

SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN *CUSTOMER
RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN BANJARISME APPAREL**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

MUHAMMAD IQBAL

NIM: 1710412610031



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CUSTOMER BONDING DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BANJARISME APPAREL

- A. Nama mahasiswa : Muhammad Iqbal
NIM : 1710412610031
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji :

a. Pembimbing

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
NIP. 197606132006041000


[.....]

b. Penguji I

Rizky Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 197604142001121003


[.....]

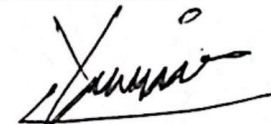
c. Penguji II

Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
NIP. 199211262019032026



[.....]

Banjarmasin, 23 September 2023


Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
NIP. 197606132006041000

Mengetahui
Dekan FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M. Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 31 bulan Mei tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2967/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 30 Mei 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 1710412610031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Bonding* dan *Customer Relationship Marketing* Terhadap loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel

Tempat Ujian : Ruang Sidang 2
Waktu Ujian : 09.00 Wita s.d Selesai
Nilai : (A) 80,6
Dinyatakan : Lulus/ ~~Tidak Lulus~~

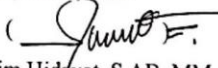
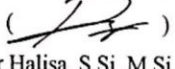

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 31 Mei 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Muhammad Iqbal

1. Ketua : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
()
2. Sekretaris : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
()
3. Anggota : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197514052001422001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2967/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara :

1. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
3. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 1710412610031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Bonding* dan *Customer Relationship Marketing* Terhadap loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 31 Mei 2023
J a m : 09.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang 2

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 30 Mei 2023

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah otentikasi secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

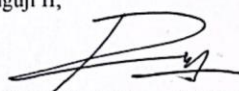
**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 1710412610031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Bonding dan Customer Relationship Marketing Terhadap loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel

Nama Penguji II : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang	Perkuat teori $X_1 - X_2$ dibentuk oleh	Ace
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	Update 7P Penelitian terdahulu yang sudah Kausalitas antar variabel belum kuat	Ace
3.	Metode Penelitian	Populasi \rightarrow Kriteria Teknik sampling sebaiknya	Ace
4.	Hasil dan Pembahasan	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Analisis tidak kuat Implikasi kurang kuat	Ace
5.	Lain-lain	Keterbatasan Lihat skripsi	Ace

Banjarmasin, 31 Mei 2023
Penguji II,


Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 1710412610031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Bonding dan Customer Relationship Marketing Terhadap loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel
Nama Penguji II : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang	Perkuat teori Y dibentuk oleh $X_1 - X_2$	Ace
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	update 7p penelitian terdahulu minat yg sohib kausalitas antar variabel belum kuat	Ace
3.	Metode Penelitian	populasi \rightarrow kriteria teknik sampling sesuaikan	Ace
4.	Hasil dan Pembahasan	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin analisis tidak kuat implikasi kurang kuat	Ace
5.	Lain-lain	keterbatasan lihat skripsi	Ace

Banjarmasin, 31 Mei 2023
Penguji II,


Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Muhammad Iqbal
NIM : 1710412610031
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Bonding dan Customer Relationship Marketing Terhadap loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel

Nama Penguji III : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

No.		Koreksi (Saran Perbaikan)	
1.	Latar Belakang	Peregas Justifikasi terkait variabel, lengkapi teori Jelaskan Maras	Acc
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	Cek teori pada buku, redaksi kutipan & Daftar Pustaka, Tabel penelitian Terdelu	Acc
3.	Metode Penelitian	Desain penelitian Perjelas.	Acc
4.	Hasil dan Pembahasan	Lengkapi karakteristik responden, Analisis Regresi lin. berganda, koef korelasi, $Abs R$, Mabelakita, keterbatasan penelitian.	Acc
5.	Lain-lain	Cek keseluruhan, typo, cover - Daftar Pustaka. cek kembali kutipan & Daftar Pustaka	Acc

Banjarmasin, 31 Mei 2023
Penguji III,

Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

PERSEMBAHAN

Yang utama dari segala Nya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas karunia serta kemudahan yang telah diberikan dan tak lupa juga shalawat serta salam selalu kita tuturkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya yang selama ini membesarkan dan mendidik saya dengan kesabaran dan keikhlasan, memberikan doa terbaik untuk anak nya, terutama untuk ibunda Alm. Sri Rahmawati semoga dapat bahagia dari sana melihat anak nya bisa sampai pada titik ini.

Terimakasih kepada seluruh civitas akademika FISIP ULM yang telah turut membimbing dan mempermudah segala urusan di perkuliahan

Terima kasih untuk kakak saya, telah banyak memberikan dukungan dan semangat.

Terima kasih kepada seseorang yang selalu memberikan arahan, dukungan dan motivasi yang membangkitkan semangat dalam perkuliahan.

Terakhir, terimakasih kepada seluruh teman-teman Sanggar Seni Demokrat, Himabi, Himaren dan seluruh tim Banjarisme Apparel untuk semua doa, support, saran, dan bantuan selama proses perkuliahan maupun dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu menjaga dan membalas kebaikan kalian. Amin.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan YME karena berkat limpahan Rahmat-Nya, penulis sampai saat ini masih diberikan bermacam kenikmatan tiada ternilai harganya. Doa tercurahkan kepada Tuhan YME. Atas izin dan kehendak Tuhan YME Penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Customer Bonding dan Customer Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel” Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam penulisan proposal skripsi ini.
5. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Pembimbing II

6. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si selaku Dosen Penguji I
7. Seluruh Dosen, Pegawai, Staf dan seluruh jajaran di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik yang memberikan bantuan dan ilmu pengetahuan yang begitu luas kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Lambung Mangkurat.
8. Teristimewa kepada orang tua yang saya cintai yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
9. Kepada seluruh sahabat dan teman serta rekan-rekan seperjuangan yang selama ini senantiasa setia menemani saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, memberikan imbalan atas amal dan bantuannya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Banjarmasin, Mei 2023

Penulis

ABSTRAK

Muhammad Iqbal, 1710412610031, 2023, Pengaruh *Customer Bonding* dan *Customer Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel. Dibimbing oleh Maryono dan Rizki Muslim Hidayat.

Penelitian ini diharapkan dapat memutuskan dan melihat dampak pengaruh secara parsial dan simultan Pengaruh *Customer Bonding* dan *Customer Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, tipe penelitian ini adalah eksplanatori kausal. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, sehingga memperoleh 60 responden yang dapat dijadikan sampel penelitian. Informasi Data diambil dari kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Customer Bonding* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel, (2) *Customer Relationship Marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel, dan (3) *Customer Bonding* dan *Customer Relationship Marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Banjarisme Apparel

Kata Kunci : Customer Bonding, Customer Relationship Marketing, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Muhammad Iqbal, 1710412610031, 2023, The Influence of Customer Bonding and Customer Relationship Marketing on Customer Loyalty of Banjarism Apparel. Supervised by Maryono and Rizki Muslim Hidayat.

This research is expected to be able to decide and see the impact of partial and simultaneous influence of Customer Bonding and Customer Relationship Marketing on Customer Loyalty of Banjarism Apparel.

This research is a quantitative research, this type of research is causal explanatory. Sampling in this study used a purposive sampling technique, in order to obtain 60 respondents who could be used as research samples. Information Data taken from the questionnaire. Data analysis using multiple linear regression analysis.

The results showed that (1) Customer Bonding partially had a significant effect on Banjarism Apparel Customer Loyalty, (2) Customer Relationship Marketing partially had a significant effect on Banjarism Apparel Customer Loyalty, and (3) Customer Bonding and Customer Relationship Marketing simultaneously had a significant effect on Banjarism Apparel Customer Loyalty

Keywords: *Customer Bonding, Customer Relationship Marketing, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.1.3 Bauran Pemasaran	20
2.1.4 Perilaku Konsumen	22
2.1.5 <i>Customer Bonding</i>	27
2.1.6 <i>Customer Relationship Marketing</i>	33
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	40
2.2 Penelitian Terdahulu	47
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	54
2.3.1 Hipotesis Penelitian	54
2.3.2 Model Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Pendekatan Penelitian	59
3.2 Desain Penelitian	59

3.3	Lokasi Penelitian	60
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	60
3.4.1	Populasi	60
3.4.2	Besar Sampel	61
3.4.3	Teknik sampling	61
3.5	Definisi Operasional Variabel	62
3.5.1	Variabel Independen	62
3.5.2	Variabel Dependen	65
3.6	Teknik Pengumpulan Data	68
3.6.1	Data Primer	68
3.6.2	Data Sekunder	69
3.7	Teknik Analisa data	69
3.7.1	Skala Pengukuran	69
3.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.7.2.1	Uji Validitas	70
3.7.2.2	Uji Reliabilitas	71
3.7.3	Deskriptif Statistik	71
3.7.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	71
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	72
3.7.4.1	Uji Normalitas	73
3.7.4.2	Uji Multikolinearitas	74
3.7.4.3	Uji Heteroskedastisitas	74
3.7.4.4	Uji Autokorelasi	75
3.7.5	Analisis Regresi Linear Berganda	76
3.7.6	Uji Hipotesis	77
3.7.6.1	Uji Secara Parsial (Uji T)	77
3.7.6.2	Uji Secara Simultan (Uji F)	78
3.7.6.3	Uji Koefisien Determinan (R^2)	79
BAB IV	HASIL PENELITIAN	82
4.1	Profil Responden	82
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83

4.3	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	84
4.3.1	Karakteristik Responden	84
4.3.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel	87
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	98
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	98
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	98
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	99
4.4.4	Hasil Uji Autokorelasi	100
4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	101
4.6	Pengujian Hipotesis	102
4.6.1	Hasil Uji Parsial (Uji t)	102
4.6.2	Hasil Uji Simultan (Uji F)	104
4.6.3	Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	105
BAB V PEMBAHASAN HASIL		108
5.1	Pembahasan	108
5.1.1.	Variabel Customer Bonding (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	108
5.1.2.	Variabel Customer Relationship Marketing (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	110
5.1.3.	Variabel Customer Bonding (X1) dan Customer Relationship Marketing (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	112
5.2	Implikasi Penelitian	114
5.2.1.	Customer Bonding Terhadap Loyalitas Pelanggan	114
5.2.2.	Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	114
5.2.3.	Customer Bonding dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan	115
5.3	Keterbatasan Penelitian	117
BAB VI PENUTUP		119
6.1	Kesimpulan	119
6.2	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA		121

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laju pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi di Kalimantan Selatan tahun 2015 – 2019.....	2
Tabel 1.2 Jumlah konveksi sablon di Banjarmasin.....	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	63
Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner (Skala Likert).....	71
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	74
Tabel 3.4 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya.....	78
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien.....	83
Tabel 4.1 Profil Jenis Kelamin Responden.....	84
Tabel 4.2 Profil Pekerjaan Responden.....	85
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	85
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Jumlah Pembelian.....	87
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	87
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	87
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Customer Bonding (X1).....	90
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Customer Relationship Marketing (X2).....	94
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	97
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	100
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	101
Tabel 4.14 Hasil Uji Auto Kolerasi.....	102
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi.....	103
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Regresi Secara Parsial).....	104
Tabel 4.17 Hasil Uji F (Regresi Secara Simultan).....	106
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan industri tekstil dan pakaian jadi dari tahun 2020 - 2022	1
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	59
Gambar 4.1 Hasil Scatterplot.....	98
Gambar 5.1 Model Hasil Akhir.....	113

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Diagram Hasil Pra Survei Penelitian.....	5
Grafik 1.2 Diagram Persentase jasa konveksi sablon yang sering digunakan di Banjarmasin	6
Grafik 1.3 Diagram persentase faktor yang membuat responden memilih Banjarisme Apparel	7
Grafik 1.4 Data Penjualan Banjarisme Apparel 2020-2021	8
Grafik 1.5 Data Pelanggan Banjarisme Apparel 2020-2021	11