

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah yang terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Prinsip syariah yaitu prinsip hukum Islam yang berada di dalam kegiatan perbankan berlandaskan fatwa yang telah dikeluarkan oleh salah satu lembaga yang diberi wewenang untuk menetapkan fatwa dibidang syariah.

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram.<sup>2</sup>

Kemudian, terkait dengan tujuan bank syariah, pada pasal 3 dinyatakan bahwa “perbankan syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat”.<sup>3</sup>

Perbankan di Indonesia mempunyai peran yang begitu penting dalam mengembangkan perekonomian. Hal ini dikarenakan perbankan adalah

---

<sup>2</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019), hal. 24

<sup>3</sup> Rizal Yaya, et. all., *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal.

lembaga intermediasi yang kegiatannya mengumpulkan dana dari pihak yang kelebihan dana untuk kemudian disalurkan kembali kepada pihak yang kekurangan dana. Oleh karena itu, dalam menjalankan aktivitas operasionalnya perbankan diharapkan mampu sejalan secara efisien pada perekonomian berskala mikro maupun makro. Untuk meningkatkan mobilitas dana pada masyarakat terkait dengan pengalokasian kebutuhan terhadap pelayanan jasa pada perbankan yang selaras dengan prinsip syariah.

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, bahwa “salah satu bisnis utama dan menjadi salah satu sumber utama dari bank syariah yaitu melalui penyaluran pembiayaan kepada masyarakat.”<sup>4</sup> Pada dasarnya kegiatan operasional bank syariah maupun konvensional dalam hal menghimpun dana kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat adalah sama. Perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional adalah terletak pada prinsipnya dimana bank syariah dalam kegiatannya tidak beroperasi atas dasar bunga, tetapi atas dasar bagi hasil atau disebut juga pembagian keuntungan.<sup>5</sup>

Maraknya persaingan yang ketat dalam dunia perekonomian khususnya dalam bidang perbankan menuntut para pelaku ekonomi untuk mampu mengembangkan kreativitas dan inovasinya dalam berproses. Persaingan ini mengakibatkan para pelaku ekonomi dalam hal ini adalah perbankan mencari berbagai cara untuk menerapkan strategi terbaik agar mampu bersaing antar perbankan, baik perbankan syariah maupun konvensional.

---

<sup>4</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal. 37

<sup>5</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hal. 4

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kantor perbankan syariah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Berikut ini adalah tabel perkembangan jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia periode 2018-2020:

Tabel 1.1  
**Perkembangan Jaringan Kantor BUS, UUS, dan BPRS  
Tahun 2018-2020**

Kelompok Bank	2018	2019	2020
<b>BUS</b>			
Jumlah Bank	14	14	14
Jumlah Kantor	1866	1894	1922
<b>UUS</b>			
Jumlah Bank	20	20	20
Jumlah Kantor	345	372	386
<b>BPRS</b>			
Jumlah Bank	167	164	164
Jumlah Kantor	495	506	618

Sumber: Data Statistik Perbankan Syariah 2018-2020 ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)), diakses tanggal 4 Juli 2021

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah kantor bank syariah yang tersebar di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini dapat menjadikan persaingan antar bank semakin ketat. Oleh karena itu bank harus mempunyai strategi agar mampu bersaing dan menjadi bank pilihan masyarakat.

Berkembangnya suatu bisnis yang dapat menimbulkan persaingan, mengakibatkan bank syariah harus mampu menjalankan berbagai strategi untuk dapat menarik minat masyarakat atau nasabah salah satunya yaitu dengan menciptakan kesan atau citra perusahaan yang positif kepada khalayak.

Didalam penelitian Putra, et. all., menurut Adona citra perusahaan adalah “kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan dimata para khalayak yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri”.<sup>6</sup>

Citra adalah bagaimana pihak lain menilai sebuah perusahaan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka sendiri. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memberikan citra yang positif kepada masyarakat agar masyarakat juga memberikan kesan atau nilai yang positif terhadap perusahaan tersebut. Citra bagi bank syariah sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan nasabah terhadap kualitas produk dan pembiayaan yang akan diterima.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwi Setyowati (2015),<sup>7</sup> yang menyatakan bahwa “citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat pembiayaan ulang nasabah di bank syariah”. Artinya, bahwa citra perusahaan sangat berpengaruh dalam mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih pembiayaan di bank syariah.

Bagi perusahaan, memiliki citra perusahaan yang baik merupakan faktor yang sangat penting karena dapat memberikan manfaat. Perusahaan dengan reputasi yang baik akan mendorong konsumen untuk membeli produk

---

<sup>6</sup> Putra, et. all., *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 26, No. 2, September 2015, hal. 3

<sup>7</sup> Dwi Setyowati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Pengajuan Pembiayaan Ulang Nasabah (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Bogor)*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hal. 118

yang dihasilkan, mampu mendorong semangat kerja karyawan, mempertinggi kemampuan bersaing, serta akan berdampak pada loyalitas nasabahnya.

Selain menciptakan citra perusahaan yang positif terdapat hal yang tak kalah penting yang harus diperhatikan betul-betul oleh bank dalam menghadapi persaingan yaitu kualitas pelayanan. Karena kualitas pelayanan yang terbaik merupakan sebuah harapan bagi para nasabah, dengan begitu kepuasan nasabah dapat terwujud yang kemudian akan menimbulkan minat untuk melakukan transaksi.

Di dalam buku Andriasan Sudarso menurut Tjiptono, kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Hal ini disebabkan konsumenlah yang mengkonsumsi serta yang menikmati jasa layanan sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa tersebut.<sup>8</sup>

Kualitas pelayanan yang baik disini dapat dikaitkan dengan tingkat pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar perusahaan mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hal. 58

<sup>9</sup> Andriani Kusumawati, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15, No. 1, Oktober 2014, hal. 3

Jika bank mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabahnya, maka akan berdampak positif pada citra perusahaan. Dan sebaliknya jika bank memberikan kualitas pelayanan yang kurang baik kepada nasabahnya, maka akan berdampak negatif pada citra perusahaan sehingga kepercayaan masyarakat akan menurun yang dapat berakibat pada minat terhadap bank syariah juga menurun. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Griffin yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan yang diberikan pada bank syariah dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.”<sup>10</sup>

Penulis memilih lokasi di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah). Alasan memilih BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) sebagai lokasi penelitian karena citra perusahaan yang diciptakan baik, dibuktikan dengan *brand equity* Bank BRI Syariah semakin kuat seiring diraihnya predikat sebagai bank syariah keempat terbesar berdasarkan jumlah aset. Pada tahun 2017, BRI Syariah menjadi bank syariah pertama yang menyalurkan KUR syariah terbesar Rp. 58,1 miliar dengan jumlah nasabah sebanyak 2.578 nasabah.<sup>11</sup> Kemudian, BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) tergolong memiliki komitmen untuk melakukan kerjasama dengan masyarakat melalui berbagai penawaran produk maupun jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu, letak lokasi BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) sangat strategis yaitu berada di

---

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2009), hal.143

<sup>11</sup> Laporan Keuangan BRI Syariah 2020, [https://www.ir-bankbsi.com/annual\\_reports.html](https://www.ir-bankbsi.com/annual_reports.html), diakses pada tanggal 22 Juni 2021, pukul 13.05

Ruko Panglima Sudirman Trade Center Blok A1 Tulungagung, dekat dengan pemukiman warga, dan juga dekat dengan fasilitas umum seperti Rumah Sakit.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih produk pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung (eks BRI Syariah) untuk diteliti. Alasan memilih produk pembiayaan *murabahah* untuk diteliti yaitu karena setiap tahun jumlah pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung (eks BRI Syariah) stabil dan meningkat. Selain itu, produk pembiayaan yang ditawarkan di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) adalah pembiayaan dengan akad *murabahah*.

Pada Bank BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah), perkembangan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* dari tahun ke tahun menggambarkan bahwa nasabah tetap berminat untuk melakukan pembiayaan *murabahah*. Hal ini dapat dilihat bahwa jumlah pembiayaan dari tahun ke tahun adalah stabil dan meningkat. Berikut ini adalah data perkembangan jumlah pembiayaan *murabahah* dari tahun 2018-2020.

Tabel 1.2  
**Data Nasabah Pembiayaan Murabahah  
 di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) dalam Rp**

Jenis Produk	2018	2019	2020
Mikro 25 IB	0	0	0
Mikro 75 IB	926.000.000	754.504.541	1.317.419.000
Mikro 200 IB	3.434.000.000	1.799.831.000	4.290.575.799
KUR Mikro IB	3.270.000.000	6.586.000.000	11.982.744.390

Sumber: Laporan Keuangan BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah)

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut dapat dijelaskan yaitu pada pembiayaan Mikro 25 IB dari tahun 2018 sampai tahun 2020 sebesar Rp. 0; hal ini dikarenakan untuk produk Mikro 25 IB tidak dipasarkan kepada masyarakat karena untuk produk ini dinilai memiliki resiko yang tinggi apabila terjadi pembiayaan macet.<sup>12</sup> Untuk pembiayaan Mikro 75 IB tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 926.000.000; kemudian pada tahun 2019 mengalami penurunan namun tidak begitu signifikan yaitu menjadi sebesar Rp. 754.504.541; dan di tahun 2020 mengalami peningkatan kembali menjadi sebesar Rp. 1.317.419.000; sehingga meskipun ditahun 2019 sempat mengalami penurunan namun pada tahun 2020 kembali mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Untuk pembiayaan Mikro 200 IB tahun 2018 sebesar Rp. 3.434.000.000; tahun 2019 sebesar 1.799.831.000; dan tahun 2020 sebesar Rp. 4.290.575.799; pada pembiayaan Mikro 200 IB ini meskipun sempat mengalami penurunan di tahun 2019 namun pada tahun 2020 kembali mengalami kenaikan. Untuk pembiayaan KUR Mikro IB dari tahun 2018 sampai tahun 2020 terus mengalami peningkatan yang sangat signifikan yaitu tahun 2018 sebesar Rp. 3.270.000.000; tahun 2019 sebesar Rp. 6.586.000.000; dan untuk tahun 2020 mengalami lonjakan peningkatan yaitu sebesar Rp. 11.982.744.390;.

Berdasarkan penjelasan tabel 1.2 di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) stabil dan untuk pembiayaan KUR Mikro IB terus

---

<sup>12</sup> Hasil Wawancara kepada Bapak Rengga Selaku Micro Staff BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah), Tanggal 16 Maret 2021



mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut mungkin dipengaruhi oleh citra perusahaan dan kualitas pelayanan sehingga dapat menarik minat nasabah atau masyarakat untuk memilih pembiayaan *murabahah*. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah), maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN ATAS MINAT MASYARAKAT MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah))”**.

#### B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi berbagai masalah yang muncul antara lain adalah:

1. Kurangnya informasi yang berkaitan dengan Bank Syariah sehingga dapat mempengaruhi citra perusahaan yang mana diharapkan mampu memberikan kesan yang baik bagi nasabahnya.
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk bank syariah menjadi masalah terhadap keputusan masyarakat untuk melakukan pembiayaan di Bank Syariah.

3. Citra perusahaan dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat masyarakat atau nasabah untuk melakukan pembiayaan *murabahah* di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah).

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah)?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah)?
3. Apakah citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah)?

#### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai ialah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh citra perusahaan terhadap minat masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah).
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah).
3. Untuk menguji pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah).

#### E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka peneliti mengharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun manfaat secara praktis, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis guna meningkatkan pengembangan keilmuan khususnya dibidang perbankan syariah, dapat menjadi bahan referensi, dan dapat menambah koleksi pustaka di perpustakaan IAIN Tulungagung.

##### 2. Secara Praktis

###### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengasah kemampuan analisis dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan bagi peneliti terhadap

persepsi yang berkaitan dengan produk pembiayaan *murabahah* pada BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah).

b. Bagi Lembaga

Bagi lembaga, yaitu BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) penelitian ini diharapkan berguna sebagai sumber informasi untuk pengembangan BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) lebih baik lagi kedepannya.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk melakukan penelitian berikutnya yang lebih mendalam.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan batasan masalah dalam penelitian, agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga pembahasan menjadi lebih terarah. Adapun ruang lingkup dan keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Ruang lingkup

Penelitian ini menggunakan variabel independen, yaitu variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen, yaitu variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel independen atau variabel yang mempengaruhi yaitu citra perusahaan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ). Sedangkan, variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini yaitu minat

masyarakat memilih pembiayaan Murabahah di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah) (Y).

## 2. Keterbatasan Penelitian

- a. Dalam penelitian ini tidak digeneralisasikan untuk seluruh faktor yang mempengaruhi minat masyarakat memilih pembiayaan murabahah di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah), namun dibatasi hanya pada citra perusahaan dan kualitas pelayanan.
- b. Subyek penelitian adalah seluruh nasabah pembiayaan murabahah di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah).
- c. Peneliti mengambil sampel penelitian di BSI KK Tulungagung Trade Center (eks BRI Syariah).

## G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas, untuk memahami maksud judul dan untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul. Oleh karena itu perlu dijelaskan beberapa istilah penting dari judul penelitian yaitu “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Atas Minat Masyarakat Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah” sebagai berikut:

### 1. Definisi Konseptual

- a. Citra Perusahaan ( $X_1$ )

Citra Perusahaan merupakan kumpulan proses dimana konsumen membandingkan produk, harga, kualitas produk, dan kualitas layanan yang dimiliki oleh perusahaan.<sup>13</sup>

b. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Kualitas pelayanan yaitu pelayanan terbaik yang diberikan kepada para pelanggan atau nasabah dimana timbul suatu perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas yang mereka terima atau peroleh.<sup>14</sup>

c. Minat

Minat yaitu kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan.<sup>15</sup>

d. Pembiayaan *Murabahah*

Adalah pembiayaan berupa kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang transaksi jual beli barang sebesar harga perolehan barang di jumlah dengan margin keuntungan.<sup>16</sup>

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan menguji apakah faktor

---

<sup>13</sup> A. A. Ayu Permata Sari dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*, (Boyolali: Penerbit Lakeisha, 2020), hal. 12

<sup>14</sup> Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 14

<sup>15</sup> Ismaulina dan Ali Muhayatsyah, *Keputusan Mahasiswa & Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Memilih Jurusan Baru*, (CV. AA. Rizky), hal. 23

<sup>16</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kredit secara Sehat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 260

citra perusahaan dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan murabahah.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun gambaran mengenai isi dari skripsi ini, sistematikanya yaitu sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Pada bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### 2. Bagian Utama

Pada bagian utama terdiri dari beberapa bagian seperti dijelaskan antara lain sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

Bab II Landasan Teori, dalam bab ini berisi mengenai teori yang membahas variabel/ sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/ sub variabel kedua dan seterusnya (jika ada), kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian,

sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, dalam bab ini berisi mengenai hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis), serta temuan penelitian.

Bab V Pembahasan, dalam bab ini berisi mengenai pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

Bab VI Penutup, dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.