revisi Proposal																			■	■	■												
7	Pengelolaan Data																							■	■	■	■	■	■	■	■			
8	Sidang Skripsi																															■		
9	Revisi Sidang																																■	

Sumber: Diolah Penulis, 2021