

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia otomotif telah melahirkan era baru dalam dunia bisnis. Hal ini ditandai dengan banyaknya *showroom* yang bermunculan karena banyaknya jumlah motor yg beredar di Indonesia. Sepeda motor sudah menjadi bagian primer disemua kalangan baik bagi pria maupun wanita masa kini. Salah satu produk otomotif yaitu Vespa merupakan suatu alat transportasi yang ikonik dan banyak orang menginginkannya karena didukung oleh kualitas yg baik. Menawarkan manfaat dan kegunaan utama yang dibutuhkan pelanggan.

Dengan perkembangan dunia otomotif yang begitu pesat dan persaingan antar perusahaan yang begitu ketat., konsumen dihadapkan dengan berbagai alternatif untuk membeli dan menggunakan sesuai kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini juga berdampak pada perusahaan Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung. Banyak tantangan yang dihadapi seperti bagaimana usaha terus berjalan dan berkembang ditengah-tengah perkembangan zaman. Untuk selalu menjaga dan tetap bertahan, maka setiap usaha memiliki cara masing-masing untuk mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Salah satu cara agar suatu perusahaan dapat bersaing dan bertahan dengan menciptakan kepuasan pelanggan yang akan memicu pembelian ulang dan minat mereferensikan yang tinggi. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas

harga, berkurangnya transaksi masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktifitas karyawan.<sup>2</sup>

Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan. Untuk itu, perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar proses bisnis dapat berjalan dengan baik. Kualitas pelayanan atau jasa ikut menentukan perkembangan usaha dalam berbisnis. Kepuasan pelanggan tercapai jika faktor utama dari pelayanan tersedia, yaitu kesiapan sumber daya manusia dalam melayani calon pelanggan.<sup>3</sup> Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumennya. Perusahaan dituntut untuk mampu meninjau kembali hal-hal yang dibutuhkan konsumen dan melakukan upaya yang maksimal dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

Dalam pengembangan untuk menilai kualitas pelayanan digunakan suatu model dimensi – dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, seperti *tangibles* (bukti fisik) *reliability* (reliabilitas), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati), dapat digunakan sebagai langkah perencanaan strategis oleh perusahaan.<sup>4</sup> Perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang baik selain pencaapaian keuntungan. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, dengan ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen secara langsung dengan maksud untuk memperoleh umpan balik berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan.

---

<sup>2</sup> Yuli Rahmawati, “Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap *Word of Mouth* pada Pelanggan Honda Motor di Surabaya” 4, no. 1 (2014): 15–30.

<sup>3</sup> Teguh Wicaksono, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Upik Futsal Banjarmasin,” *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen* I, no. 2 (2017): 3.

<sup>4</sup> Vivi Ristanti, Muchsin Saggaff Shihab, and Endi Rekarti, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 9, no. 17 (2011): 2.

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan.<sup>5</sup> Sedangkan menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>6</sup> Pelayanan yg baik terhadap pelanggan akan menjadi daya tarik untuk pelanggan guna menumbuhkan kepuasan dan menciptakan loyalitas kepada produk kita.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan dalam bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian secara berulang.<sup>7</sup> Perusahaan pada umumnya menginginkan apa yang diproduksi dapat dipasarkan dengan lancar dan menguntungkan. Perusahaan akan mengupayakan agar pelanggan yang sudah diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Dasar loyalitas pelanggan berbeda-beda karena tergantung pada objektivitas masing-masing pelanggan. Sikap seseorang terbentuk dari tiga komponen yaitu kognitif/evaluasi, afektif/perasaan, dan perilaku/tindakan (Robbins & Judge, 2013).<sup>8</sup> Loyalitas pelanggan merupakan hal yang tidak mudah, mengingat beberapa perubahan dapat terjadi setiap saat. Loyalitas pelanggan dalam jangka panjang menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan. Dengan banyaknya persaingan global yang semakin ketat dengan masuknya beberapa produk yang inovatif ke pasar dan kondisi pasar yang semakin jenuh untuk beberapa produk tertentu akan menyebabkan tugas untuk mengelola loyalitas pelanggan menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan.

---

<sup>5</sup> Kotler, Philip, and Kevin L. Keller., *Marketing Management*, 14th Editi., 2012.

<sup>6</sup> Aryo Wibisono and , Syahril, "Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Performance "Jurnal Bisnis & Akuntansi"* 6, no. 2 (2016): 265–289.

<sup>7</sup> Zunita Rohmawati, "Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Riset Entrepreneurship* 1, no. 2 (2018): 19.

<sup>8</sup> Rokhmat Subagiyo, Burhan Djamiluddin, and Muhamad Ahsan, "Comparative Analysis of Customer Loyalty in Islamic and Conventional Banks : A Literature Review," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 5, no. 28 (2021): 97–118.

Terdapat beberapa variabel yang menentukan tingkat kelayakan pelanggan secara langsung, diantaranya, kepuasan pelanggan. Sebagaimana hasil riset yang dilakukan Ristanti *et al.*, pada PT Cahaya Buana Baru, Mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Hasil ini diperkuat oleh hasil riset yang dilakukan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>9</sup> Hasil ini menunjukkan bahwa menciptakan kepuasan pada pelanggan yang dilakukan perusahaan akan mendorong pelanggan untuk percaya dan loyal pada apa yg perusahaan berikan

Berikutnya, loyalitas pelanggan ditentukan oleh dimensi kualitas pelayanan. Hasil ini ini diperkuat oleh hasil riset yang dilakukan oleh Saidu Badara dkk yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.<sup>10</sup> Memberikan kualitas pelayanan terbaik dan sesuai syariat islam bagi setiap agar konsumen tetap setia menggunakan pelayanannya juga menjaga hubungan baik dengan pelanggannya dari berbagai golongan pelanggan agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik dan membentuk loyalitas mereka. Riset lain yang dilakukan oleh Anton, riset tersebut mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas,<sup>11</sup> Riset lainnya juga dilakukan oleh Landari *at al.*, menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>12</sup> Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin loyal untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhannya.

---

<sup>9</sup> Ristanti, Shihab, and Rekarti, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan."

<sup>10</sup> Rizky Pratama Putra and Sri Herianingrum, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BANK BRI Syariah SURABAYA," *JESTT* 1, no. 9 (2014): 624.

<sup>11</sup> ANTON TRI YUNANTO, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Danamon Surakarta Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Pemediasi" (2010).

<sup>12</sup> Yusi Landari, Meitiana, and Ina Karuehni, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Planggan Di Wash Up Laundry Palangkaraya" 2, no. 1 (2021): 52–63.

Selanjutnya, Pelanggan yang loyal ditentukan juga oleh kualitas pelayanan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anton, riset tersebut mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas,<sup>13</sup> Riset lain yang dilakukan oleh Landari *at al.*, menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>14</sup> Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin loyal untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhannya.

Kemudian, tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dimensi kualitas pelayanan. Di antaranya hasil riset yang dilakukan oleh Kasiman dan Hadi, yang merepresentasikan bahwa penelitian membenarkan adanya pengaruh sangat signifikan antara mutu pelayanan dalam dimensi berupa, *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap kepuasan nasabah, secara parsial maupun secara simultan.<sup>15</sup> Pelayanan yang baik dan perhatian khusus pada pelanggan secara konsisten dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Akan tetapi, tidak didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Arief dan Alfarizy yang mengatakan setelah beberapa teori dan pembahasan, penulis menemukan hasil bahwa bahwa Kualitas Pelayanan Syariah tidak mempengaruhi Kepuasan konsumen.<sup>16</sup>

Dalam konteks bisnis otomotif secara umum, Sebagaimana dilangsir oleh Info Redaksi - Vespa klasik/Scooter tidak hanya bisa dipakai untuk sehari-hari saja, melainkan sekarang memiliki motor vespa itu bisa menjadi

---

<sup>13</sup> YUNANTO, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Danamon Surakarta Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Pemediasi."

<sup>14</sup> Landari, Meitiana, and Karuehni, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Planggan Di Wash Up Laundry Palangkaraya."

<sup>15</sup> Syarifudin M. Kasiman and Sugeng Nugroho Hadi, "Pengaruh Lima Dimensi Mutu Pelayanan Perspektif Islami Terhadap Kepuasan Mitra Pada KSPPS BMT Binamas," *At-Tauzi'* 19, no. 1 (2019): 73-80.

<sup>16</sup> Yoyok Suyoto Arief and Muhammad Yusuf Alfarizy, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen," *Journal of Islamic Economics and Philanthropy* 2, no. 03 (2019): 403.

suatu investasi yang sangat menggiurkan.<sup>17</sup>Di kalangan artis trend mengoleksi vespa classic ini sangat meningkat. Dilansir dari berita online yaitu minews.com berberapa nama nama artis penggear atau koleksi Vespa seperti Andre Taulany, Tora Sudiro, Melki Bajaj, dan lain-lainnya.<sup>18</sup> Selain mengkoleksi vespa beberapa dari artis tersebut juga menjadikan vespa dengan jenis tertentu sebagai bisnis untuk jual beli dan juga investasi, karena harganya yang sangat menggiurkan. Meski sudah melewati beberapa zaman, vespa masih tetap eksis sampai sekarang dikarenakan mesinnya yang sangat baik dan bandel walau sudah berganti zaman.

Tidak hanya di kalangan artis saja, di kalangan masyarakat umum juga *trend vespa classic* ini di sambut dengan positif yaitu khususnya di Jawa Timur, Kabupaten Tulungagung. Bisa di lihat dari ramainya terbentuk komunitas pecinta vespa *classic* yaitu *TAS'C*, *Toeser Monster*, *Pestol Shit*, *Kompas T-POS*, *Rendani Teroris*, dan masih banyak lagi club vespa *classic* khususnya di Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut membuat trend tersendiri di kalangan anak muda, Selain itu banyak masyarakat juga yang memanfaatkan trend ini dengan berbisnis jual beli vespa *classic*. Salah satu penjual vespa *classic* yang saya jadikan subjek dan objek penelitian ini yaitu Basuki Rahmat *Production Skuter*.

BRP Skuter merupakan usaha waralaba yang bergerak dibidang Teknologi seperti Alat transportasi ,Produk yg dipasarkan ialah Motor Vespa. Motor yg digadang motor kekinian oleh masyarakat Tulungagung baik dari kalangan remaja hingga dewasa. Vespa juga telah menjadi salah satu Alat tranportasi yang paling populer di dunia, selain dijadikan untuk bepergian Vespa juga bisa dijadikan ornamen desain clasik untuk sebuah cafe dan tempat pameran wisata yg juga menjadi daya tarik untuk dijadikan nilai bisnis.

---

<sup>17</sup> Ahmad Fachry, "Vespa Klasik Investasi Yang Menarik," *Info Redaksi.Com*, last modified 2021, <https://www.inforedaksi.com/ekonomi-bisnis/pr-1211094932/vespa-klasik-investasi-yang-menarik>.

<sup>18</sup> One, "Ini Deretan Selebriti Indonesia Penggemar Vespa," *Mi News.Com*, <https://www.minews.id/gaya-hidup/ini-deretan-selebriti-indonesia-penggemar-vespa>.

Banyak varian model yang ditawarkan dengan harga yang berbeda-beda namun relatif murah. BRP Skuter memberikan pelayanan terbaik dengan menyediakan produk sesuai dengan yang mereka promosikan ke media sosial, jadi tidak hanya asal *posting* produk tetapi barangnya tidak ada ditoko atau masih milik orang lain. Setiap spesifikasi produk kelebihan dan kekurangannya akan dijelaskan tanpa ada pernyataan yang dilebih-lebihkan. Tidak hanya produk yang berikan kepada konsumen BRP Skuter juga memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen. Pemilik BRP Skuter menerapkan nilai-nilai Islam dalam penerapan bisnisnya agar selalu diberi keberkahan dalam menjalankan bisnis, seperti contohnya kejujuran, murah senyum dan tidak membatasi kewajiban karyawannya untuk ibadah.<sup>19</sup> Saat ini mungkin hanya sedikit atau bisa dibilang baru BRP Skuter yang berani menjadi pembeda menyediakan Produk Vespa di tulungagung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan yg dilakukan secara langsung beberapa pelanggan Brp Skuter, rata-rata pelanggan menyatakan tidak adanya garansi *service*, tempat parkir yang sempit. Mereka berpendapat perlu adanya peningkatan pelayanan di BRP Skuter. Jadi dapat disimpulkan dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan suatu kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk yang diterimanya, maka konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Disisi lain pelayanan yg baik salah satunya seperti memberikan kemudahan transaksi juga menjadi nilai lebih bagi konsumen untuk percaya atau loyal kepada suatu produk.

Berdasarkan beberapa uraian diatas dan hasil penelitian dahulu yang berkesinambungan, maka ketatnya persaingan bisnis termasuk solum motor dan perlunya peningkatan suatu pelayanan yg diberikan kepada konsumen dalam rangka memberikan kemudahan dan kenyamanan. Tujuan penelitian

---

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan Team Basuki Rahmat *Production*. Desember 2021

adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Basuki Rahmat *Production* Skuter dilakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas, maka dapat diambil fokus penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* SkuterTulungagung?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan pada Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung.



2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan pada Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung.
3. Untuk mengetahui Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan pada Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan pada Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan supaya dapat memberikan manfaat dan kegunaan secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu penambah pemahaman dan pengembangan ilmu dibidang ekonomi bisnis khususnya Kualitas pelayanan islami dengan kepuasan pelanggan serta loyalitas konsumen pada BRP Scooter Tulungagung.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi Lokasi Penelitian
 

Diharapkan dapat memberikan informasi serta manfaat bagi pihak perusahaan dalam mengetahui Kualitas pelayanan islami, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Vespa BRP SKUTER
  - b. Bagi Akademik
 

Diharapkan dapat digunakan perbendaharaan perpustakaan UIN Tulungagung di bidang bisnis dan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan tentang kualitas pelayanan islami, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan, referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian selanjutnya yang lebih kreatif dalam merancang dan menyusun penelitian.

## E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

a) Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, ruang lingkungnya dibatasi pada masalah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada BRP Skuter yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Tulungagung.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung.
3. Pengaruh kepuasan pelanggan signifikan terhadap loyalitas konsumen Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung.
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Motor Vespa Basuki Rahmat *Production* Skuter Tulungagung dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

-Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan teori dan permasalahan yang dijelaskan pada latar belakang masalah diatas. Kualitas pelayanan dianggap penting guna memberikan kepuasan serta menciptakan loyalitas pelanggan. Maka untuk memberikan fokus yg jelas. Peneliti membatasi permasalahan penelitian, yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan yang mencakup indikator *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalann), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati), terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan yang diterapkan oleh Basuki Rahmat *Production* Skuter terhadap

loyalitas Menggunakan metode pengumpulan data yaitu metode kuesioner.

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan skripsi dapat digambarkan melalui sistematika penulisan sebagai berikut

### **BAB I PENDAHULUAN :**

Pada bab ini merupakan pengantar dan gambaran umum penelitian yang berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah

### **BAB II LANDASAN TEORI :**

Pada bab ini berisi tentang uraian dari semua variabel yang akan diteliti. Variabel tersebut adalah kualitas pelayanan, produk, harga dan loyalitas pelanggan. Selain variabel-variabel tersebut pada bab ini juga akan mencantumkan kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN :**

Pada bab ini berisi tentang tahapan dalam proses pelaksanaan penelitian yaitu penentuan pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan peneliti. Tahapan tahapan tersebut akan dijelaskan secara terperinci pada bab 3 ini

### **BAB IV HASIL PENELITIAN :**

Pada bab ini menguraikan dari hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti terhadap variabel-variabel penelitian serta dilakukannya pengujian hipotesis.

### **BAB V PEMBAHASAN :**

Pada bab ini akan dibahas mengenai data penelitian dan hasil analisis data.

#### **BAB VI PENUTUP:**

Pada bab ini menguraikan rangkuman permasalahan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian menarik kesimpulan dari pertanyaan rumusan masalah. Pada poin berikutnya peneliti dapat mengemukakan saran dari hasil penelitian.