

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia salah satunya yaitu Indonesia. Mayoritas penduduk di Indonesia beragama muslim. Banyaknya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji untuk menyempurnakan rukun islam yang ke lima. Dalam Al-Qur'an juga tertuang kewajiban untuk menunaikan ibadah haji bagi setiap muslim yang mampu. Selain itu juga dalam UU No. 34 Tahun 2009 penetapan pemerintah pengganti UU No. 2 Tahun 2009 tentang perubahan atas UU No. 13 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji, yang mengatur tentang haji dan ketentuannya.¹

Produk yang disediakan oleh lembaga perbankan yang dikhususkan untuk menunaikan kewajiban haji adalah produk Tabungan Haji. Tabungan Haji adalah salah satu produk tabungan yang disediakan oleh Lembaga Keuangan Syariah untuk digunakan oleh umat muslim dalam menyediakan Biaya Penyelenggara Ibadah Haji atau yang disebut dengan BPIH. Penggunaan produk tabungan haji dapat dimanfaatkan oleh nasabah tabungan haji dari pembukaan rekening tabungan haji, setoran awal Biaya.

¹ www.kemenag.go.id. diakses pada tanggal 20 Oktober 2018

Penyelenggaraan Ibadah untuk mendapatkan nomor urut porsi haji (menjadi calon jamaah haji) sampai pada setoran pelunasan Biaya Penyelenggara Ibadah Haji. Akan tetapi, jika sudah membuka tabungan haji nasabah tidak dapat mengambil uang sewaktu-waktu.

Pada umumnya masyarakat di Indonesia cenderung memilih bank konvensional di bandingkan bank syariah. Kurangnya pengetahuan dan pola pikir masyarakat akan bank syariah menjadi penghambat perkembangan bank syariah di Indonesia. Saat ini masyarakat masih memilih bank konvensional karena kantor cabang bank konvensional lebih banyak dibandingkan dengan bank syariah. Masyarakat memilih menabung di bank konvensional karena beranggapan bahwa bank konvensional dan bank syariah adalah sama.

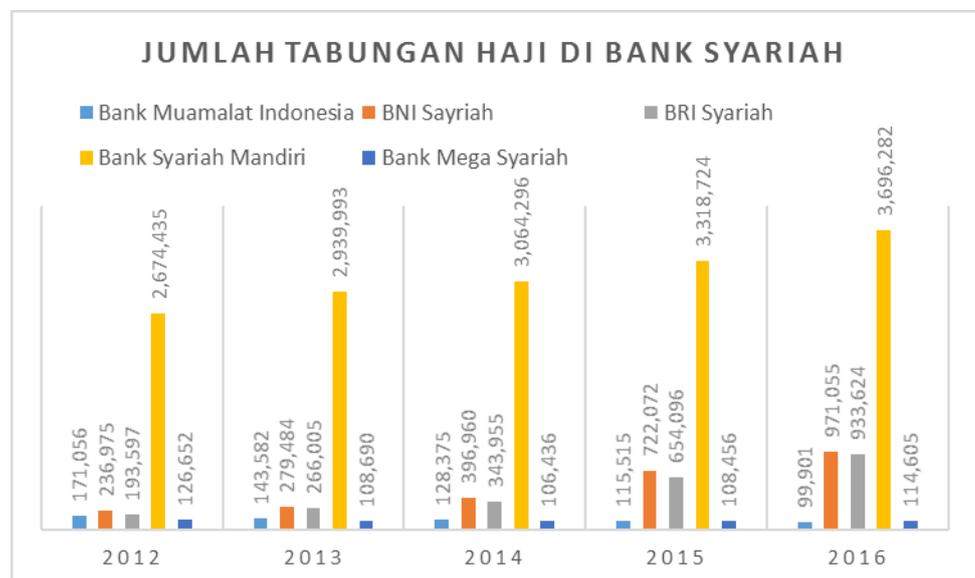
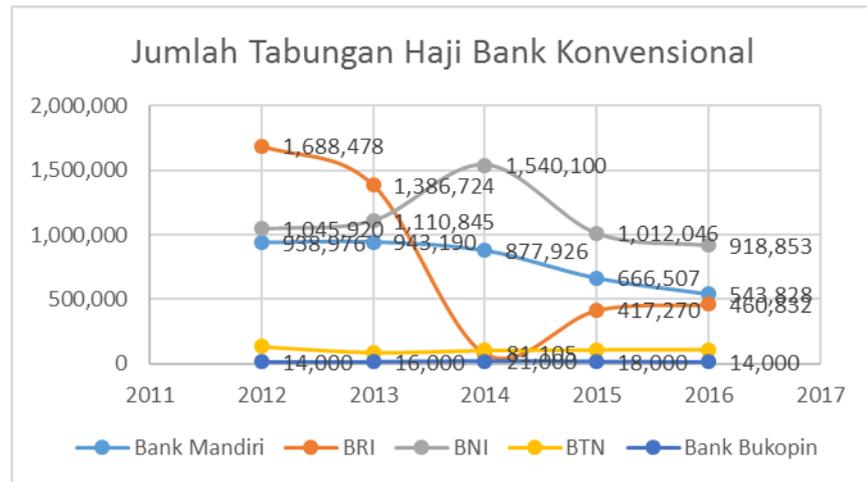
Pada tahun 2018 bank syariah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Pemerintah baru-baru ini membuat regulasi untuk mengalihkan dana tabungan haji dari bank konvensional berpindah ke bank syariah. Jika dana haji tersebut di kelola di bank konvensional maka pengelolaanya tidak sesuai dengan prinsip syariah otomatis tidak akan lepas dengan yang namanya riba. Jika dan haji tersebut dikelola oleh bank syariah maka tidak akan terbebas unsur riba di dalamnya. Dengan pengalihan dana tersebut maka bank syariah mulai berkembang dan masyarakat mulai mengetahui bank syariah secara perlahan.

Grafik 1.1 Kuota Jemaah Haji Di Indonesia Tahun 2005-2018

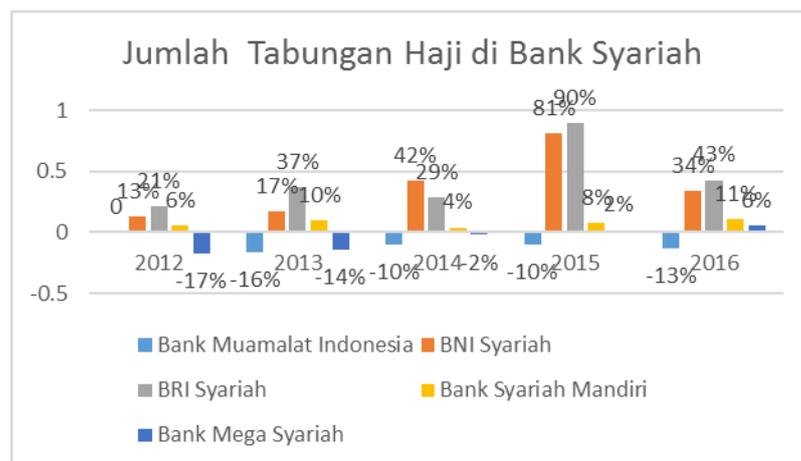
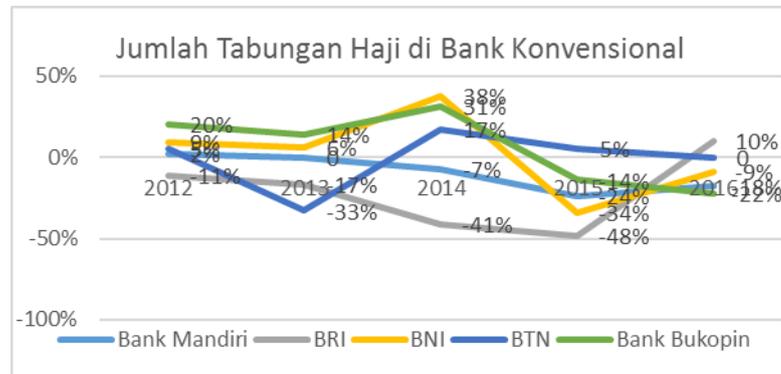


Kementrian Agama telah menetapkan bahwa Badan Penerima setoran BPIH adalah perbankan syariah yang telah ditunjuk oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) sebagaimana diatur dalam UU No. 31 tahun 2014 tentang pengelolaan Keuangan Haji. Hal ini dilakukan sebagai salah satu upaya agar perbankan syariah tetap bisa bersaing dengan Bank Konvensional dan mendapatkan sumber pendapatan dalam bentuk jasa (*fee base income*) sebagai pengganti pendapatan produk talangan haji yang sudah tidak diperbolehkan. Hal tersebut berdampak pada menurunnya jumlah tabungan haji di beberapa bank konvensional dan menerbitkan dampak positif bagi perbankan syariah yang mengalami kenaikan jumlah tabungan haji, Perkembangan jumlah tabungan haji di Bank Konvensional dan Perbankan Syariah dapat dilihat pada **grafik 1.2** berikut.

Jumlah Tabungan Haji di Bank Konvensional dan Perbankan Syariah (dalam jutaan rupiah)



Jumlah Tabungan Haji di bank konvensional dan di bank syariah dalam bentuk prosentase



Dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah penabung tabungan haji baik di bank konvensional maupun bank syariah mengalami peningkatan yang signifikan. Pada saat ini bank syariah lebih banyak di minati nasabah karena ketentuan haji mengharuskan calon jamaah haji menggunakan bank syariah.

Tabel 1.3 Pertumbuhan Tabungan BNI iB Baitullah Hasanah**Tahun 2014-2017**

(Dalam jutaan rupiah)

KETERANGAN	2014		2015		Pertumbuhan	
	Nominal	NOA	Nominal	NOA	Nominal	NOA
Tabungan BNI iB Baitullah Hasanah	396.960	137.767	597.008	246.156	50,40%	78,68%
Keterangan	2015		2016		Pertumbuhan	
	Nominal	NOA	Nominal	NOA	Nominal	NOA
Tabungan BNI iB Baitullah Hasanah	722.072	364.648	971.055	420.614	34,48%	15,35%
Keterangan	2016		2017		Pertumbuhan	
	Nominal	NOA	Nominal	NOA	Nominal	NOA
Tabungan BNI iB Baitullah Hasanah	971.055	420.088	1.282.387	499.924	32,06%	18,83%

Sumber : Laporan Tahunan PT. Bank BNI Syariah 2014-2017

Dari data tabel diatas pertumbuhan tabungan iB Baitullah Hasanah pada tahun 2014-2015 mengalami pertumbuhan sebesar 5,6 triliun atau 50,40%. Pada priode tahun 2015-2016 sebesar 249 milyar atau tumbuh 34,48%. Pada tahun 2016-2017 sebesar 311 milyar atau tumbuh 32,06%

Persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Penumbuhan minat konsumen guna untuk menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang dipromosikan maka harus bisa menimbulkan persepsi yang positif terhadap produk yang ditawarkan. Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap keberadaan perbankan syariah. Persepsi adalah suatu proses yang telah ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna pada lingkungan mereka.² Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya sehingga apa yang dilakukan oleh konsumen merupakan kenyataan yang obyektif yang akan mempengaruhi tindakannya seperti minat memilih menabung tabungan iB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, sehingga Persepsi itu sangat berkaitan dengan keputusan memilih dan menggunakan suatu barang atau jasa, jadi apabila persepsi terhadap minat memilih produk tabungan haji iB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

² Veitzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007) hal 231

Religiusitas pada dasarnya sangat berkaitan erat dengan sikap seseorang. Agama dapat memberikan rasa aman dalam menghadapi masalah hidup seseorang. Sehingga apabila seseorang dihadapkan pada suatu konflik dalam hidup, individu akan menggunakan pertimbangan-pertimbangan berdasarkan nilai masing-masing agama, dimanapun seseorang berada dan dalam kondisi apapun. Sedangkan seseorang yang kurang memiliki pemahaman tentang religiusitas tidak akan bisa menerima apa yang terjadi pada dirinya.

Kelompok referensi sangat berkaitan erat dengan keputusan nasabah karena konsumen cenderung mengikuti seseorang. Karena kelompok referensi dapat dijadikan acuan konsumen untuk memutuskan mengambil produk atau jasa tersebut. Apalagi jika menyangkut nama lembaga keuangan apalagi mengenai produk tabungan haji. Pemerintah sekarang bekerjasama dengan lembaga keuangan syariah tentang sistem pendaftaran calon jamaah haji. Kelompok referensi mempengaruhi kelompok lain agar sama-sama mendaftarkan haji ditempat yang sama.

Keputusan nasabah untuk membeli atau tidak suatu produk atau jasa merupakan saat yang penting bagi kebanyakan lembaga keuangan. Keputusan ini dapat menandai apakah strategi pemasaran telah cukup bijaksana, berwawasan luas, dan efektif, atau apakah kurang baik direncanakan atau keliru menetapkan sasaran.³

³ Leon Schiffman, dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*,(Jakarta:PT Indeks, 2008), hal 516

Sejak PT. Bank BNI Syariah bekerjasama dengan Kementerian Agama Kabupaten Tulungagung jumlah nasabah pada produk tabungan haji semakin meningkat. Dari data Kementerian Agama Kabupaten Tulungagung menunjukkan bahwa produk tabungan haji PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung semakin maju dan meningkat dibandingkan dengan lembaga keuangan lain. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung ditunjuk untuk menyelenggarakan pendaftaran ibadah haji kerjasama dengan kemenag Kabupaten Tulungagung. Karena pendaftaran haji terbanyak yang dilakukan masyarakat Kabupaten Tulungagung adalah melalui PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Hal tersebut tentu menimbulkan pertanyaan mengenai kesuksesan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dalam menarik nasabah khususnya pada produk tabungan haji.

Dari awal berdirinya PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sampai sekarang telah mengalami banyak perkembangan. Salah satunya adalah produk tabungan haji yang sekarang ini masyarakat Kabupaten Tulungagung antusias untuk menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah guna pendaftaran haji. Dalam hal ini, PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung bekerjasama dengan Kementerian Agama Kabupaten Tulungagung untuk melayani pendaftaran para calon jama'ah ibadah pada masyarakat Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis ingin meneliti judul tentang **“Pengaruh Persepsi, Religiusitas, Dan Kelompok Referensi Terhadap Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Produk Tabungan iB Baitullah Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian persepsi, gaya hidup dan kelompok referensi ini mengambil tempat di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung, penentuan tema dan lokasi penelitian didasarkan pada:

1. Persepsi (X1) : Dalam hal ini peneliti akan melihat pandangan nasabah terhadap PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sehingga nasabah memilih menabung produk tabungan iB Baitullah hasanah dibank Syariah tersebut
2. Religiusitas (X2) : Dalam hal ini peneliti akan melihat pengaruh religiusitas terhadap PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sehingga nasabah memilih menabung produk tabungan iB Baitullah Hasanah di bank Syariah tersebut
3. Kelompok Referensi (X3) : Dalam hal ini peneliti akan melihat pengaruh kelompok referensi nasabah terhadap PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung sehingga nasabah memilih menabung produk tabungan iB Baitullah hasanah dibank Syariah tersebut

4. Keputusan Nasabah (Y) : Dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh persepsi, religiusitas, dan kelompok referensi terhadap keputusan nasabah menabung produk tabungan iB Baitullah Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
2. Apakah religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
3. Apakah kelompok referensi secara signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
4. Apakah ada pengaruh simultan kualitas persepsi, religiusitas, dan kelompok referensi terhadap terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh persepsi terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di Bank PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh simultan persepsi, religiusitas dan kelompok referensi terhadap keputusan nasabah menabung Produk tabungan IB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

E. Kegunaan Penelitian

Dari adanya penelitian ini, hasil penelitian diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam pengembangan ilmu perbankan, manajemen sumberdaya manusia, manajemen pemasaran khususnya pengaruh persepsi, religiusitas, kelompok referensi dan keputusan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Manajemen Perbankan/Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan kepada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dalam memasarkan produk ke masyarakat.

b. Bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penambahan referensi atau tambahan buku-buku di perpustakaan IAIN Tulungagung dan dapat memberikan sumbangan konsep dalam pemecahan masalah khususnya bagi mahasiswa IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya dan sebagai pengembangan penelitian lanjut dimasa yang akan datang.

F. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai cakupan yang mungkin terjadi dalam penelitian. Penelitian ini terfokus pada ruang lingkup variable pengaruh persepsi, religiusitas dan kelompok referensi terhadap Keputusan nasabah memilih menabung Produk tabungan iB Baitullah Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

1. Persepsi

Persepsi merupakan proses individu memilih, megorganisasikan, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran yang berarti di dunia ini.

2. Religiusitas

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

3. Kelompok Referensi

Kelompok referensi atau kelompok acuan adalah sebuah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atsu perilaku seseorang, yang meliputi: rekan kerja, teman dekat, teman sekominuitas kelompok keagamaan, dan sebagainya

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman pengertian terhadap judul diatas, maka peneliti berusaha menjelaskan beberapa istilah yang terkandung di dalam judul tersebut, sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

- a. Variabel bebas atau independen (X), yaitu yang nialinya tidak tergantung pada variabel lain.

Adapun variabel yang terikat dengan penelitian ini adalah:

1) Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang satu dengan yang lain yang mengalami realitas yang sama. Dalam pemasaran, persepsi itu lebih penting dari pada realitas, karena persepsi itulah yang akan memengaruhi perilaku actual konsumen. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena tiga proses persepsi: perhatian selektif, distorsi selektif, dan ingatan selektif.⁴

2) Religiusitas

“Religiusitas” adalah pengabdian terhadap agama, kesalehan.⁵ Keberagamaan atau religiusitas lebih melihat aspek di dalam lubuk hati nurani pribadi, sikap personal yang misterius karena menafaskan intimitas jiwa, etika rasa yang mencakup totalitas (termasuk rasio dan rasa manusiawi) ke dalam pribadi manusia. Karena itu pada dasarnya religiusitas lebih dari agama yang tampak formal dan resmi. Menurut Nurcholis Majid, agama

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas*, (Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009), hal. 228

⁵ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal. 1159

bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridla atau perkenan Allah.⁶Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.⁷

3) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang dinggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi, atau dalam berperilaku. Kelompok referesi atau kelompok acuan dapat pula berwujud seseorang atau kelompok yang menjadi pembanding atau acuan seseorang dalam pembentukan nilai-nilai, sikap atau perilaku baik secara umum ataupun secara khusus. Para pemasar mencoba mencari tau menegai tahu siapa dari kelompok referensi mempunyai pembgaruh dalam pembelian.⁸

⁶ Sahlan, Asmaun, *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*, (Malang: UIN Maliki Press,2011), hlm. 24

⁷ Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan kreativitas dalam perspektif psikologi islam*, (yogyakarta: menara kodus,2002), hlm.70-71

⁸ Taufiq Amir, *dinamika pemasaran jelajahi dan rasakan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005) hal 50

b. Variabel Terikat (Y), yaitu variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain.

1) Keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

2) Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standart kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan.

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari variabel X1 yaitu persepsi variabel X2 yaitu religiusitas dan variabel X3 yaitu kelompok referensi terhadap variabel Y yaitu keputusan nasabah.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian yang terdiri dari:

a) Bagian awal usulan penelitian ini meliputi: sampul atau *cover* depan, halaman judul dan halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

b) Bagian Inti

Bagian inti dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang pendahuluan yang meliputi (a) latar belakang, (b) Identifikasi permasalahan, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah dan (h) sistematika skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat teori-teori yang relevan yang menjadi acuan dalam penelitian. Landasan teori memuat (a) teori tentang Persepsi, (b) teori tentang Religiusitas, (c) teori tentang Kelompok Referensi, (d) teori tentang keputusan, (e) kajian penelitian terdahulu, (f) kerangka konseptual, (g) hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisikan tentang (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, dan (e) teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Merupakan hasil penelitian yang berisi tentang deskripsi karakteristik data pada masing-masing variabel Persepsi,

Religiusitas, Kelompok Referensi pada keputusan nasabah menabung tabungan iB Baitullah hsanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tulungagung. Dengan kata lain pada bab ini memuat tentang data-data yang kompleks, data-data yang dianggap penting digali dengan sebanyak-banyaknya, dan dilakukan secara mendalam.

BAB V : PEMBAHASAN

Pembahasan tentang hasil penelitian yang terkait dengan tema penelitian. Dengan artian pada bab ini dilakukan pembahasan dengan cara penganalisisan data dan dilakukan pengembangan gagasan yang didasarkan pada bab-bab sebelumnya.

BAB VI: PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

- c) Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran dan riwayat hidup penelitian.