BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan ragam suku bangsa, agama dan budaya. Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam, maka Indonesia membutuhkan wadah dalam kegiatan bermuamalah. Salah satunya adalah lembaga keuangan syariah, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank.

Lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank, saat ini sudah berkembang di Indonesia. Salah satunya lembaga keuangan syariah non bank yaitu BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*). *Baitul Maal Wat Tamwil* adalah salah satu lembaga keuangan mikro yang memiliki angka pertumbuhan sangat pesat dari tahun ke tahun, sebagaimana disampaikan oleh Joelarso, Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat Perhimpunan BMT Indonesia, hingga akhir 2012 ini, terdapat 3.900 BMT. Sebanyak 206 di antaranya bergabung dalam asosiasi BMT seluruh Indonesia.[2]

Pada 2006, aset tumbuh menjadi Rp 458 miliar, dan hingga akhir 2011 jumlah aset mencapai Rp 3,6 triliun dari 206 BMT yang bergabung di asosiasi. Dalam perkembangannya, di tahun 2013, angka pertumbuhan BMT sudah mencapai lebih dari 5500 BMT yang tersebar di seluruh Indonesia. Sebagai

[2]Novita Dewi Masyithoh, *Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*, Vol. V edisi 2, 2014, hal.21.

bagian dari LKM yang terus bertumbuh, sebagaimana data yang disampaikan oleh Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non Bank Otoritas Jasa Keuangan Firdaus Djaelani, yang memperkirakan bahwa saat ini jumlah LKM di Indonesia sekitar 567 ribu sampai 600 ribu unit. Ini menunjukkan bahwa lembaga keuangan mikro adalah lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kecil, khususnya di daerah-daerah untuk menunjang dan mendukung pertumbuhan ekonomi kerakyatan, terutama masyarakat berpenghasilan rendah yang selama ini tidak terjangkau oleh layanan perbankan.[4]

Di Jawa Timur sendiri pada tahun 2015 jumlah koperasi yang masih aktif sebesar 27.472 unit. Sedangkan di Kabupaten Trenggalek untuk jumlah koperasi menurut jenisnya pada tahun 2010 sebesar 558 unit, tahun 2011 sebesar 584 unit, tahun 2012 sebesar 596 unit, tahun 2013 sebesar 601 unit, dan tahun 2014 sebesar 609 unit. Jenis koperasi tersebut antara lain adalah KUD, KPRI, Kop. Karyawan, Koppas, KSU, Kop Pensiunan, Kop. ABRI, KSP, Kopontren, Kop. Wanita, Pusat, KBPR dan lain-lain.[5]

Tabel 1.1
Jumlah Koperasi Menurut Jenisnya di Kabupaten Trenggalek
Tahun 2010-2014

No	Jenis	Tahun				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	KUD	13	13	13	13	13
2	KPRI	49	49	49	52	52
3	Kop. Karyawan	10	10	10	10	10
4	Koppas	8	8	8	8	8
5	KSU	106	125	130	155	155
6	Kop. Pensiunan	4	4	4	4	3
7	Kop. ABRI	2	2	2	2	1

[4] *ibid.*

[5] http://trenggalekkab.go.id/web/dokumen/TDA/Kabupaten-Trenggalek-Dalam-Angka-Tahun-2015.pdf. Diakses pada hari Sabtu, 23 September 2017

8	KSP	23	22	24	25	27
9	Kopontren	20	21	21	20	21
10	Kop. Wanita	161	162	162	162	157
11	Pusat	1	1	1	2	2
12	KBPR	-	-	-	1	1
13	Lain-Lain	161	167	172	147	185
	Jumlah/Total	558	584	596	601	609

Sumber: Data diolah dari http://trenggalekkab.go.id.

Semakin pesatnya pertumbuhan koperasi di Indonesia, maka pemerintah memberikan payung hukum terkait dengan koperasi yaitu: Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang Koperasi, Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah, dan Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 39/Per/M.KUKM/XII/2007 tentang Pedoman Pengawasan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi.[6]

Koperasi di Kabupaten Trenggalek dari tahun ke tahun pertumbuhannya juga semakin pesat. Seiring pesatnya pertumbuhan koperasi di Kabupaten Trenggalek, maka muncul kejadian-kejadian dalam lingkup koperasi atau BMT yang sering diperbincangkan oleh masyarakat khususnya anggota/nasabah di suatu lembaga keuangan. Kejadian yang sering diperbincangkan oleh masyarakat yaitu terkait dengan kualitas pelayanan. Terutama kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai yang bekerja di lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Masyarakat sering

[6] Nourma Dewi, *Regulasi Keberadaan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Dalam Sistem Perekonomian di Indonesia*, Vol. 11 No. 1, 2017, hal. 102.

mengeluh terkait kualitas pelayanan yang diberikan tidak dapat memuaskan nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam pelayanan nasabah di suatu lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Kualitas pelayanan dapat digunakan untuk menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan tersebut. Dengan demikian lembaga keuangan akan memberikan pelayanan yang baik untuk menjaga loyalitas nasabahnya.

Salah satu hal yang paling penting dalam kualitas pelayanan adalah komunikasi. Komunikasi yang dilakukan diharapkan dapat membuat nasabah tertarik dan terkesan terhadap bank atau lembaga keuangan lainnya. Komunikasi ini penting mengingat merupakan langsung berbicara ke nasabah. Oleh karena itu seorang pegawai bank atau lembaga keuangan lainnya dituntut mampu berkomunikasi yang baik dengan nasabahnya.[7]

Agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, sudah seharusnya pegawai di suatu lembaga keuangan memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah atau anggotanya. pelayanan yang baik setidaknya mencangkup lima aspek diantaranya adalah bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kemudahan (*empathy*).[8]

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk biasanya sangat diperhatikan oleh nasabah. Nasabah tentunya akan memilih produk yang sesuai dengan

---

[7] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 193.
[8] Ratminto, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2005), hal. 175-176

kebutuhannya. Dalam memilih produk, kualitas produk perlu diperhatikan oleh nasabah, supaya tidak kecewa di kemudian hari. Tidak hanya nasabah, seorang pegawai di suatu lembaga juga harus memperhatikan produk yang dimilikinya supaya terlihat menarik di mata masyarakat atau nasabah.

Kulitas produk merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan. Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional, dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahan.[9]

Persepsi masyarakat juga berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memutuskan untuk menjadi nasabah pembiayaan di lembaga kuangan syariah, terutama persepsi masyarakat akan produk-produk syariah yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah. Dalam kehidupan sehari-hari persepsi lebih diidentifikasikan sebagai pandangan. Artinya bagaimana pandangan seseorang terhadap objek atau kejadian pada saat tertentu. Hasil pengamatan tersebut diproses secara sadar sehingga individu kemudian dapat memberi arti kepada objek yang diamatinya tersebut. Persepsi berperan dalam penerimaan rangsangan,

---

[9] Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), hal. 17

mengaturnya, dan menerjemahkan atau menginterprestasikan rangsangan yang sudah teratur itu untuk mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.[10]

Bagaimana persepsi masyarakat terkait dengan munculnya lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional di lingkungan sekitar mereka serta produk-produk yang dimiliki oleh kedua lembaga keuangan tersebut. "Persepsi itu sendiri merupakan proses kognitif yang kompleks yang dapat memberikan gambaran yang unik tentang dunia yang sangat berbeda dengan kenyataannya".[11]

Sebagai contoh, sebagian masyarakat di daerah pedesaan berpendapat bahwa lembaga keuangan syariah sama saja dengan lembaga keuangan konvensional, selain itu masyarakat juga menganggap bahwa bagi hasil sama dengan bunga. Pada kenyaataannya, lembaga keuangan syariah dan lembaga keungan konvensional itu berbeda, selain itu bunga dan bagi hasilpun juga berbeda.

Adanya kualitas pelayanan dan kualitas produk di suatu lembaga keuangan baik bank maupun non bank, serta persepsi dari masyarakat, maka akan menentukan suatu keputusan dari masyarakat itu sendiri untuk menggunakan suatu produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan tersebut. Hal ini, para pemasar (*marketer*) harus bisa mendalami berbagai pengaruh terhadap pembeli atau pengguna dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya

---

[10]Ary Permatadeny Nevita dan Zainal Arifin, *Perilaku, Karakteristik, Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di EKS Karisidenan Kediri,* Vol. 2 No. 2, 2015, hal 151.

[11] Makmuri Muchlas, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), hal. 111.

para konsumen atau masyarakat membuat keputusan pembelian terhadap produk yang dimilikinya.[12]

Berikut ini merupakan salah satu contoh lembaga keuangan syariah non bank yaitu *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah yang berada di Kabupaten Trenggalek. Salah satu produk yang dimiliki oleh *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah tersebut adalah produk pembiayaan dengan akad *musyarakah*. Untuk menggunakan produk tersebut tentunya masyarakat akan melihat terlebih dahulu terkait dengan pelayanan yang diberikan, kesesuaian antara kebutuhan dengan produk yang dipilih serta bagaimana cara mereka mempersepsikannya kemudian mereka akan memutuskan untuk menggunakan produk tersebut atau tidak.

Musyarakah itu sendiri merupakan istilah yang sering dipakai dalam konteks skim pembiayaan syariah. Istilah ini berkonotasi lebih terbatas daripada istilah *syirkah* yang lebih umum digunakan dalam fikih Islam. *Syirkah* berarti *sharing* atau berbagi.[13] Dalam hadits Rasulullah SAW dijelaskan bahwa "kaum muslimin selalu terikat dengan persyaratan (perjanjian) sesama mereka, terkecuali persyaratan yang menghalalkan yang haram dan mengharamkan yang halal".[14]

Dapat diketahui jumlah anggota yang mengajukan pembiyaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah untuk 5 (lima tahun) terakhir adalah sebagai berikut:

---

[12] Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 123.

[13] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah,* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), hal.49.

[14] *Ibid*, hal. 59.

Tabel 1.2
Data Anggota Pembiayaan *Musyarakah* di Baitul Maal Wat Tamwil Pada Tahun 2012-2016

No	Tahun	Jumlah Anggota Pembiayaan *Musyarakah* (orang)
1	2012	418
2	2013	422
3	2014	435
4	2015	478
5	2016	485
Jumlah		2.238

Sumber: Data diolah dari buku RAT BMT Berkah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang membahas tentang **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Pembiayaan *Musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat diidentifikasikan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Terdapat lembaga keuangan syariah yang kualitas pelayanannya masih kurang.
2. Ada beberapa nasabah atau anggota yang belum paham terkait dengan produk yang dipilih.

3. Kurangnya penjelasan karyawan kepada nasabah atau anggota terkait produk yang dimiliki.
4. Persepsi masyarakat yang menyamakan bagi hasil dengan bunga.
5. Persepsi masyarakat yang menyamakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek?
3. Apakah persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi masyarakat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi masyarakat terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya hasil penelitian yang telah ada dan dapat memberi gambaran mengenai hubungan pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi masyarakat

terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.

2. Secara praktis
   a. Bagi peneliti, berguna untuk menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.
   b. Bagi akademik, temuan yang akan didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang teoritis maupun praktis yang berkaitan dengan perkembangan dunia perbankan syariah di Indonesia.
   c. Bagi *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek, sebagai bahan evaluasi atas kinerja Baitul Maal Wat Tamwil selama ini dalam menghadapi kompetisi di lembaga keuangan syariah nasional.
   d. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai acuan dan sebagai bahan koreksi supaya hasil penelitian selanjutnya lebih baik lagi, karena hasil penelitian ini masih banyak kekurangan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini mencangkup variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk pembiayaan (X2) dan persepsi masyarakat (X3) terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek (Y). Untuk mengatasi agar permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian tidak meluas, maka perlu penulis memberikan

batasan-batasan permasalahan. Pembatasan permasalahan ini bertujuan agar penelitian yang akan dilakukan dapat tercapai pada sasaran dan tujuan dengan baik. Dari ruang lingkup di atas, maka penulis memberikan batasan penelitian sebagai berikut:

a. Objek penelitian adalah *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.
b. Data penelitian pada variabel ini berasal dari pembagian kuesioner dan wawancara kepada anggota *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.
c. Penelitian ini berfokus pada variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi masyarakat. Sedangkan pada variabel dependen (Y) adalah keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *musyarakah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Berkah Trenggalek.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah terdiri dari dua istilah yaitu penegasan konseptual dan penegasan operasional. Penegasan konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat/teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti. Sedangkan penegasan operasional adalah definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati.

a) Definisi Konseptual

1. Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan bersifat laten.[13]
2. Pelayanan adalah salah satu strategi produk, produk perusahaan biasanya mencakup berbagai pelayanan itu bisa merupakan bagian kecil atau bagian besar dari seluruh produk.[14]
3. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.[15]
4. Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kenutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.[16]
5. Kualitas produk adalah suatau keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.[17]
6. Rakhmad (dalam jurnal Ary Permatadeny Nevita dan Zainal Arifin) menyatakan persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau

---

[13] Tri Hari Kustanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya,* Vol. 3 No. 10, 2014, hal. 4.

[14] *Ibid.*

[15] Rizqa Ramadhaningtyas dan Ari Setiawan, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang,* Vol.3 No.2, 2012, hal. 283.

[16] Kasmir, *Pemasaran Bank*…hal.136.

[17] *Ibid.*

hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.[18]

7. Keputusan konsumen (anggota) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.[19]

b) Definisi Operasional

Setelah diketahui istilah-istilah pada penegasan konseptual yang ada dalam penelitian ini, maka perlu kiranya peneliti jelaskan secara operasional terkait penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Anggota dalam Memilih Pembiayaan *Musyarakah* di Baitul Maal Wat Tamwil". Kualitas pelayanan merupakan suatu persepsi mengenai baik buruknya suatu pelayanan yang diberikan oleh seorang karyawan dalam melayani nasabah atau anggota. Setelah pelayanan tersebut diterapkan, maka akan berakibat pada keputusan anggota untuk menggunakan pembiayaan *musyarakah* atau tidak. Kualitas produk merupakan suatu persepsi terhadap suatu produk yang digunakan apakah produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan pengguna atau belum. dalam hal ini dapat berakibat pada keputusan anggota untuk menggunakan pembiayaan *musyarakah* atau tidak. Persepsi masyarakat merupakan anggapan atau pendapat masyarakat terhadap suatu pelayanan atau produk yang digunakan. Persepsi tersebut tentunya akan

[18]Ary Permatadeny Nevita dan Zainal Arifin, *Perilaku, Karakteristik, Persepsi…* hal 151.
[19] Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013) hal. 121.

berakibat pada keputusan anggota untuk menggunakan pembiayaan *musyarakah* atau tidak.

H. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu : bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

a) Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul luar, sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan, surat pernyataan keaslian tulisan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

b) Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I Pendahuluan, kemudian diuraikan menjadi beberapa sub bab yang meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian, keterbatasan penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori, yang membahas semua variabel yang didasarkan pada teori dan kajian penelitian terdahulu.

BAB III Metodologi Penelitian, yang mencakup beberapa sub bab yaitu jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV Laporan Hasil Penelitian, terdiri dari hasil penelitian.

Bab V Pembahasan, dalam pembahasan dijelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

Bab VI Penutup, pada bab bagian akhir akan memuat tentang kesimpulan dan saran-saran dari penelitain yang diajukan kepada pihak yang berkepentingan.

c) Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka dan lampiran – lampiran.