

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis yang semakin ketat, para pelaku usaha diharuskan menciptakan keunggulan bersaing untuk bisa memenangkan pasar persaingan. Lembaga keuangan bank maupun non bank berlandaskan syariah maupun konvensional bersaing untuk saling berebut perhatian pasar, karena penjualan produknya berupa jasa tentu tidaklah mudah untuk meraih keunggulan bersaing.

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini menjadi salah satu kesempatan besar untuk pengembangan lembaga keuangan syariah. Seiring dengan perkembangan tersebut tentu memberikan banyak pilihan untuk anggota ataupun nasabah menggunakan produk-produk lembaga keuangan syariah dengan metode bagi hasil. Lembaga keuangan syariah bank terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan lembaga keuangan syariah non bank salah satunya adalah Baitul Maal wa Tamwil (BMT).

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal kegiatannya lebih mengarah pada usaha non profit, seperti infaq, sedekah dan zakat. Sedangkan baitul tamwil kegiatannya mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran

dana komersial. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) adalah lembaga swadaya masyarakat yang berarti masyarakat yang mendirikan dan mengembangkannya. Tujuan berdirinya BMT juga agar kualitas usaha ekonomi meningkat demi kesejahteraan masyarakat.<sup>2</sup>

BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung berdiri dan disahkan pada tanggal 28 Agustus 1998 dan berbadan hukum dengan No.02/II/KDK.13/18/VIII/1998, merupakan lembaga ekonomi keuangan mikro syariah yang didirikan oleh beberapa alumni STAIN Tulungagung. BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung yang dahulunya menjadi satu dengan BMT Pahlawan dan beralamat di jalan HR. Fatah Kios nomor 33 sekarang berdiri sendiri dan beralamat di jalan Mayjed Sungkono XI/02, Kutoanyar, Tulungagung. Produk-produk yang terdapat di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung diantaranya adalah produk simpanan akad mudharabah, tabungan qurban, tabungan haji, serta produk pembiayaan berupa pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, qardhul hasan, dan Bai' Bitsaman Ajil (BBA).<sup>3</sup>

BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung sendiri adalah lembaga keuangan syariah terpecaya yang dirintis oleh tokoh-tokoh besar NU wilayah Kalidawir dan juga dukungan dari beberapa praktisi lembaga keuangan dan pendidikan yang ada di Kalidawir. BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung baru terbentuk pada tanggal 04 Juli 2018 dan berbadan hukum dengan nomor:

---

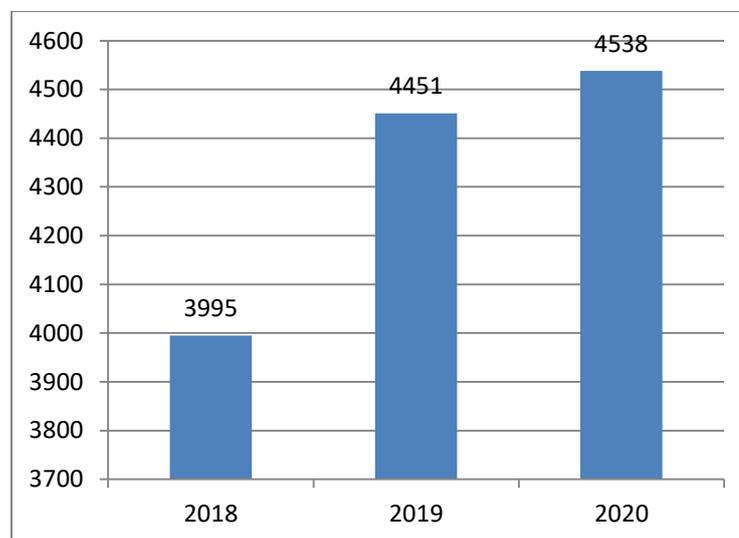
<sup>2</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 128

<sup>3</sup> Buku laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT Muamalah Tulungagung Tahun 2020

011353/BH/M.KUKM.2/XII/2018. BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung hadir dengan berbagai produk yang disediakan sesuai dengan prinsip syariah dengan menggunakan sistem bagi hasil, berupa produk penghimpunan dan pembiayaan. Produk-produk yang terdapat di BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung diantaranya adalah produk simpanan pelajar, simpanan amanah, simpanan masalah, simpanan umrah, simpanan haji, simpanan qurban, simpanan berjangka, serta produk pembiayaan berupa pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah, dan talangan haji.<sup>4</sup>

**Grafik 1.1**

**Jumlah anggota keseluruhan BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung.**



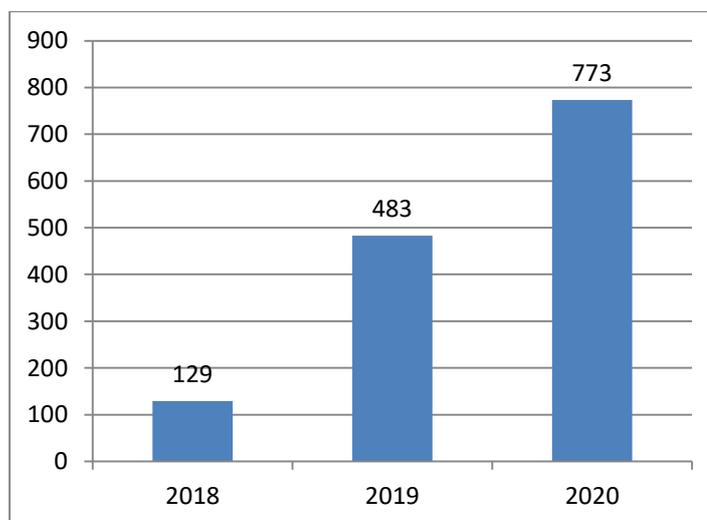
Sumber: Data BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung.

Dari grafik 1.1 di atas, dapat dilihat penambahan jumlah anggota BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung yang meningkat dari tahun ke tahun.

<sup>4</sup> Buku laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tahun 2020

Pada tahun 2018 anggota berjumlah 3995, pada tahun 2019 anggota bertambah menjadi 4451, dan pada tahun 2020 anggota bertambah lagi menjadi 4538. Hal ini membuktikan bahwa BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung mampu bersaing mempertahankan eksistensinya dan juga menjaga kualitas BMT dengan menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun BMT mampu menjaga loyalitas anggota dan menarik konsumen yang lain untuk menjadi anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung.

**Grafik 1.2**  
**Jumlah anggota keseluruhan BMT NUsantara UMAT MANDIRI**  
**Kalidawir Tulungagung.**



Sumber: Data BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.

Dari grafik 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung juga mengalami peningkatan jumlah anggota dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018 awal berdiri sudah memiliki 129 anggota yang berarti masyarakat sekitar begitu antusias dengan adanya BMT NUsantara UMAT MANDIRI, lalu pada tahun 2019 anggota bertambah

menjadi 483, dan pada tahun 2020 anggota bertambah menjadi 773. Hal ini membuktikan walaupun BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung baru merintis tetapi BMT NUsantara UMAT MANDIRI mampu bersaing dengan menjaga kualitasnya dan menunjukkan bahwa BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung dari tahun ke tahun mampu menjaga loyalitas anggota dan menarik konsumen-konsumen lain untuk menjadi anggota.

Keberhasilan atau kemajuan suatu BMT tidak lepas dari kepuasan anggota. Kepuasan anggota merupakan kunci kesuksesan suatu usaha yang dilakukan oleh setiap BMT karena BMT memiliki banyak produk yang dipasarkan maka banyak pula usaha yang harus dilakukan BMT untuk memberikan kepuasan kepada anggotanya. Kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>5</sup> Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota/konsumen menurut Tjiptono dan Candra dalam Iga Mawarni adalah produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan suasana.<sup>6</sup> Apabila itu terwujud, maka dapat dipastikan anggota akan merasa puas dan berdampak baik pada kemajuan BMT.

---

<sup>5</sup> Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Ngesrep Semarang)", *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 7, No. 2, 2019, hal. 6

<sup>6</sup> Iga Mawarni, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada RSUD dr. R. Soetrasno Rembang*, (Semarang: Skripsi, 2018), hal. 11

Pada penelitian ini harga tidak menjadi salah satu variabel pengaruh terhadap kepuasan anggota. Karena penerapan strategi harga produk yang diterapkan oleh BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung adalah sesuai dengan sistem pembagian berdasarkan prinsip syariah dan dinyatakan dalam nisbah yang telah disepakati antara pihak BMT dengan anggota. Sehingga tidak terdapat masalah yang dihadapi oleh BMT maupun oleh anggota terhadap harga. Promosi juga tidak menjadi salah satu variabel pengaruh terhadap kepuasan anggota. Karena respon baik atau positif anggota lama terhadap BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung secara otomatis akan merekomendasikan BMT kepada teman atau kerabat untuk menjadi calon anggota baru. Sehingga tidak terdapat masalah yang dihadapi oleh BMT maupun oleh anggota terhadap promosi. Fasilitas dan suasana tidak menjadi salah satu variabel pengaruh terhadap kepuasan anggota. Karena menurut teori Kasmir lokasi dan layout fasilitas ruang kantor dan gedung menjadi dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.<sup>7</sup> Sehingga fasilitas dan suasana termasuk ke dalam variabel lokasi.

Lokasi lembaga yang tepat menjadi salah satu faktor kepuasan anggota. Jika terjadi kesalahan dalam memilih lokasi atau tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup lembaga secara terus-menerus. Lokasi juga berperan menentukan tingkat kesuksesan usaha. Lokasi yang strategis

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 145

memudahkan anggota atau nasabah untuk mengakses jalan menuju kantor. Sehingga dibutuhkan lokasi yang mudah dijangkau oleh anggota atau nasabah.<sup>8</sup>

Untuk meningkatkan kepuasan anggota selain lokasi yang mudah dijangkau, produk-produk beragam yang sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan pasar dapat memberikan kepuasan maksimal pada anggota. Konsumen atau anggota cenderung memilih lembaga atau BMT yang menyediakan beragam pilihan produk. Pilihan produk yang beragam dapat disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan konsumen/anggota. Anggota/konsumen akan merasa puas jika jumlah dan jenis produk yang ditawarkan di suatu tempat beragam sesuai dengan apa yang konsumen butuh dan juga memperhatikan permintaan pasar saat ini.<sup>9</sup>

Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga atau BMT merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan. Pemenuhan harapan konsumen merupakan tujuan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, sedangkan harapan konsumen tidak selamanya sama. Konsumen selalu menilai suatu layanan yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan atau inginkan.<sup>10</sup>

Dengan memahami kebutuhan dan mengukur kepuasan atas lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang diberikan merupakan salah

---

<sup>8</sup> Lidia Kurnia Sari dan Euis Soliha, "Kualitas Layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah", *Jurnal Porsiding Sendi\_U*, 2018, hal. 670

<sup>9</sup> Zunita Rohmawati, "Kualitas, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Riset Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 2, 2018, hal. 22

<sup>10</sup> Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 1, 2017, hal. 51

satu hal yang penting dilakukan oleh BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung. Dengan mengetahui tingkat kepuasan anggota maka BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung akan mengetahui posisinya dalam persaingan bisnis. Selanjutnya, akan lebih mudah dalam mengambil kebijakan berimplementasikan strategi untuk meningkatkan kepuasan anggota melalui lokasi, keragaman produk yang ditawarkan, dan kualitas pelayanan yang diberikan. Tiga faktor tersebut merupakan hal yang bisa menentukan kepuasan anggota. Kepuasan anggota sangatlah penting karena dengan anggota merasa puas dengan lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan dari BMT, maka kelangsungan BMT tersebut akan berjalan baik.

Alasan dari peneliti memilih BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung sebagai tempat penelitian adalah karena anggota di kedua lokasi belum pernah diteliti tentang pengaruh lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT. BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung juga menunjukkan bahwa kedua BMT tersebut mampu bersaing dan menjaga kualitas dengan melihat data dari jumlah anggota yang tiap tahunnya terus mengalami peningkatan.

Berdasarkan uraian di atas mendorong peneliti dalam mengambil judul penelitian tentang, **“Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Kualitas**

**Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung”.**

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat didefinisikan berbagai masalah yang ada terkait dengan lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota adalah sebagai berikut:

1. Penentuan lokasi dari BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung yang masuk gang jalan kecil dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung yang tidak berada di pinggir jalan raya akan berpengaruh terhadap keinginan anggota dalam melakukan hubungan dengan BMT dan mempengaruhi tingkat kepuasan anggota.
2. Keragaman Produk yang disediakan BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung, baik produk simpanan maupun produk pembiayaan yang adanya kemungkinan tidak disesuaikan dengan kebutuhan anggota akan berpengaruh terhadap kepuasan anggota.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung yang adanya kemungkinan kurang memenuhi harapan anggota juga akan mempengaruhi kepuasan bagi anggota.

### **C. Rumusan Masalah**

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung?
4. Apakah lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.

2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.

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

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta memberikan kontribusi kepada semua pihak. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Secara teoritis bisa digunakan sebagai bahan rujukan penelitian selanjutnya untuk penelitian yang mempunyai tema serupa tetapi ada pembeda pada analisis dan model penelitiannya. Sehingga peneliti selanjutnya bisa melakukan proses pengecekan dan untuk kemajuan ilmu pengetahuan di bidang tersebut.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi Lembaga

Adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung guna mengetahui pengaruh lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota.

b. Bagi Akademik

Penulisan ini diharapkan bisa sebagai tambahan dalam keperpustakaan khususnya di bidang perbankan syariah, meningkatkan informasi kepada perguruan tinggi dan juga dapat dijadikan bahan bacaan yang berisi suatu studi yang bersifat karya ilmiah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adanya penelitian ini diharapkan bisa dijadikan rujukan penelitian yang serupa tentang pengaruhnya lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota serta sumbangan pikiran kepada peneliti selanjutnya.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran terkait judul penelitian, perlu kiranya diberikan penjelasan mengenai ruang lingkup dan pembatasan penelitian.

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penelitian ini berguna agar tidak menyimpang dari tujuan yang diharapkan, maka dari itu memberi batasan masalah yang nanti akan diteliti serta lokasi penelitian.

Penelitian ini terkait menganalisis lokasi, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.

## 2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian terdapat pada waktu penelitian, tenaga, dan pikiran karena penelitian dilaksanakan dalam waktu yang tidak lama. Dan menghasilkan data yang kurang maksimal. Adapun batasan-batasan penelitiannya sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah lokasi, keragaman produk, dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan anggota.
- b. Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah nasabah-nasabah di BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.
- c. Tempat yang dijadikan penelitian adalah BMT Muamalah Kutoanyar Tulungagung dan BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung.

## G. Penegasan Istilah

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas dalam memahami judul diatas dan untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul maka penulis perlu menjelaskan istilah sebagai berikut:

### 1. Definisi Konseptual

- a. Lokasi adalah tempat jual beli produk-produk bank untuk masyarakat dan pusat pengendalian perbankan.<sup>11</sup>
- b. Keragaman Produk adalah kelompok seluruh barang dan produk yang penjual tertentu tawarkan kepada pembeli. Volume penjualan sangat dipengaruhi oleh ketertarikan konsumen terhadap produk yang bervariasi.<sup>12</sup>
- c. Kualitas Pelayanan adalah usaha memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen juga penyampaian yang tepat dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>13</sup>
- d. Kepuasan Anggota adalah keseluruhan sikap setelah memperoleh dan memakai suatu barang atau jasa terhadap barang atau jasa tersebut.<sup>14</sup>

### 2. Definisi Operasional

- a. Lokasi bisa dilihat dari aksesnya yang mudah, visibilitas atau dapat dilihat dengan jelas, tempat parkir yang aman dan nyaman, bisa

---

<sup>11</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 145

<sup>12</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 29

<sup>13</sup> Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB", *Jurnal Ecodemia*, Vol. 2, No.1, 2018, hal. 50

<sup>14</sup> Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), hal. 58

dilakukan ekspansi atau perluasan, dan lingkungan sekitar yang mendukung usaha.

- b. Keragaman produk bisa dilihat dari kinerja yang baik dari suatu produk, memiliki keistimewaan tambahan, memiliki kehandalan produk, konformitas atau kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan, daya tahan produk yang baik, kemampuan pelayanan produk yang baik, memiliki estetika, dan memiliki kualitas yang dapat dipersepsikan.
- c. Kualitas pelayanan bisa dilihat dari bukti langsung baik pegawai maupun fasilitas fisik, memiliki kehandalan dalam pelayanan, daya tanggap yang baik, memiliki jaminan, dan empati meliputi komunikasi yang baik saat memberikan pelayanan.
- d. Kepuasan Anggota bisa dilihat dari kesesuaian harapan anggota, minat berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang, kesediaan anggota untuk merekomendasi teman atau keluarga.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan skripsi ini berisikan tentang isi dari keseluruhan penelitian. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**, membahas penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN**, terdiri dari deskripsi karakteristik dan uraian data dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

**BAB V PEMBAHASAN**, menjelaskan temuan-temuan peneliti yang telah ditemukan pada hasil penelitian.

**BAB VI PENUTUP**, terdiri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi.