

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Lembaga keuangan di Indonesia mengalami kemajuan yang baik, bukan hanya pada lembaga keuangan konvensional akan tetapi lembaga keuangan syariah hal itu ditandai dengan hadirnya lembaga keuangan syariah baru. Berkembangnya lembaga keuangan syariah (LKS) dikarenakan masyarakat sudah mendambakan lembaga keuangan yang bukan hanya finansial semata melainkan baik dari segi moralitas, hal tersebut tercermin pada lembaga keuangan syariah yang tidak menggunakan prinsip bunga atau riba dalam operasionalnya melainkan dengan sistem bagi hasil dari suatu usaha. Usaha pembentukan sistem ini didasarkan oleh larangan dalam agama Islam dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.

Begitu juga pada koperasi syariah, secara teknis koperasi syariah yang prinsip kegiatan, tujuan dan kegiatan usahanya berdasarkan pada syariah Islam yaitu Al-Quran dan Assunnah. Koperasi syariah merupakan badan usaha koperasi yang menjalankan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah, apabila koperasi memiliki unit usaha produktif simpan pinjam, maka seluruh produk dan operasionalnya harus dilaksanakan dengan mengacu kepada fatwa Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 Dewan Syariah Nasional (DSN). Berdasarkan hal

tersebut, maka koperasi syariah tidak diperkenankan berusaha dalam bidang-bidang yang didalamnya terdapat unsur-unsur riba, maysir, dan gharar.<sup>1</sup>

Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur keberhasilan pelayanan yang menentukan tingkat kepuasan penerima layanan. Sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Dengan demikian maka kebutuhan penerima layanan harus sebisa mungkin dipenuhi agar diperoleh kepuasan. Dalam memberikan pelayanan yang baik maka harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang disebut RATER sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah, yaitu *Reability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness*. Secara sederhana kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat dengan kata lain produk sesuai dengan standar target, sasaran, atau persyaratan yang bisa didefinisikan diobservasi dan diukur. Dari segi kemajuan teknologi yang semakin mempermudah aktifitas manusia maka perusahaan harus berupaya memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan kepuasan anggotanya.<sup>2</sup>

Strategi pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.<sup>3</sup> Dengan adanya strategi pemasaran maka kegiatan yang akan dilakukan lebih tertata dan terstruktur dengan baik sehingga strategi pemasaran dilaksanakan akan sangat efektif.

---

<sup>1</sup>Dewan Syariah Nasional MUI, No.02/DSN-MUI/IV/2000, (Jakarta:2000), hal 2

<sup>2</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta:ANDI, 2012), hlm.75

<sup>3</sup>Wahjono, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), hal 2

Apabila strategi pemasaran yang telah ditentukan serta dilaksanakann perusahaan mampu menambah jumlah produk atau jasa yang memenuhi segmentasi pasar atau keinginan pasar maka strategi pemasaran tersebut mampu memenuhi kepuasan pelanggan.<sup>4</sup> Sedangkan dalam strategi pemasaran terdapat 9p yang merupakan kriteria dalam strategi pemasaran yaitu, *Product, Price, Promotion, Place, Participants, Physical evidence, Process, Publication, Performance*.<sup>5</sup>Salah satu kiat yang diyakini dalam pemasaran dalam koprasi syariah untuk membuat anggotanya setia adalah menetapkan sistem layanan yang selalu mengarah pada kepuasan anggota, ketika anggota sudah merasa puas maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan dengan pembelian ulang ataupun penjualan silang, atau dengan gethok tular positif yang berdampak pada penambahan jumlah anggota baru, sehingga pegawai harus bisa mengarahkan produk tersebut kepada anggota dengan melihat apa yang diharapkan anggota agar tercipta kepuasan anggota.<sup>6</sup>

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>7</sup>Kepuasan tersebut dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang baik.Dalam konsep kepuasan anggota (pelanggan) sebagai trik dalam upaya memuaskan pelanggan terdapat enam indikator yaitu, *ekspektasi, relationship marketing, loyalitas, teknologi, budaya, dan emosional*.Untuk menciptakan kepuasan pelanggan perusahaan harus meniptakan suatu sistem untuk memperoleh lebih banyak pelanggan (strategi

---

<sup>4</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta:ANDI, 2014), hal 351.

<sup>5</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *ibid*, hal.10.

<sup>6</sup>Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *ibid*, hal.57.

<sup>7</sup>Kotler dan Keller,*Manajemen Pemasaran*,(Jakarta:PT Indeks,2007),hal 177.

pemasaran) dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya (kualitas pelayanan), kemampuan untuk mengatasi keadaan tersebut merupakan penentu keberhasilan dalam implementasi terhadap kepuasan konsumen (anggota).<sup>8</sup>

Pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut mempunyai beberapa produk yang sangat diminati oleh anggota, salah satunya yaitu simpanan. Ada beberapa jenis simpanan pada koperasi syariah Al-Mawaddah antara lain, simpanan *mudharabah*, simpanan *wadiah* (titipan), dan simpanan jangka panjang. Oleh karena itu koperasi dapat didefinisikan sebagai suatu organisasi ekonomi dalam masyarakat yang beranggotakan orang-orang yang berdasar asas kekeluargaan dan gotong royong yang disebut sebagai anggota koperasi. Undang-Undang dasar 1945 menempatkan koperasi sebagai guru perekonomian Indonesia. Dengan demikian adanya koperasi diharapkan mampu memberikan pelayanan maksimal kepada para anggota dan masyarakat sekitar agar dapat terwujud perekonomian Indonesia yang lebih baik.

Pemasaran dipandang sebagai proses sosial dan ekonomi yang berkesinambungan dengan mengandalkan sumber daya operasionalnya. Pemikiran ini memandang hasil financial bukan sebagai hasil akhir, namun lebih sebagai hasil ujian atas hipotesis pasar mengenai proposisi nilai. Pasar bisa merontokan hipotesis pasar dan memfasilitasi setiap entitas dalam memahami tindakan-tindakannya dan menemukan cara melayani pelanggan secara lebih baik dan meningkatkan kinerja financial. Dalam memahami tentang konsep dasar dalam

---

<sup>8</sup> J Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, ( Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), hal 234.

ilmu pemasaran dan perilaku konsumen perlu mengetahui tentang kebutuhan, keinginan, dan permintaan.<sup>9</sup>

Tabel 1.1  
Data Anggota Kopsyah Al-Mawaddah  
Tahun 2014-2017

No	Produk Pelayanan	Anggota
1	Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	231
2	Pembiayaan <i>Murabahah</i>	550
3	Simpanan <i>Mudharabah</i>	379
4	Simpanan <i>Wadi'ah</i>	305
5	Simpanan Berjangka	334
	Total Anggota	1.999

Sumber : Data Anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah

Dari data diatas menunjukkan bahwa perkembangan koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut menunjukkan perkembangan yang sangat baik. Sementara peminat terbanyak pada pembiayaan *murabahah* yaitu sebanyak 550 anggota. Banyaknya anggota pembiayaan *murabahah* dipengaruhi oleh pembagian bagi hasil yang diberikan kepada anggota dapat diepakati oleh kedua belah pihak, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan atau terbebani. Peminat terbanyak pada simpanan yaitu, simpanan *nudharabah* sejumlah 379 anggota. Pada simpanan *mudharabah* mempunyai anggota terbanyak dari simpanan lainnya dikarenakan memiliki beberapa daya tarik antara lain, setoran awal yang sedikit dan setoran selanjutnya tidak dibatasi nominalnya menjadikan para anggota tertarik untuk menyimpan uangnya. Terlebih uang yang disimpan dapat diambil sewaktu-waktu ketika anggota membutuhkan.

<sup>9</sup> Etta Mamang S dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : ANDI, 2013), hal. 7.

Tabel 1.2  
 Nama dan Jabatan Karyawan  
 Koperasi Syariah Al-Mawaddah 2017

No	Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1	Darmaji	Manajer SPI dan Pembukuan	7 tahun
2	Siti Kalimah,S.Pd	General Manajer	7 tahun
3	Mutoli'ah	Manajer Pembiayaan	6 tahun
4	Laila Nur Rohmah	Manajer Pendanaan	3 tahun
5	Luluk Fauziah Latief	AO	1 tahun

Sumber : Koperasi Syariah Al-Mawaddah 2017

Dari data karyawan diatas menunjukkan beberapa daya tarik yang dimiliki oleh koperasi Al-Mawaddah yaitu, dari segi orangnya atau karyawannya merupakan karyawan terpercaya yang dibuktikan dengan lamanya bekerja. Dengan lamanya bekerja karyawan tersebut menunjukkan selama koperasi berdiri hingga saat ini terbukti amanah. Karyawan yang dimiliki koperasi bekerja cukup lama sehingga menjadi salah satu minat anggota untuk menyimpan atau melakukan pembiayaan. Apabila suatu lembaga memiliki pengelola yang terpercaya maka minat anggota untuk menyimpan dan melakukan pembiayaan akan bertambah. Serta pelayanan yang diberikan pengelola dirasa sangat berpengaruh ketika pelayanan yang diberikan sangat baik maka anggota akan semakin kerasan atau menjadi langganan dengan melakukan penyimpanan secara berulang ketika memiliki dana yang lebih dan melakukan pembiayaan secara berulang ketika anggota merasa membutuhkan dana.

Tabel 1.3  
Perhitungan Profit Distribution Untuk Dana Pihak III Periode  
(01 Oktober 2017 / 31 Oktober 2017)

Kode	Nama Produk	Saldo	Bagi Hasil Keuntungan	Nisbah BMT	Bagi Hasil BMT	Nisbah Nsb	Bagi Hasil Nsb
299-11	Simpanan Sakinah Mawaddah	15.827.193	2.480.662	110%	248.662	0%	0,00
295-11	Simpanan Sakinah	91.644.927	2.998.134	88%	2.658.308	12%	359.776
2990-12	Sijako Syariah Khusus	480.500.000	15.719.405	65%	16.217.631	35%	5.501.792
2990-13	Sijako Syariah 3 Bulan	373.248.378	12.210.703	70%	8.547.492	30%	3.663.310
2990-14	Sijako Syariah 6 Bulan	73.000.000	2.388.171	68%	1.623.956	32%	764.215
2990-15	Sijako Syariah 12 Bulan	44.000.000	1.439.445	67%	964.428	33%	475.017

Sumber: Perhitungan Profit Distribution Untuk Dana Pihak III Koperasi Al-Mawaddah Periode (01 Oktober 2017 / 31 Oktober 2017)

Dari data perhitungan keuntungan koperasi pada bulan oktober terbilang sangat baik. Ketika keuntungan koperasi meningkat maka akan berdampak baik pada anggota koperasi, bagi hasil yang diberikan koperasi kepada anggota juga akan mengalami kenaikan. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat anggota untuk terus menyimpan uangnya di koperasi syariah.

Tabel 1.4  
Data Anggota Kopsyah Al-Mawaddah Tahun 2017

No	Produk Pelayanan	Anggota
1	Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	227
2	Pembiayaan <i>Murabahah</i>	232
3	Simpanan <i>Mudharabah</i>	185
4	Simpanan <i>Wadi'ah</i>	111
5	Simpanan Berjangka	334
	Total Anggota	532

Sumber : Data Anggota Koperasi Syariah Al-Mawaddah 2017

Pada tahun 2017 jumlah anggota simpanan *mudharabah* sejumlah 111 anggota mengalami penurunan dibandingkan dengan simpanan berjangka sebanyak 324 anggota. Hal tersebut merupakan hal yang sangat wajar dalam lembaga keuangan. Penurunan minat anggota dapat terjadi karena beberapa faktor antara lain, kurangnya minat anggota, kurangnya promosi dari pihak koperasi, dll. Dalam menambah minat dan daya tarik anggota untuk menabung terdapat beberapa cara atau alternatif untuk menarik anggota, salah satunya yaitu dengan cara memberikan promosi atau sosialisasi kepada anggota, dan menambah bonus menarik lainnya. Dengan demikian produk tabungan *mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut berpotensi untuk memenuhi kepuasan anggota ataupun melihat pendapat anggota yang tidak sama seperti apa yang diinginkan oleh pihak koperasi sebagai pemilik produk atau layanan jasa.

Pemilihan Koperasi Syari'ah Al-Mawaddah untuk penelitian dengan beberapa alasan, antara lain tempat strategis dan mudah untuk dicari, lebih terpercaya karena pengelola dan pengawas merupakan warga asli Desa Samir dan beberapa diantaranya adalah perangkat Desa, yang berdiri sejak 2011 dan sampai



saat ini masih aman dan dapat dipercaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap kepuasan nasabah tabungan *mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan strategi pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan anggota dalam berinvestasi dengan produk tabungan *mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dijelaskan diatas bahwa masalah yang akan timbul ketika seorang anggota koprasinya tidak puas karena kualitas pelayanan yang tidak sesuai atau pelayanan yang diberikan kurang sopan sesuai dengan etika maka akan berdampak buruk bagi keberlangsungan koprasinya sendiri karena, kepuasan anggota merupakan hal yang terpenting dalam setiap usaha. Begitu juga dengan strategi pemasaran yang digunakan dalam koprasinya tersebut, salah satunya yaitu promosi yang dilakukan lembaga kurang maksimal maka masyarakat tidak akan tahu keunggulan serta kelebihan lembaga tersebut. Apabila strategi pemasaran tidak dapat dilakukan dengan baik dan tepat pada sasaran maka akan berdampak buruk bagi koprasinya tersebut. Dengan strategi pemasaran yang tepat kepada anggota sesuai kebutuhan dan keinginan anggota maka anggota akan tetap menggunakan jasa tersebut secara berulang. Untuk itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka dapat di susun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut?
2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut?
3. Apakah kualitas pelayanan dan strategi pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian diatas maka dapat di ambil tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menguji kualitas pelayanan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut
2. Menguji strategi pemasaran pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut

3. Menguji kualitas pelayanan dan strategi pemasaran pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua aspek kegunaan penelitian, yaitu :

##### 1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis bagi pembaca untuk menambah wawasan mengenai lembaga keuangan syariah dan dapat bermanfaat sebagai bahan penelitian selanjutnya.

##### 2. Praktis

###### a. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah.

###### b. Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah perbendaharaan bacaan bahan bagi mahasiswa/mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung untuk penelitian selanjutnya.

###### c. Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat khususnya anggota koperasi syariah Al-Mawaddah desa Samir Ngunut terhadap tabungan *Mudharabah*.

## F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah anggota simpanan *Mudharabah* pada Kopsyah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut. Batasan penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang digunakan Kopsyah Al-Mawaddah untuk memenuhi kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Kualitas pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>10</sup>

#### b. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.<sup>11</sup>

#### c. Kepuasan nasabah

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

---

<sup>10</sup> Kotler dalam buku Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hal. 99.

<sup>11</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal 64.

membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>12</sup>

## 2. Definisi Oprasional

Kualitas pelayanan adalah cara penyampaian suatu produk/jasa suatu kepada anggota dengan kriteria tertentu sesuai dengan harapan dan keinginan anggota. Kemudian strategi pemasaran adalah suatu tindakan menentukan strategi yang digunakan untuk menjual barang ataupun jasa secara terus menerus sesuai yang diharapkan pasar. Sedangkan kepuasan anggota adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki setiap anggota terhadap suatu pelayanan atau produk yang dijual sesuai dengan harapan.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Bab I Pendahuluan terdiri dari: (a) latar belakang masalah di dalamnya mengemukakan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan, (b) identifikasi masalah, bagian ini merupakan penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian dengan melakukan identifikasi dan inventarisasi, (c) rumusan masalah merupakan upaya untuk menyelesaikan secara tersurat pertanyaan-pertanyaan yang hendak dicarikan jawabannya, (d) tujuan penelitian mengungkapkan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian, (e) kegunaan penelitian uraian dalam sub bab kegunaan penelitian berisi manfaat-manfaat masalah yang diteliti, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian menjelaskan tentang variabel-variabel dan sub variabel apa saja yang akan dikaji dan diteliti beserta indikator-indikatornya, (g) penegasan

---

<sup>12</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), hal 177.

istilah berisi definisi konseptual merupakan definisi oprasional dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti, (h) sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori, terdiri dari: (a) teori yang membahas variabel pertama, (b) teori yang membahas variabel kedua, (c) teori yang membahas variabel ketiga, (d) kajian penelitian terdahulu diangkat dari berbagai sumber seperti jurnal penelitian, skripsi, tesis, disertasi, laporan penelitian, buku teks, makalah, laporan seminar dan diskusi ilmiah, terbitan-terbitan resmi pemerintah dan lembaga-lembaga lain, (e) kerangka konseptual dipaparkan berdasar rumusan masalah serta landasan teori dan tinjauan penelitian terdahulu, (f) hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggitingkat kebenarannya.

Bab III Metode Penelitian, terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian menjelaskan pendekatan penelitian kuantitatif ditinjau dari tingkat eksplanasinya, apakah jenis penelitian deskriptif, asosiatif ataukah komparatif, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran. Sumber data penelitian dapat bersumber dari data primer dan data sekunder. Sedangkan untuk menggali dan mengukur respon, pendapat, persepsi dan sikap responden, biasanya peneliti menggunakan skala likert., (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner dan observasi (pengamatan). Instrumen

Penelitian, digunakan untuk menggali variabel yang diteliti., (e) analisis data pada bagian analisis data diuraikan jenis analisis yang digunakan. Dalam hal ini bisa menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial..

Bab IV Hasil Penelitian yang berisi deskripsi data dan hasil analisa data. Dalam deskripsi data untuk masing-masing variabel dilaporkan hasil penelitiannya setelah diolah dengan teknik statistik deskriptif, seperti distribusi frekuensi dengan disertai grafik yang berupa histogram, nilai rerata, simpangan baku atau yang lain. Setiap variabel dilaporkan dalam sub bab tersendiri sesuai dengan rumusan masalah atau tujuan penelitian. Temuan penelitian yang sudah disajikan dalam bentuk angka-angka statistik, tabel ataupun grafik tidak dengan sendirinya bersifat komunikatif. Hal tersebut masih memerlukan penjelasan-penjelasan. Namun bahasan pada tahap ini mencerminkan temuan faktual, bukan mencakup pendapat pribadi

Bab V Pembahasan hasil penelitian yaitu menjawab masalah penelitian, atau menunjukkan bagaimana tujuan penelitian telah dicapai. Menafsirkan temuan-temuan penelitian dengan menggunakan logika dan teori-teori yang sudah ada. Mengintegrasikan temuan penelitian ke dalam temuan-temuan penelitian dalam konteks khazanah ilmu yang luas. Memodifikasi teori yang ada atau menyusun teori baru, hal ini dilakukan dengan maksud menelaah teori yang sudah ada. Jika teori yang dikaji ditolak sebagian hendaknya dijelaskan modifikasinya. Menjelaskan implikasi-implikasi lain dari hasil penelitian, termasuk keterbatasan temuan penelitian.

Bab VI Penutup, yang terdiri dari: (a) kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang disarikan dan hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan kebenaran temuan atau hipotesis dan terkait dengan rumusan masalah atau tujuan penelitian, (b) saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan karena para pengelola obyek dan atau subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah dilaksanakan. Saran merupakan suatu implikasi dari hasil penelitian sehingga keberadaannya harus relevan dengan kegunaan penelitian.

Bagian akhir terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.