

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan merupakan suatu lembaga yang sangat penting dalam kehidupan suatu negara, apalagi negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Peran strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama Bank sebagai lembaga yang dapat mengumpulkan dan menyalurkan dana nasabah atau masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan berperan sebagai perantara antara pihak yang berkelebihan dana dan yang kekurangan dana, sehingga dana tersebut diharapkan dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi masyarakat, serta diberi kebebasan untuk memilih antara Bank Syariah dan Bank Konvensional. Bagi mereka yang mempunyai kekhawatiran adanya bunga Bank (riba) maka Bank Syariah bisa menjadi alternatif yang lebih inovatif sebagai sarana peminjaman modal ataupun menginvestasikan dana.

Lembaga Keuangan Syariah dapat dibedakan menjadi dua, yaitu lembaga keuangan yang berbentuk bank dan non bank. Lembaga Keuangan Syariah dalam bentuk bank terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Dasar hukum perbankan syariah diatur pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Selain itu Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga mengeluarkan fatwa kurang lebih 43 fatwa terkait perbankan syariah. diantaranya adalah fatwa DSN No.01/DSN-MUI/IV/2000 tentang giro dengan menggunakan sistem wadiah. Bank syariah adalah lembaga keuangan Negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa di dalam lalu lintas

pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip syariah atau islam.¹ Jadi dapat dikatakan bahwa bank syariah adalah bank yang secara operasional diatur dalam Undang-Undang dan prinsip-prinsip syariah.

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak membebankan Bunga kepada nasabah, akan tetapi bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al Quran dan Hadist. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al Quran dan Hadist Rasulullah SAW.² Oleh karena itu didirikannya lembaga yang bebas bunga diharapkan mampu membawa angin segar bagi peningkatan mutu dan kualitas perekonomian masyarakat Indonesia.

Menurut Muhammad Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan atau kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah memiliki produk atau jasa yang tidak ditemukan dalam operasi bank konvensional.³

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal.

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 29

³ Muhammad.. *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2002) hal. 178

Prinsip-prinsip seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip-prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh bank konvensional. Pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah di antaranya dapat mewakili dengan pandangan masyarakat secara umum terhadap perbankan syariah. Kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang perbankan syariah adalah (1) perbankan syariah tidak ada bunga (2) perbankan syariah identik dengan bank sistem bagi hasil. Namun demikian, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagiannya lagi menerima sistem bagi hasil.

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal atau pribadi, dan faktor psikologi. Selain empat faktor tersebut, perilaku konsumen dipengaruhi dari stimulasi pemasaran berupa bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi.⁴

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.⁵ Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Jadi perilaku konsumen dalam dunia perbankan syariah adalah cara individu atau seseorang

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000), hal. 34

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 214

dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk-produk bank syariah sesuai kebutuhannya. Di dalam mempelajari perilaku konsumen ini pemasar tidak hanya berhenti pada perilaku konsumen semata saja namun juga perlu mengkaitkannya dengan strategi pemasaran yang akan disusunnya.

Strategi pemasaran yang baik pada hakikatnya didasarkan pada apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumennya.⁶ Perusahaan yang mampu memahami perilaku konsumen akan mendapatkan keuntungan yang cukup besar karena dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat yang dapat memberikan keputusan yang lebih baik dibandingkan pesaing.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga
Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah
Per Desember 2016-2019

Tipe	2016	2017	2018	2019
Dana Pihak Ketiga	18.521.091	21.692.463	24.334.556	27.015.606
Pembiayaan	3.801.121	4.520.667	4.866.831	5.155.858

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Januari 2020 www.ojk.go.id

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa dalam kurun waktu 4 (empat) tahun yaitu tahun 2016-2019, bahwa dari segi dana pihak ketiga atau nasabah penghimpunan dana dari masyarakat selalu mengalami kenaikan. Begitu pula pada segi pembiayaan selalu mengalami kenaikan. Nilai tertinggi dana pihak ketiga dan pembiayaan sama-sama terjadi di tahun 2019 sebesar Rp27.015.606 dan Rp5.155.858. Nilai rata-rata dana pihak ketiga adalah Rp22.890.929 dan rata-rata pembiayaan adalah Rp4.586.119. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya nilai kenaikan dalam segi dana pihak ketiga dan

⁶ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 97

pembiayaan, juga menggambarkan kenaikan jumlah nasabah atau pengguna perbankan syariah.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan bank syariah yang pertama adalah faktor psikologi.⁷ Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap. Seseorang yang termotivasi siap untuk bereaksi, bagaimana orang itu bertindak akan dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Dua orang dalam kondisi motivasi yang sama dan tujuan situasi yang sama mungkin bertindak secara berbeda karena persepsi mereka terhadap situasi itu berbeda. Persepsi adalah proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

Suatu proses persepsi akan diawali oleh suatu stimuli yang mengenai indera kita. Stimuli yang menimbulkan persepsi bisa bermacam-macam bentuknya, asal merupakan sesuatu yang langsung mengenai indera kita, seperti segala sesuatu yang bisa dicium, dilihat, didengar, dan diraba. Stimuli ini akan mengenai organ yang disebut sebagai *sensory receptor* (organ manusia yang menerima input stimuli atau indera) yang mengakibatkan individu merespon.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Umi Wahyu Annisa yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah.⁸ Namun berbeda dengan penelitian terdahulu dari Mia Yunita yang hasil penelitiannya

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ...*, hal 33

⁸ Umi Wahyu Annisa, *Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 84

menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.⁹

Sehingga dari permasalahan di atas, diambil alasan menggunakan variabel persepsi ini adalah karena persepsi individu terhadap perbankan syariah dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan perbankan syariah, dan alasan lain karena perbedaan dari hasil penelitian terdahulu menjadi masalah yang diambil dalam penelitian ini.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan bank syariah adalah faktor stimulasi pemasaran berupa bauran pemasaran yang salah satunya yaitu harga.¹⁰ Harga merupakan alat pemasaran yang sangat penting, dalam perbankan syariah harga yang ditawarkan yaitu berupa tingkat keuntungan bagi hasil. Dalam menjalankan fungsi sebagai lembaga intermediari, bank syariah selain melakukan kegiatan penghimpunan dana (*funding*), menyalurkan dana (*financing*) dan jasa bank lainnya (*service*). Produk-produk tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk sejenis ditawarkan perbankan konvensional. Perbedaan yang paling mendasar terletak pada pemberian imbalan atau jasa atas setiap simpanan kepada nasabah. Dalam perbankan syariah, imbalan atau jasa tersebut adalah dalam bentuk bagi hasil (*profit-loss sharing*) yang menggunakan akad *mudharabah*, dan besarnya tidak selalu sama dalam setiap periode waktu.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Yulika Khasanah dan Arie Indra G yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sistem bagi hasil

⁹ Mia Yunita, *Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung di bank Syariah*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 84-85

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ...*, hal 33

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.¹¹ Namun berbeda dengan penelitian terdahulu dari Virda Fatkhori' Y.S yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat keuntungan bagi hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah.¹²

Sehingga dari permasalahan di atas, diambil alasan menggunakan variabel tingkat keuntungan bagi hasil ini adalah karena tingkat keuntungan bagi hasil dapat berdampak terhadap pada dorongan individu untuk mendapat pendapatan yang sesuai dengan keinginannya, dan alasan lain karena perbedaan dari hasil penelitian terdahulu menjadi masalah yang diambil dalam penelitian ini.

Faktor utama selanjutnya yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor sosial.¹³ Faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen. Kelompok acuan tersebut adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain didasarkan pada pertimbangan kepentingan ekonomi, pilihan tersebut juga didorong oleh *spirit* menjalankan ketentuan syariah Islam yang mengharamkan bunga (riba), sekecil apapun jumlahnya. Riba adalah penetapan bunga atau melebihkan pengembalian jumlah pinjaman berdasarkan persentase tertentu dari jumlah pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam.

¹¹ Yulika Khasanah dan Arie Indra G, "Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah di Kota Cirebon", *Edunomic*, Vol. 2 No. 1, 2014, hal. 46

¹² Virda Fatkhori' Yusuf S, *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil, dan Fatwa MUI tentang Keharaman Bunga Bank Terhadap Keputusan Menggunakan Perbankan Syariah*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 108-109

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran ...*, hal 33

Berbeda dengan masyarakat (nasabah) Muslim yang rasional ekonomis, pilihan simpanan dan investasi sangat ditentukan oleh keuntungan yang diperoleh dari simpanan dan investasi tersebut, tanpa memperhatikan sumbernya dari bank syariah atau bank konvensional. Pilihan menempatkan dana dan investasi pada bank syariah diperkirakan akan semakin kuat apabila masyarakat Muslim dapat memahami secara benar ketentuan syariat Islam yang melarang pemeluknya (hukumnya haram) untuk melakukan kegiatan yang mengandung bunga (riba). Terlebih lagi, ketentuan tersebut telah diperkuat dengan keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang keharaman bunga (riba).

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Virda Fatkhori' Y.S yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Fatwa MUI tentang keharaman riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah.¹⁴ Namun berbeda penelitian terdahulu dari Kamal Zubair yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Fatwa MUI tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan beli jasa bank syariah.¹⁵

Sehingga dari permasalahan di atas, diambil alasan menggunakan variabel Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank ini adalah karena Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank dapat berdampak terhadap respon sosial individu dalam menentukan keputusan menggunakan perbankan syariah, dan alasan lain karena perbedaan dari hasil penelitian terdahulu menjadi masalah yang diambil dalam penelitian ini.

¹⁴ Virda Fatkhori' Yusuf S, *Pengaruh Religiusitas,...*, hal. 108-109

¹⁵ Kamal Zubair, "Pengaruh Fatwa Keharaman Bunga Bank Terhadap Keputusan Beli Produk Bank Syariah", *Kuriositas*, Vol. 1 No. 7, 2014, hal. 16

Penelitian ini dilakukan karena peneliti menemukan dua penelitian terdahulu yang berbeda hasil. Ada yang menunjukkan hasil yang berpengaruh secara signifikan dan ada yang berpengaruh dan tidak signifikan. Sehingga penelitian ini penting, karena peneliti ingin mengetahui apakah variabel keputusan menggunakan perbankan syariah (Y) dipengaruhi oleh variabel Persepsi, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil, dan Fatwa MUI tentang Keharaman Bunga Bank (X) yang digunakan untuk menilai penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan sekarang, yang bertujuan untuk membuktikan mana penelitian yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang. Apakah berpengaruh sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Umi Wahyu Annisa, Yulika Khasanah dan Arie Indra G, dan Virda Fatkhori' Y.S, atukah tidak berpengaruh sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Mia Yunita, Virda Fatkhori' Y.S, dan Kamal Zubair.

Sehingga peneliti akan menguji faktor persepsi, tingkat keuntungan bagi hasil, dan Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank. Maka dalam penyusunan skripsi ini, peneliti tertarik untuk mengambil judul **Pengaruh Persepsi, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil, dan Fatwa Mui tentang Keharaman Bunga Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Perbankan Syariah** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung).

B. Identifikasi Masalah

1. Keputusan nasabah dalam menggunakan perbankan syariah bisa dipengaruhi tentang persepsi masyarakat atau individu terhadap perbankan

syariah itu sendiri yang dapat berpengaruh pada faktor kepercayaan nasabah dalam memutuskan menggunakan perbankan syariah.

2. Keputusan nasabah dalam menggunakan perbankan syariah bisa dipengaruhi tentang tingkat keuntungan bagi hasil yang dapat berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam mendapatkan bagi hasil, karena tingkat keuntungan bagi hasil yang tinggi akan meningkatkan keinginan nasabah untuk memutuskan menggunakan perbankan syariah.
3. Keputusan nasabah dalam menggunakan perbankan syariah bisa dipengaruhi tentang Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank yang dapat berpengaruh pada faktor psikologis individu untuk selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan, sehingga dapat berpengaruh pada faktor individu dalam memutuskan menggunakan perbankan syariah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?
2. Apakah tingkat keuntungan bagi hasil berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?
3. Apakah Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?
4. Apakah persepsi, tingkat keuntungan bagi hasil, dan Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh persepsi terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah.
2. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh tingkat keuntungan bagi hasil terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah.
3. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah.
4. Untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh persepsi, tingkat keuntungan bagi hasil, dan Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat bagi Pihak Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada pihak perbankan syariah untuk terus menawarkan produk- produk yang inovatif dengan tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariahnya.

2. Manfaat bagi peneliti

Sebagai referensi dalam melakukan penelitian dan analisa tentang pengaruh religiusitas, tingkat keuntungan bagi hasil, fatwa MUI tentang keharaman bunga bank terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan perbankan syariah

3. Manfaat bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bahan kepustakaan dan

mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu khususnya Perbankan Syariah.

4. Manfaat bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi wacana masyarakat terkait Perbankan Syariah. Bisa menambah wawasan mengenai bank syariah Dan dapat memilih bank yang sesuai dengan sistem islam.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh persepsi, tingkat keuntungan bagi hasil, dan Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank terhadap keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah, dengan menggunakan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) yaitu persepsi (X1), tingkat keuntungan bagi hasil (X2), dan Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank (X3). Sedangkan variabel terikat (Y) yaitu keputusan nasabah menggunakan perbankan syariah

2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian yaitu kuota pada Mahasiswa dan musim pandemi covid 19 sekarang yang sangat sulit untuk bertemu langsung.

G. Penegasan Istilah

1. Desinifi Konseptual

a. Persepsi

Persepsi adalah sebagai proses mengorganisasikan dan memaknakan kesan-kesan indra untuk memberikan arti terhadap lingkungannya.¹⁶

b. Bagi hasil

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak – pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah

c. Fatwa

Fatwa adalah keputusan, pendapat yang diberikan oleh mufti tentang suatu masalah.

d. Minat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu keinginan.

e. Nasabah

Nasabah merupakan seseorang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank

2. Definisi Operasional

Istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini perlu untuk ditegaskan. Agar terhindar dari perbedaan penafsiran dan dapat mewujudkan kesamaan pemikiran dan kesatuan pandangan dalam mengkaji.

¹⁶ Yuniarti, Vinna, Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung Pustaka Setia, 2015) hal 132

H. Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman transliterasi dan halaman abstrak.

2. Bagian Isi

Terdiri dari beberapa bab, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi gambaran jelas yang nantinya berguna untuk memahami penelitian sehingga pembaca atau penulis nantinya dapat memahami dengan mudah dan jelas terhadap arah pembahasan. Dalam bab pendahuluan ini akan dikemukakan hal-hal mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Hal yang dikemukakan dalam landasan teori adalah mengenai pengertian deposito mudarabah, inflasi, suku bunga dan bagi hasil. Untuk selanjutnya adalah kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan juga hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian. Yang kedua populasi, sampling, dan sampel penelitian. Ketiga mencangkup

sumber data, variabel dan skala pengukurannya. Keempat teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta yang terakhir teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan secara detail data atau hasil penelitian yang berisi data dan pengujian hipotesis. Lebih detail lagi pemaparan temuan hasil penelitian. Dari pemaparan data tersebut selanjutnya akan dibaca dengan sintesis antara teori dan data pada bab selanjutnya.

BAB V : PEMBAHASAN

Dalam Bab ini pembahasan menjawab masalah penelitian atau menunjukkan bagaimana tujuan penelitian telah dicapai dan menjelaskan temuan-temuan penelitian dengan menggunakan logika dan teori-teori yang sudah ada. Dengan sistematika pembahasan berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan pada bab I. Serta dalam bab V ini mendiskripsikan dan membaca data dengan perspektif teori yang disuguhkan pada bab II.

BAB VI : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari daftar kepustakaan dan daftar lampiran-lampiran