

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi saat ini di ketahui bahwa setiap perusahaan pasti dihadapkan dengan adanya suatu persaingan dalam hal memasarkan produk dan jasanya, sehingga perusahaan diharuskan untuk memenangkan persaingan dengan menerapkan strategi pemasaran. Oleh karena itu pemasaran menjadi hal yang paling utama sebagai salah satu kegiatan atau proses interaksi tentang pemenuhan keinginan dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan serta memegang peran penting bagi perusahaan dalam menjalankan semua aktifitasnya untuk tetap bertahan terhadap persaingan ekonomi yang ketat. Begitupun halnya pada lembaga keuangan termasuk perbankan.

*Personal selling* sangat dibutuhkan untuk mencapai sasaran yang diinginkan karena komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada public terutama sasaran pelanggan mengenai keberadaan sesuatu produk atau jasa. Keberhasilan komunikasi pemasaran dipengaruhi oleh banyak aspek seperti kemampuan pemasar melakukan *decoding (respond and interpretasi)* oleh penerima). Tujuan komunikasi menjadi pesan yang menarik dan efektif bagi pelanggan, ketepatan memilih jenis promosi, ketepatan penggunaan media dalam penyampaian

pesan, daya tarik pesan dan *kredibilitas* penyampaian pesan. Tujuan dari *personal selling* adalah mampu menarik pelanggan baru yang belum pernah menggunakan produk tersebut, pelanggan yang sudah pernah membeli ataupun menggunakan dapat menjadi *customer* yang loyal dan inti dari tujuan yang ingin dicapai adalah kepuasan pelanggan. *Personal selling* menjadi sarana komunikasi yang membawa pesan sesuai dengan kebutuhan dan keyakinan spesifik dari setiap pelanggan adalah penjualan *personal selling*.<sup>2</sup>

Bank adalah tempat untuk melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan keuangan.<sup>3</sup> Fungsi perbankan yaitu menerima simpanan, meminjamkan uang dan mengirimkan jasa pengiriman uang.<sup>4</sup> Sedangkan bank Islam atau yang disebut bank syariah adalah tempat untuk melakukan kegiatan simpan pinjam yang sesuai dengan prinsip syariat Islam yaitu Al-Quran dan Hadist yang berhubungan dengan tatacara bermuamalat secara Islami. Dalam perekonomian suatu Negara sektor keuangan atau lembaga keuangan memang tempat yang strategis untuk mengatur perputaran keuangan suatu Negara. Lembaga bank juga bertujuan untuk mengatur regulasi pihak-pihak yang mempunyai dana lebih untuk ditabung di bank tersebut dan di salurkan kembali pada pihak-pihak yang membutuhkan dana untuk memenuhi tuntutan perekonomian. Sektor perbankan bergerak dalam simpan pinjam serta

---

<sup>2</sup>Spiro dan Wiitz, *Adaptive Selling: Conceptualization, measurement, and nomological validity*, *Journal of Marketing Research*, hal61-69.

<sup>3</sup>Kamsir, *pemasaran bank* (Jakarta: Prenda Media, 2004), 8.

<sup>4</sup>Naf'an, *pembiayaan musyarakah dan mudharabah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 2.

melayani kebutuhan masyarakat baik berupa jasa maupun pembiayaan untuk perkembangan suatu usaha riil dan perekonomian.<sup>5</sup> Bank secara otentik telah dirumuskan pada pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mendefinisikan bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Didalam perbankan syariah yang menjadi daya tarik minat nasabah yaitu pada alternatif yang berlandaskan syariah, yaitu bagi hasil. Bagi hasil menurut terminology asing dikenal dengan *profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan dengan pembagian laba. Secara definitif *Profit sharing* diartikan: “Distribusi beberapa bagian dari laba pada pegawai dari suatu perusahaan.”<sup>6</sup> Pada buku karangan ismail bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang meleakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu presentase yang disetujui oleh kedua belah pihak dengan menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.<sup>7</sup> Sedikit penjelasan pada buku karangan Djoko Muljono, bagi hasil dalam bukunya adalah kerjasama antara dua atau lebih dari pihak pemilik modal (*shohibulmaal*) yang mempercayakan sejumlah modal dengan

---

<sup>5</sup>Nurul ichsanhasan, *perbankansyariah* (referensi, gaungpersadapres group). Hal 156

<sup>6</sup>Muhamad, *Teknik Pembagian Bagi Hasil dan Provit Margin Pada Bank Syariah*. (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal 18.

<sup>7</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Permada Media Group, 2011), hal 96.

kontribusi seratuspersen modal dari pemilik modal kepada pengelola (*mudharib*). Dengan perjanjian di awal antara penyedia modal dengan pengusaha, bahwa setiap keuntungan yang diraihakan dibagi menurut rasio tertentu yang di sepakati.<sup>8</sup> Bagi hasil menjadi solusi untuk nasabah yang beragama muslim untuk mempercayakan uangnya untuk dikelol dalam prinsip islam.

Bank Syariah memiliki prinsip yang berbeda dengan Bank Konvensional. Perbedaan mendasar adalah pada cara perolehan keuntungan yakni bank konvensional dikenal dengan istilah bunga, sedangkan bank syariah melarang adanya bunga agar terhindar dari riba dan menggantinya dengan prinsip bagi hasil.

Bank syariah yang didirikan pertamakali di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia tahun 1991. Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah dan dukungan dari ikatan cendikiawan muslim Indonesia yang memelopori bank muamalat Indonesia.<sup>9</sup> Sejak disahkan undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang bagi hasil, perbankan syariah mulai menunjukkan prospeknya yang sangat bagus.<sup>10</sup> Undang-undang No. 10 tahun 1998 yang di terbitkan tentang dasar hukum bagi pengembang perbankan syariah di Indonesia menggantikan undang-undang No. 7 tahun 1992. Sehingga dapat memberikan kesempatan

---

<sup>8</sup>Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: ANDI, 2015), hal 67.

<sup>9</sup>Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013). Hal 20.

<sup>10</sup>Muhamad, *Manajemen Bank Syariah Edis Revisi Kedua* (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011). Hal 21.

yang luas untuk mengembangkan bank syariah untuk mempermudah segala urusan-urusan dalam pengembangan bank syariah. Kegiatan operasional perbankan syariah didasarkan pada undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Dengan adanya dukungan pemerintah dan undang-undang tersebut perbankan syariah menjadi semakin kuat.<sup>11</sup>

Fenomena masyarakat yang masih menganggap bahwa menabung di bank syariah sama saja menabung di bank konvensional.<sup>12</sup> Anggapan tersebut merupakan suatu masalah yang harus dipecahkan. Undang-Undang tentang perbankan syariah memiliki hikmah tersendiri bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim khususnya umat Islam yang menginginkan hadirnya bank syariah dan mengerti dan paham bahwa riba itu dilarang dalam Islam. Sehingga bank syariah menjadi salah satu alternatif bagi semua umat muslim dalam menabung maupun melakukan pembiayaan tanpa adanya keraguan. Dalam prinsipnya nasabah sebagai *shahibul maal* dan pihak bank sebagai *mudharib* bukan hubungan debitur dan kreditur.<sup>13</sup> Dalam petunjuk Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 dan surat An-nisaa' ayat 29 yang intinya Allah SWT telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan Riba serta suruhan untuk menempuh jalan perniagaan dengan suka sama suka, maka

---

<sup>11</sup>Khaerul, Manajemen Perbankan Syariah. Hal 20

<sup>12</sup><https://www.google.co.id/amp/s/baiqros mala.com/2016/10/memendam-keraguan-pada-bank-syariah-inikah-alasannya/amp/> (Diakses pada tanggal 10 Oktober 2018)

<sup>13</sup>Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011) hal55-56

setiap transaksi ekonomi harus dilandaskan pada system bagi hasil.<sup>14</sup> Tentunya dengan sistim bagi hasil ini juga menjadi salah satu alasan tertarik masyarakat untuk menjadi nasabah di sebuah lembaga keuangan syariah dengan ketentuan nisbah yang nantinya disepakati. Ketika suatu bank sudah memiliki produk, maka masyarakat/calon nasabah perlu tahu dengan kehadiran produk tersebut, seperti manfaat, harga, dimana diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Ketika masyarakat sudah memiliki informasi mengenai produk bank tersebut dan masyarakat pun selanjutnya akan menjadi nasabah yang melakukan kegiatan sebagai nasabah.<sup>15</sup>

Tidak berbeda dengan bank-bank lain Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan pasar Babat (Ex. BNI Syariah) cenderung memengaruhi dengan tekanan dari faktor-faktor internal berupa sikap inovasi-inovasi dan keunggulan dalam bersaing melalui perbaikan produk dan perbaikan sumberdaya manusia sedangkan faktor eksternalnya yaitu ekonomi, politik dan pertimbangan keuntungan apa saja yang akandi peroleh masyarakat. Menjaga dan mempertahankan minat nasabah bukan pekerjaan yang mudah, kunci agar nasabah memiliki minat menabung di sebuah bank adalah mempertahankan layanan dan responser pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah.

---

<sup>14</sup>Naf'an, *Pembiayaan Masyarakat dan Mudhorobah*, (Yogyakarta: GrahaIlmu, 2014) hal24.

<sup>15</sup>Kamsir, *Pemasaran Bank*, 175.

**Tabel 1.1**  
**Kenaikan nasabah dari tahun 2016-2020**

	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2016	2.355
2.	2017	2.915
3.	2018	3.866
4.	2019	4.788
5.	2020	5.000

Sumber: wawancara sub branch manager Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan pasar Babat.

Pelayanan buruk yang di berikan oleh bank dengan sendirinya menjadi penyebab berkurangnya minat nasabah. Dengan menciptakan dan meningkatkan persaingan dalam memasarkan produk dan jasa bank pelayanan, promosi yang selama ini telah diberikan oleh bank serta pengaruh sistim bagi hasil dari bank tersebut. Dalam hal ini, *personal selling*, bagi hasil dan kualitas pelayanan menjadi hal terpenting bagi tiap-tiap unsur bisnis ataupun usaha untuk mencapai tujuan utama yaitu kepuasan konsumen atau nasabah. Keberhasilan suatu bank ditentukan oleh bagaimana seorang penyedia layanan/petugas bank berperilaku dan karakter sesuai dengan standar operasional pelayanan, kepada nasabah atau calon nasabah sehingga dapat menarik minat dalam keputusan penggunaan produk.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Alfabeta, 2012), 170.

Kebiasaan masyarakat di desa banyak sekali seperti halnya arisan keluarga, arisan kelompok tani, arisan jamaah yasinan dan masih banyak lagi secara tidak langsung hal tersebut mengajarkan kita untuk menyisihkan uang untuk menabung dalam jangka panjang dan nantinya kita pasti akan menikmati hasil dari pada tabungan tersebut. Kalau untuk anak-anak kita mengajarkan untuk menyisihkan uang sakunya untuk dapat di kumpulkan dan di masukkan kedalam celengan<sup>17</sup>. Kebiasaan-kebiasaan seperti ini yang nantinya akan membudaya dan akan di ikuti oleh semua orang di sekelilingnya untuk terbiasa menabung atau menyisihkan uang untuk kebutuhan kedepan dalam jangka panjang.

Namun dalam sebuah praktiknya, mengetahui perilaku konsumen dan menganalisis setiap pengambilan keputusan yang di lakukan oleh konsumen sangatlah tidak mudah. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi antara lain faktor internal dan faktor external, faktor internal yang berasal dari dalam diri nasabah dan faktor external berasal dari rangsangan yang di lakukan dari lembaga keuangan yang lainnya dan lingkungan sekitarnya.<sup>18</sup>Peneliti mengamati secara umum berbagai perangkat perbankan menggunakan teknologi berbasis digital begitu pula BSI sebagai lembaga perbankan baru yang berbasis syariah tidak bisa menghindari kecanggihan dari teknologi

---

<sup>17</sup>Hasil wawancara dengan siti nikmah masyarakat desa woro pada kamis 17 september 2020

<sup>18</sup>Kamila yaumi nurjanah, *pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan pada PT. BNI Syariah Surabaya, skripsi-UIN sunanampel, Surabaya, 2013, hal, 2.*

tersebut. Seperti munculnya mobail banking yan menatu pada smart phondan terkoneksi pada internet sangat berpengaruh terhadap gaya kerja para karyawan perbankan. Banyak karyawan perbankan dalam lingkup lembaga konvensional maupun syariah yang menggunakan gaya kerja lama. Seperti gaya kerja karyawan yang tidak menguasai sistim computer, sistim android serta beragam aplikasi canggih yang memudahkan kerja perbankan. Dalam konteks ini peneliti menyajikan pengelolaan, pengolahan, dan pemasaran produk BSI yang selalu update dengan kemajuan sistem dan IT. Kecanggihan IT, khususnya perkembangan media social selalu berhubungan dengan tingkat penampilan, sistem kerja sama yang saling menguntungkan, pelayanan yang membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah. *Personal seling*, bagi hasil, dan kualitas pelayanan merupakan strategi baru bagi lembaga perbankan yang mengkolaborasika produk-produknya dengan kecanggihah IT.

Berdasarkan paparan diatas penulistermotivasi untuk melakukan penelitian ini untuk menguji seberapa besar pengaruh *personal selling*, bagi hasil dan kuaslitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah untuk itu peneliti akan melakukan penelitia ndengan judul **“Pengaruh *Personal Selling*, Bagi Hasail dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah)”**.

**B. Identifikasi Masalah**

Penelitian ini hanya di batasi oleh variable pengaruh tingkat *personal selling*, bagi hasil dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah)

**C. Rumusan Masalah**

Dari rumusan masalah yang telah di paparkan oleh penulis di atas maka penulis akan merumuskan masalah sebagai batasan-batasan penulis dalam melaksanakan penelitian lebih lanjut, yaitu:

1. Apakah *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah)?
2. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah)?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah)?
4. Apakah *personal selling*, bagi hasil, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah)?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian pasti ada tujuan yang ingin di capai oleh sebab itu pasti ada usaha dan pengujian secara teliti. Rumusan masalah diatas maka dapat ditarik tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah).
2. Untuk menguji pengaruh bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah).
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah).
4. Untuk menguji pengaruh *personal selling*, bagi hasil, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah).

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat memberikan yaitu:

1. Manfaat teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat diharapkan memberikan pengetahuan sekaligus memperluas wawasan dalam bidang perbankan syariah khususnya mengenai pengaruh *personal selling* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi lembaga keuangan syariah

Dapat di jadikan sebagai acuan untuk meningkatkan atau menyempurnakan produk yang dimilikinya dengan landasan syariat islam dan sesuai dengan harapan masyarakat.

### b. Bagi Akademik dan pembaca

Dapat menambah literature keputusan pada mahasiswa untuk dijadikan bahan referensi/rujukan untuk peneliti lebih lanjut yang berhubungan dengan perbankan syariah khususnya pada keputusan menabung dengan prinsip syariah.

### c. Bagi peneliti yang akan datang

Diharapkan nantinya dengan penelitian ini, sebagai pengalaman dan pengetahuan dalam membangun ilmu.

## F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Dalam uraian perumusan masalah diatas, maka penulis melakukan pembatasan ruang lingkup penelitian. Variable-variabel yang di ujikan dalam penelitian

terbagi menjadi dua bagian, yaitu: variable bebas (*independent variable*) yang terdiri dari pengaruh *personal selling*, bagi hasil, dan kualitas pelayanan. Sedangkan variable terikat (*dependent variable*) yaitu keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Lamongan Pasar Babat (Ex. BNI Syariah).

## G. Penegasan Istilah

### 1. Secara konseptual

- a. *Personal selling* adalah presentasi pribadi oleh para karyawan perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan dengan, devinisi diatas disimpulkan bahwa *personal selling* adalah promosi penjualan yang dilakukan dengan dua arah dan dinilai lebih serius dalam memasarkan produk, Karen atujuan akhir dalam suatu promosi adalah melakukan penjualan.<sup>19</sup>
- b. Bagi hasil Menurut Antonio bagi hasil adalah suatu system pengolahan dana dalam perekonomian islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal dengan pengelola. Bagi hasil bisa juga dikenal dengan istilah *profit sharing*. Menurut kamus ekonomi *profit sharing* berarti pembagian laba. Dalam mekanisme syariah model

---

<sup>19</sup>Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Marketing EdisiKeujuh*, (Jakarta: SalembaEmpat, 2004), hal 122

bagi hasil ini berhubungan dengan usaha pengumpulan dana (*funding*) maupun pelepasan dana atau pembiayaan (*financing*). Terutama yang berkaitan dengan produk penyertaan atau kerjasama usaha.<sup>20</sup>

- c. Kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan mengenai superioritas jasa yang merupakan akumulasi kepuasan bagi banyak pelanggan atas banyak pengalaman jasa. Penyedia jasa yang berkualitas adalah penyedia yang mampu terus menerus menyediakan pengalaman jasa yang memuaskan selama jangka periode waktu yang lama.<sup>21</sup>
- d. Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, menurut KBBI keputusan yaitu: perihal yang berkaitan tentang putusan; segala putusan yang telah di tetapkan (sesudah di prtimbangkan, di pikirkan).<sup>22</sup>
- e. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai syariat dan hukum islam dan bank syariah berfungsi sebagai manager investasi dan investor<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup>Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2007), hal 10.

<sup>21</sup>Hassel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hal 215.

<sup>22</sup><https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/keputusan> (Diakses pada tanggal 14 januari 2021, pukul 11:43).

<sup>23</sup>Sulaimn Jajuli, *Pendanaan Bank Syaria*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal 9.

## 2. Devinisi Operasional

Secara operasional, faktor-faktor yang dimaksud disini adalah factor *personal selling*, bagi hasil dan kualitas pelayanan. Dari beberapa faktor-faktor tersebut peneliti akan menguji factor apa saja yang memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Yaitu factor *personal selling*, bagi hasil, dan kuslitas pelayanan.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini dilaporkan dan disajikan secara terperinci dalam menambah yang setiap babnya terdapat masing – masing sub bab. Sebagai perincian dari enam bab tersebut maka sistematika penulisan skripsi dipaparkan sebagai berikut:

Bagian awal berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, halaman keaslian tulisan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak.

BAB I (PENDAHULUAN) bab ini menguraikan tentang: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian,(e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan batasan penelitian, (g) penegasan istilah, dan (h) sistematika penulisanskripsi.

BAB II (LANDASAN TEORI) dalam bab ini akan menguraikan tentang teori – teori yang mendukung atau mendasari dalam penelitian yang meliputi: (a) kerangka teori variabel/sub pertama, (b) kerangka teori

variabel/sub kedua, (c) kajian penelitian terdahulu, (d) kerangka berfikir peneliti, dan (e) hipotesis peneliti.

BAB III (METODE PENELITIAN) dalam bab ini dikemukakan secara singkat mengenai (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi dan sampel, (c) data dan jenis data dan skala pengukuran, (d) Teknik pengumpulan data, dan (e) analisis data.

BAB IV (HASIL PENELITIAN) dalam bab ini di bahas mengenai (a) deskripsi data dan (b) pengujian hipotesis.

BAB V (PEMBAHASAN) dalam bab ini berisi mengenai menjawab masalah penelitian, menafsirkan temuan – temuan penelitian, mengintegrasikan temuan penelitian, memodifikasi teori yang ada, dan menjelaskan implikasi – implikasi lain dari hasil penelitian.

BAB VI (PENUTUP) dalam bab ini menguraikan tentang (a) kesimpulan dan (b) saran – saran yang bermanfaat bagi Lembaga/perusahaan. Pada bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran, serta daftar riwayat hidup.