

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang dalam perjalanan hidupnya pasti memiliki resiko dan penuh dengan ketidakpastian yang mungkin akan terjadi dimasa mendatang. Resiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan, karena segala aktivitas pasti mengandung resiko. Secara umum yang dimaksudkan dengan resiko adalah kemungkinan terjadinya suatu peristiwa yang tidak diinginkan atau diharapkan terjadi.¹ Oleh karena itu, sebagai manusia hendaknya kita bukan berarti menghindari dari resiko yang akan terjadi di masa mendatang, akan tetapi kita dapat meminimalisir resiko yang bisa terjadi dan menimpa kapan saja agar lebih siap dalam menghadapi segala kemungkinan yang dapat terjadi di masa depan.

Resiko yang terjadi dapat muncul sewaktu-waktu seperti terjadi kecelakaan, muncul penyakit yang mengharuskan seseorang harus menginap di rumah sakit dan memerlukan pengobatan yang cukup serius, kematian dan segala bentuk kerugian yang dapat menimbulkan pengeluaran dana yang tidak sedikit. Maka dari itu, usaha dan upaya yang dapat dilakukan oleh manusia untuk meminimalisir resiko yang kemungkinan akan terjadi di masa mendatang adalah dengan cara melimpahkan kepada pihak lain dengan jalan bergabung dan menjadi nasabah di asuransi. Dengan adanya asuransi, maka

¹ Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 80.

kita dapat memindahkan resiko-resiko yang ada kepada perusahaan asuransi sebagai upaya untuk memperkecil atau meminimalisir dampak resiko yang akan terjadi.

Pada dasarnya belum banyak masyarakat Indonesia yang menjadi nasabah di asuransi, dikarenakan rendahnya pengetahuan atau pemahaman tentang asuransi, rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap asuransi dan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat tentang pentingnya berasuransi. Rendahnya pemahaman akan pentingnya berasuransi ini merupakan tantangan utama dari perusahaan asuransi untuk selalu berinovasi agar masyarakat lebih tertarik untuk berasuransi. Anjuran berasuransi ini sesuai dengan firman Allah SWT yang terdapat pada Q.S Al-Hashr (59) ayat 18 menyebutkan bahwa seseorang memerlukan perencanaan dan kecermatan menghadapi hari esok.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَظِرْ نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui yang kamu kerjakan.²

Definisi mengenai asuransi dijelaskan oleh Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian Bab 1 Pasal 1 yang menyebutkan bahwa :

² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Al-Hidayah, 2002), hlm. 919.

Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.³

Adapun yang dimaksud Asuransi Syariah menurut fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) tentang pedoman umum asuransi syariah :

Asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk *asset* dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui *aqad* (perikatan) yang sesuai dengan syariah.⁴

Usaha saling melindungi dan saling menanggung resiko seperti yang tercantum pada fatwa DSN-MUI tentang pedoman umum syariah ini dilakukan atas dasar saling menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing peserta mengeluarkan dana *tabarru'*. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Maidah (5) ayat 2 :

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ... ﴿٢﴾

Artinya:

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”.⁵

³ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syari'ah*, (Bandung: ALFABETA, 2010), hlm. 189.

⁴ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), hlm. 30.

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hlm. 157.

Seiring dengan semakin berkembangnya ekonomi syariah di Indonesia, saat ini banyak lembaga yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan usahanya, contohnya saja asuransi syariah. Tidak sedikit asuransi yang mulai menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, seperti halnya PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung. PT Prudential Life Assurance merupakan perusahaan yang bergerak di bidang asuransi jiwa. Asuransi jiwa merupakan perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan resiko yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan.⁶

PT Prudential Life Assurance masuk ke Indonesia pada tahun 1995 yang merupakan perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia. Kemudian pada tahun 2007 PT Prudential Life Assurance meluncurkan produk asuransi syariah yang dirancang sebagai solusi akan kebutuhan produk proteksi (asuransi) sekaligus investasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu produk PRU syariah. PRU syariah sendiri dibagi menjadi dua jenis produk yaitu PRU *link* Syariah Investor Account dan PRU *link* Syariah Assurance Account. Jadi, produk tersebut diluncurkan karena PT Prudential Life Assurance senantiasa mendengarkan dan memahami kebutuhan masyarakat Indonesia yang menginginkan perlindungan jiwa dan resiko kesehatan berdasarkan syariat islam.⁷

PT Prudential Life Assurance dijadikan peneliti sebagai objek penelitian dikarenakan PT Prudential Life Assurance sendiri merupakan salah

⁶ Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam...*, hlm. 86.

⁷ Wawancara dengan Bapak Agus Salim di kantor PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung pada tanggal 04 Mei 2017 pukul 10.15.

satu perusahaan asuransi jiwa terbesar di Indonesia yang memiliki reputasi sebagai pemimpin pasar produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi. Selain itu PT Prudential Life Assurance juga telah banyak mendapatkan penghargaan dari tahun ke tahun. Berikut ini adalah sebagian kecil dari sekian banyaknya penghargaan yang pernah diterima PT Prudential Life Assurance :⁸

1. Tahun 2003-2011 PT Prudential Life Assurance berturut-turut menerima penghargaan sebagai Perusahaan Asuransi Jiwa Terbaik.
2. Pada tahun 2006, 2007 dan 2008 PT Prudential Life Assurance menerima penghargaan Dengan Kinerja Keuangan Sangat Baik dan peringkat teratas dalam kategori perusahaan asuransi jiwa dari Majalah InfoBank, pada tahun 2008 PT Prudential Life Assurance menerima penghargaan sebagai Asuransi Jiwa Syariah Terbesar dan Teraktif pada penghargaan *Islamic Financial* 2008 oleh Karim Business Consulting.
3. Pada tahun 2008 PT Prudential Life Assurance menerima penghargaan sebagai Kualitas Pelayanan Terbaik untuk kategori Asuransi Jiwa pada penghargaan *Service Quality Award* 2008 oleh Majalah Marketing dan pada tahun 2015 PT Prudential Life Assurance kembali menerima penghargaan dalam ajang *Service Quality Award* 2015 untuk kategori *Life and Health Insurance* yang diselenggarakan oleh Carre-CCSL dan Majalah *Service Excellence*.

⁸ Wawancara dengan Bapak Agus Salim di kantor PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung pada tanggal 04 Mei 2017 pukul 10.25.

Jumlah Perusahaan atau Unit Asuransi Syariah di tahun 2016 dibandingkan periode tahun 2015 mengalami perubahan yang cukup tinggi yaitu menjadi 49 perusahaan atau unit asuransi syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat usaha industri asuransi syariah bisa dikatakan menjanjikan di industri asuransi Indonesia.⁹ Dengan semakin banyaknya asuransi yang beroperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah, maka dapat dikatakan bahwa asuransi syariah merupakan salah satu bisnis yang tidak terlepas dari persaingan dan dihadapkan pada sejumlah tantangan. Jika tantangan tersebut dapat dikelola dengan baik, perusahaan akan terus berkembang dan pada akhirnya akan memenangkan persaingan.

Persaingan ketat yang dihadapi oleh masing-masing perusahaan memaksa pihak manajemen untuk merancang strategi agar nasabah tetap bertahan pada asuransi tersebut dan mencari nasabah baru dengan tujuan menambah jumlah nasabah. Untuk memecahkan masalah tersebut maka strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan asuransi dalam meningkatkan jumlah nasabah agar semakin meningkat adalah dengan cara melakukan promosi produk yang dimiliki oleh asuransi tersebut. Promosi yang dilakukan harus memberikan informasi yang tepat, jelas dan mudah dipahami masyarakat.

Promosi merupakan sesuatu yang berharga dalam memasarkan sebuah produk dan sebagai sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Tujuan promosi adalah memodifikasi tingkah

⁹ Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia “Data Bisnis Asuransi dan Reasuransi Syariah Q1 2016” dalam <http://www.aasi.or.id/page/data-bisnis-2016> diakses pada tanggal 08 Mei 2017 pukul 13.20 WIB.

laku konsumen, memberitahukan atau menginformasikan segala jenis produk kepada konsumen, membujuk dan memotivasi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan dan mengingatkan konsumen tentang produk agar tidak beralih ke produk lain.¹⁰ Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja keuntungan dan kemudahan yang diberikan oleh pihak asuransi serta dapat menambah minat masyarakat untuk bergabung dan menjadi nasabah di asuransi.

Menurut Kasmir ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk yang dimiliki oleh suatu lembaga atau perusahaan yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*).¹¹ Dalam mempromosikan produknya, hal yang harus dilakukan tenaga pemasar untuk menarik masyarakat agar memutuskan menjadi nasabah di perusahaan asuransi adalah dengan cara selalu memberikan informasi yang jelas saat menawarkan produk asuransinya, sehingga masyarakat akan lebih dapat menerima penjelasan dari agen asuransi dengan baik dan mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi tersebut.

Selain promosi, hal yang dapat dilakukan oleh asuransi syariah untuk keberhasilannya dalam mencari nasabah dan mempertahankan nasabah adalah dengan cara mengutamakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan merupakan pengukuran terhadap tingkat layanan yang diberikan atau yang disampaikan sesuai dengan harapan

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 18.

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 246.

pelanggan. Dalam melakukan pengukuran pada kualitas pelayanan, menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry ada lima dimensi yang dapat digunakan yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*).¹²

Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani yaitu nasabah. Karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi tersebut atau tidak. Pada masa sekarang ini masyarakat semakin kritis, sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah.

Kegiatan operasional asuransi syariah pasti jelas berbeda dengan asuransi konvensional karena kegiatan operasional pada asuransi syariah menerapkan prinsip-prinsip syariah (terhindar dari *maisir*, *gharar*, *riba*, adanya dana *tabarru'* dan juga *tijarah*). Mekanisme dalam sebuah lembaga syariah dengan menggunakan sistem *profit sharing* (bagi hasil) merupakan salah satu pilihan alternatif bagi nasabah untuk berinvestasi. Dengan demikian, hal tersebut diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat dan mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi syariah tersebut. Untuk itu sangat penting bagi perusahaan asuransi syariah mengetahui perilaku-perilaku konsumen dalam pembelian asuransi jiwa.

¹² Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015), hlm. 288-289.

Dengan demikian, perusahaan asuransi syariah perlu memperhatikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah dalam menggunakan produk-produk yang ditawarkan. Faktor-faktor utama penentu keputusan pembelian dari konsumen yaitu terdiri dari faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.¹³ Faktor-faktor tersebut yang mendorong seseorang untuk berfikir dan mempertimbangkan keputusannya untuk menjadi nasabah pada sebuah asuransi syariah tersebut atau pun tidak.

Data terakhir per 31 Maret 2015, Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,4 juta nasabah melalui lebih dari 240.000 tenaga pemasar di 380 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh nusantara.¹⁴ Sedangkan data terakhir per 31 Desember 2016, Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,4 juta nasabah melalui lebih dari 260.000 tenaga pemasar berlisensi di 393 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara.¹⁵ Dilihat dari kedua tahun tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terjadi peningkatan pada jumlah nasabah maupun jumlah tenaga pemasar. Hal ini menunjukkan bahwa PT Prudential Life Assurance semakin maju dan berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS**

¹³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: KENCANA, 2003), hlm. 10.

¹⁴ Prudential Indonesia, “Berita Prudential” dalam http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/header/press/pressreleases/2015/PrulinkEduProtection.html diakses pada tanggal 08 Mei 2017 pukul 13.55

¹⁵ Prudential Indonesia, “Informasi Prudential” dalam http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/header/aboutus/index.html diakses pada tanggal 02 Mei 2017 13.40 WIB.

PELAYANAN DAN PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE CABANG TULUNGAGUNG”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung ?
3. Apakah penerapan prinsip-prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung ?
4. Apakah promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung.

2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung.
3. Untuk menganalisis pengaruh penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap keputusan menjadi nasabah PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana penambah wawasan dan pengetahuan dalam mengukur pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat ketika kuliah dan dapat menambah wawasan serta pengetahuan khususnya dalam pemahaman mengenai keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung yang dipengaruhi oleh variabel promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah.

b. Bagi PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung

Penelitian ini diharapkan turut menjadi kontribusi pemikiran yang memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi, khususnya dalam meningkatkan kegiatan promosi, memberikan kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam menambah jumlah nasabah PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung.

c. Bagi Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk peneliti selanjutnya di masa yang akan datang.

E. Penegasan Istilah

Berikut uraian mengenai beberapa definisi yang terdapat dalam judul penelitian skripsi ini guna untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan. Adapun definisi dalam penelitian ini diantaranya :

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹⁶

¹⁶ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 849.

b. Promosi

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual.¹⁷

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas). Kinerja inilah yang dibeli oleh pelanggan, karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.¹⁸

d. Penerapan

Penerapan adalah penerapan perihal mempraktekkan.¹⁹

e. Prinsip

Prinsip adalah kebenaran yang jadi pokok dasar orang berpikir, bertindak dan sebagainya.²⁰

f. Syariah

Syariah adalah hukum agama (perbuatan-perbuatan) yang bertalian dengan agama Islam.²¹

¹⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian...*, hlm. 18.

¹⁸ Thomas S. Kaihatu, dkk, *Manajemen Komplain*, (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 41.

¹⁹ Tri Rama K, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Karya Agung, t.t.), hlm. 528.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 396.

²¹ *Ibid.*, hlm. 496.

g. Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.²²

h. Asuransi

Asuransi adalah suatu perjanjian dalam hal penanggung membebaskan premi dan mengikat diri terhadap tertanggung untuk membebaskannya dari kerugian.²³

2. Definisi Operasional

Kajian tentang pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung yaitu suatu kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah atau calon nasabah agar mereka mengenal akan produk yang ditawarkan oleh PT Prudential Life Assurance Cabang Tulungagung dan kemudian mereka tertarik serta mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi tersebut.

²² M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 10.

²³ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), hlm. 199.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini, sistematika penulisan yang digunakan terdiri dari 6 bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang (a). latar belakang masalah, (b). rumusan masalah, (c). tujuan penelitian, (d). kegunaan penelitian, (e). ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (f). penegasan istilah dan (g). sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan (a). kerangka teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, kedua dan ketiga, (b). kajian penelitian terdahulu, (c). kerangka konseptual dan (d). hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang (a). pendekatan dan jenis penelitian, (b). populasi, sampling dan sampel penelitian, (c). sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d). teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta (e). analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis).

BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang (a). pembahasan data penelitian dan (b). hasil analisis data.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan tentang (a). kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan serta (b). memberi saran berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti.