

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank menurut Undang-undang perbankan syariah No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>2</sup>

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank syari'ah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>3</sup>

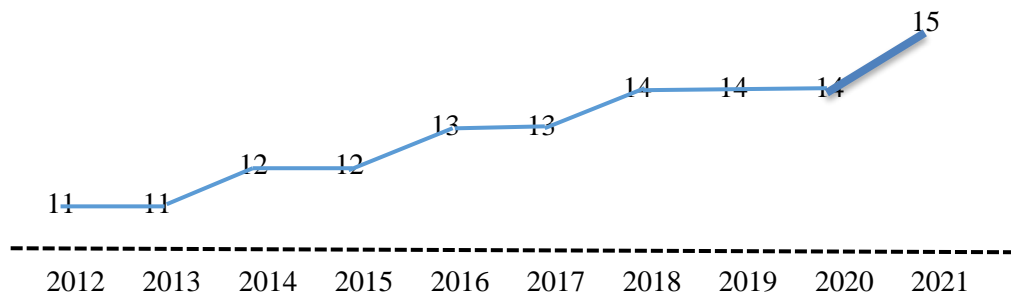
Perkembangan Bank Syariah di Indonesia trendnya meningkat dari tahun ke tahun . Sebagaimana tabel 1.1. nampak sebagai berikut.

---

<sup>2</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Tentang Perbankan Syariah, h 2

<sup>3</sup> Setia Budi Wilardjo, "Pengertian, Peranan Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2. 2015

Tabel 1.1  
Perkembangan Bank Syariah (BS) Periode 2012-2021



Berdasarkan data statistik Perbankan Syariah, pada tahun 2012 dan 2013, jumlah Bank Syariah sebanyak 11, tahun 2014 dan 2015 ada sebanyak 12, tahun 2016 dan 2017 sebanyak 13, tahun 2018 sampai 2020 sebanyak 14, dan 2021 sebanyak 15.<sup>4</sup> Hal ini menunjukkan bahwa secara kuantitas, Bank Syariah terus mengalami peningkatan dalam jumlah bank.

Pada zaman sekarang ini sudah mulai banyak masyarakat yang mengetahui tentang bank syariah dikarenakan sudah mulai berkembangnya bank syariah di Indonesia, akan tetapi hal tersebut belum cukup membuat bank-bank syariah menjadi bank yang besar di Indonesia, Bank Syariah seolah seperti sulit menembus dominan perbankan konvensional, padahal mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, hal itu dikarenakan minat masyarakatnya yang masih kurang dan bahkan kalangan intelektual terdidik, masih menganggap bank syariah belum sebagus bank konvensional, dan rendahnya kesadaran masyarakat bertransaksi secara syar'i. Secara tidak langsung hal tersebut juga

<sup>4</sup> OJK, "Statistik OJK."

bisa mempengaruhi pola pikir masyarakat yang masih awam untuk tidak menabung dan menjadi nasabah di bank syariah, dan terbiasa melakukan transaksi dengan Bank konvensional. Maka dari itu penelitian mencoba memahami faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah dengan mengangkat 4 faktor yaitu: pengetahuan, produk, promosi, dan reputasi.

Pengetahuan yang dimiliki seseorang pada dasarnya berupa konsep-konsep. Konsep-konsep ini diperoleh individu sebagai hasil berinteraksi dengan lingkungan. Dari konsep-konsep tersebut dapat disusun menjadi suatu prinsip yang dapat digunakan sebagai landasan dalam berfikir.<sup>5</sup> Zaman modern menjadikan segala sesuatu lebih mudah untuk diakses dan teknologi merupakan bukti riil dari pengetahuan itu sendiri. Mudahnya mendapatkan informasi melalui berbagai media seharusnya mempercepat dan memudahkan dalam mendapatkan pengetahuan yang lebih. Teknologi dijadikan sebagai media utama dalam promosi produk dengan begitu masyarakat tidak perlu repot - repot untuk pergi jauh ke luar daerah tempat tinggalnya. Maka dari itu pengetahuan mempengaruhi masyarakat dalam menentukan keputusan untuk memilih. Dengan memberikan pengetahuan informasi mengenai perbankan Syariah kepada masyarakat maka akan memudahkan untuk menentukan keputusan yang akan diambil. Maka pengetahuan akan bank syariah sangat penting bagi masyarakat karna itu akan mempengaruhi terhadap minat menjadi nasabah.

---

<sup>5</sup> Ahmad Samsudin, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 2, No. 1, 2017, hal 9.

Produk bank syariah bisa dikatakan cerminan dari karakteristik bank itu sendiri. Ada bank yang produknya berfokus ke calon nasabah yang ekonomi menengah ke atas, ada bank yang berfokus ke ekonomi menengah kebawah bahkan ada bank yang mengembangkan keduanya. Untuk memutuskan sebelum menjadi nasabah, masyarakat akan mempertimbangkan manfaat produk yang ditawarkan dari pihak bank. Produk yang sejalan prinsip Islami tentunya cenderung menjadi alasan nasabah untuk menabung di perbankan syariah, dikarenakan meningkatkan keyakinan bahwasannya perbankan syariah itu dilakukan dengan sistem bagi hasil dan bukan bunga yang bersifat riba dan haram hukumnya di syariat Islam. Secara keseluruhan tergantung kepada kebutuhan masyarakat itu sendiri apabila sesuai dengan yang diharapkan oleh masyarakat maka bukan tidak mungkin bank tersebut diserbu untuk menjadi nasabah. Maka dari itu produk yang dimiliki bank syariah akan sangat penting bagi masyarakat karna itu akan mempengaruhi terhadap minat menjadi nasabah.

Tujuan dilaksanakannya sebuah promosi yaitu untuk menginformasikan kemudian mempengaruhi dan persuasif serta meningkatkan minat dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang dipromosikan . Promosi mampu mendorong tingkat penjualan agar mencapai target yang telah tentukan dari adanya strategi pemasaran ialah penerapan promosi secara cermat guna mencapai sebuah tujuan.<sup>6</sup> Promosi sangat penting bagi masyarakat karena dengan adanya promosi yang menarik maka akan mengikat dan meningkatkan

---

<sup>6</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategi Bank Di Era Global* (Jakarta: Pramedia Group, 2017).

tingkat keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Kegiatan promosi perlu mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat karena promosi berperan penting selain dalam pengenalan bank secara luas namun juga sebagai salah satu faktor untuk meningkatkan keberhasilan suatu program pemasaran. Percuma dengan produk yang sangat unggul dimiliki bank syariah namun jika tidak diketahui masyarakat secara luas maka produk tersebut seolah merupakan sebuah jual barang di tempat sepi. Maka dari itu promosi yang dilakukan bank syariah akan sangat penting bagi masyarakat karna itu akan mempengaruhi terhadap minat menjadi nasabah.

Reputasi perusahaan dapat mempengaruhi persepsi kualitas produk dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Reputasi dapat menjadi aspek yang harus diperhatikan oleh bank syariah. Salah satu alasan utama masyarakat untuk menjadi nasabah adalah reputasi perusahaan. Salah satu atribut penting yang dipertimbangkan nasabah adalah reputasi perusahaan. Kewajiban dalam mengelola reputasi perusahaan menjadi tanggung jawab bersama seluruh bagian dalam perusahaan. akan tetapi, pengelolaan reputasi bukan menjadi hal yang mudah, bahkan kehilangan reputasi lebih mudah dibandingkan bangun reputasi tersebut. Reputasi perusahaan dapat hancur dalam sekejap melalui sebuah pemberitaan buruk yang menyangkut nama perusahaan. Maka dari itu reputasi merupakan faktor yang sangat penting bagi masyarakat karna itu akan mempengaruhi terhadap minat menjadi nasabah.

Kabupaten Kediri saat ini memiliki cukup banyak Bank Syariah, yakni, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, BRI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank

Jatim Syariah, Bank Mega Syariah, Dll. Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih merupakan salah satu desa yang terletak di perbatasan utara Kabupaten Tulungagung. Desa Tales termasuk salah satu desa di Kediri yang jarak tempuhnya ke pusat Kediri terhitung jauh yakni 12,7 KM.<sup>7</sup>

Komplek Perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri mayoritas penduduknya adalah muslim, akan tetapi kesadaran masyarakat untuk menabung atau bertransaksi menggunakan jasa bank syariah masih dirasa kurang, tidak sedikit masyarakat pada Komplek Perumahan Grand Permata Residence menjatuhkan pilihan menabung pada lembaga keuangan selain bank syariah, banyak dari masyarakat menabung di bank konvensional, padahal di dalam bank konvensional sudah diketahui menganut sistem bunga yang menurut sebagian ulama, sistem bunga termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba, hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang intinya mengharamkan bunga bank terdapat unsur - unsur riba jika ada unsur tambahan, dan tambahan itu diisyaratkan dalam akad dan dapat menimbulkan adanya unsur pemerasan.

Melalui hasil survey sederhana yang dilakukan peneliti dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada masyarakat Komplek Perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri.<sup>8</sup> Hasil yang

---

<sup>7</sup>“Kecamatan Ngadiluwih. [https://kedirikab.go.id/kecamatan\\_kecamatan\\_ngadiluwih](https://kedirikab.go.id/kecamatan_kecamatan_ngadiluwih). Diakses tanggal 18 Desember 2021, Pukul 11.00 WIB. ”

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ketua RT, tanggal 14 September 2021 di Pos Perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih, Pukul 18:30 WIB

didapatkan mengarah kepada kurangnya minat masyarakat akan bank syariah. Mereka menganggap bahwa banyaknya masyarakat yang sudah menggunakan bank konvensional sehingga mereka enggan untuk berpindah menggunakan bank syariah dan juga bank konvensional sudah lebih dahulu melekat di masyarakat. Hal ini menjadi ketertarikan bagi peneliti bagaimana bisa masyarakat mengasumsikan seperti itu. Apa karena kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah ataukah produk yang dimiliki bank syariah kurang menarik dan bisa jadi promosi yang minim dilakukan dari pihak bank syariah serta reputasi bank syariah yang belum setenar bank konvensional. Bahkan mayoritas masyarakat yang cukup kental dengan keagamaan Islam ini mengabaikan akan hukum dari adanya riba itu sendiri.

Namun dari permasalahannya yaitu telah lama melekatnya perbankan konvensional pada masyarakat, hingga masih sangat banyak dari masyarakat yang memakai produk atau jasa dari perbankan konvensional. Perihal tersebut diakibatkan dari belum merata dari perbankan syariah di semua wilayah di Indonesia. Tidak hanya itu bank konvensional telah merata di berbagai wilayah juga wilayah pedalaman - pedalaman berupa kemudahan dan akses dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan permasalahan pokok yang terkandung pada latar belakang, penulis tertarik untuk meneliti dan ingin menganalisis Masyarakat Komplek Perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri untuk menjadi nasabah di bank syariah. dengan ini maka dalam penulisan skripsi ini penulis menyusun judul dengan:

**“Pengaruh Pengetahuan, Produk, Promosi, dan Reputasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Masyarakat Komplek Perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)“**

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Feomena, fakta, dan data yang telah di jelaskan pada latar belakang, dapat diidentifikasi permasalahan berikut:

1. Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki mengenai berbagai macam produk, promosi, reputasi, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>9</sup> Semakin luas pemberian informasi pengetahuan dari Bank Syariah memiliki dampak terhadap meningkatnya minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Namun pada kenyataannya pemberian informasi yang dilakukan Bank Syariah belum mampu mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan.
2. Produk adalah unsur yang paling penting, karena produk mencakup, seluruh perencanaan yang mendahului produksi aktual, produk mencakup riset dan pengembangan, dan produk mencakup semua layanan yang menyertai produk seperti instalisasi dan pemeliharaan. Pengertian produk menurut Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa: "Produk

---

<sup>9</sup> Wiwiek Rabiatul Adawiyah, "Pertimbangan, Pengetahuan , Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah",” *Jurnal Ekonomi*, Vol 11, No. 2, 2020, Hal. 199.



adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen".<sup>10</sup> Produk Bank Syariah memiliki kelebihan dari pada Bank Konvensional. Akan tetapi produk Bank Syariah belum dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, oleh karena itu penelitian ini harus dilakukan.

3. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix*. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kedua kegiatan di atas, baik informasi pengetahuan, dan produk. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.<sup>11</sup> Akan tetapi promosi yang dilakukan perbankan syariah belum dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah, oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan.
4. Reputasi merupakan kesesuaian aplikasi visi dan misi organisasi yang tertuang dalam identitas organisasi dan mewujudkan dalam kinerja seluruh civitas akademika dan dipersepsi sama oleh publik eksternal dan internal. Reputasi perbankan syariah merupakan faktor penting dalam proses

---

<sup>10</sup> Jasa Suwatma, "Analisi Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Secuter Matic Merek Honda Vario Di Kota Semarang," *Jurnal Stie Semarang*, Vol. 5, No. 2, 2017, Hal. 20.

<sup>11</sup> Tetra Yanti Eltika, "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Nagari Cabang Sawahlunto," *Jurnal Ekonomi*. Vol. 2, 2018, Hal. 6.

perjalanan sebuah perbankan syariah<sup>12</sup>, Akan tetapi Reputasi yang baik belum dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat ditarik pokok permasalahannya,yaitu :

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat komplek perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap minat masyarakat komplek perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat komplek perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah?
4. Apakah reputasi berpengaruh terhadap minat masyarakat komplek perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah?
5. Apakah pengetahuan, produk, promosi, dan reputasi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat komplek perumahan Grand Permata

---

<sup>12</sup> Sri Rejeki, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi (Sebuah Tinjauan Perspektif Pasar)*, (Jakarta: Nila Cakra, 2021).

Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah?

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

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari variabel pengetahuan, produk, promosi, dan reputasi terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Dengan judul yang sudah dipaparkan, maka skripsi ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dan bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1) Manfaat Teoritis

Semoga dengan penelitian ini di harapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran dan dapat menjadi reverensi oleh pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini, sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian selanjutnya.

### 2) Manfaat Praktis

#### a. Bagi Bank Syariah

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu akan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi institusi terkait yaitu Bank Syariah. Diharapkan agar pihak-pihak khususnya Bank Syariah mampu memberikan solusi yang tepat bagi masyarakat untuk dapat menunjang eksistensi Bank Syariah di Indonesia.

#### b. Bagi masyarakat

Dengan penelitian ini diharapkan kepada masyarakat umum dan khususnya pada masyarakat yang dijadikan obyek sebagai studi kasus, agar dapat menambah pengetahuan tentang bank syariah dan konvensional dalam rangka memutuskan menjadi nasabah perbankan

yang memiliki informasi luas terkait perbankan dan produk-produk perbankan yang bermanfaat bagi masyarakat.

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

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk menghindari penafsiran yang terlalu luas terhadap judul penelitian, maka peneliti memberikan ruang lingkup dan batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Pengaruh produk terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
4. Pengaruh reputasi terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.
5. Pengaruh secara simultan dari variabel pengetahuan, produk, promosi, dan reputasi terhadap minat masyarakat kompleks perumahan Grand Permata Residence Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri menjadi nasabah di Bank Syariah.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah pemahaman atau informasi tentang subyek yang Anda dapatkan melalui pengalaman maupun studi yang diketahui baik oleh satu orang atau oleh orang-orang pada umumnya.<sup>13</sup>

#### b. Produk

Produk adalah barang, jasa, atau gagasan yang dipasarkan untuk mengisi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelanggan membeli produk karena nilai yang ditawarkannya. Dengan demikian, produk yang berhasil merupakan paket nilai yang memberikan ciri khas yang benar serta manfaat yang tepat.

#### c. Promosi

Promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli<sup>14</sup>

#### d. Reputasi

Kamus Bahasa Penguin mendefinisikan reputasi sebagai:

- a) kualitas atau karakter secara keseluruhan seperti yang dilihat atau dinilai oleh orang lain.

---

<sup>13</sup> I Ketut Suarjana, *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Setres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid 19, Akses Layanan Kesehatan-Lengkap Dengan Konsep Teori, Cara Mengukur Variabel, Dan Contoh Kuisisioner*, (Bali: Penerbit Andi, 2021), hal. 2.

<sup>14</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama: 2016) hal. 14.

- b) Keteneran.
- c) Pengakuan oleh orang lain dari beberapa karakteristik atau kemampuan.<sup>15</sup>

## H. 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 isitilah

**BAB II LANDASAN TEORI :** Pada bab ini berisi tentang uraian dari semua variabel yang akan diteliti. Variabel tersebut adalah pengetahuan, produk, promosi, reputasi, dan minat menabung. 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, dan 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.

---

<sup>15</sup> Ayub Imron Ifandi, *Komunikasi Krisis* (Yogyakarta: Dib Publish, 2017). Hal 6.

**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.