

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah bank merupakan sesuatu yang sudah tidak asing lagi untuk kita dengarkan. Beberapa orang yang mendengar istilah bank akan langsung mengaitkannya dengan uang, karena memang bank adalah sebuah lembaga keuangan. Definisi dari bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank terbagi menjadi dua jenis, yaitu bank dengan prinsip konvensional yang mendapatkan keuntungan dari bunga dan bank dengan prinsip syariah yang mendapatkan keuntungan dari bukan bunga.

Lembaga perbankan dan keuangan syariah saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut berawal dari berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991. Berdirinya Bank Muamalat Indonesia yang sejalan dengan peningkatan kesadaran masyarakat atas pelayanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah telah memotivasi lahirnya lembaga keuangan syariah lainnya. Pada tahun 1998, *dual system bank* diterapkan dengan diamandemennya UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 dengan UU No. 10 Tahun 1998. Sistem perbankan ini mengizinkan bank-bank konvensional untuk beroperasi menggunakan prinsip syariah dengan cara membuka

Unit Usaha Syariah (UUS) sehingga mempercepat pertumbuhan perbankan syariah.¹ Regulasi mengenai bank syariah di Indonesia tertuang dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan (BPRS) bank pembiayaan Rakyat Syariah (UU No. 21 Th 2008 Tentang Perbankan Syariah pasal 1 ayat 7) .

Bank syariah ialah bank yang berasaskan, antara lain, pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi islam dengan karakteristik, antara lain, sebagai berikut:²

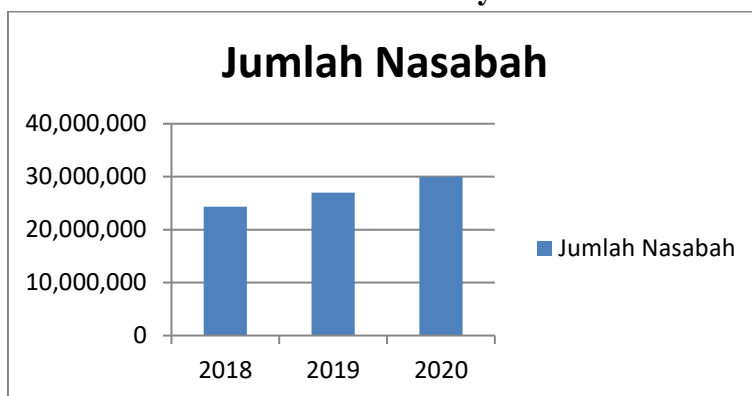
1. Pelarangan riba dalam berbagai bentuknya;
2. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*);
3. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas;
4. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif;
5. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang ; dan
6. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.

¹ <http://business-law.binus.ac.id/2018/07/03/perkembangan-lembaga-perbankan-dan-keuangan-syariah-di-indonesia/>. Diakses tanggal 21 Maret 2021. Pukul 14.15 WIB.

² Muhammad. 2014. Manajemen Dana Bank Syariah. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada. hal. 5.

Menurut data statistik perbankan syariah yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 2018, terdapat 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan total aset BUS dan UUS sebesar Rp. 477,33 Triliyun (Statistik PS OJK, 2018) masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam dengan jumlah penduduk sekitar 237.641.326 juta jiwa dimana 87% diantaranya muslim. Berdasarkan data (OJK) jumlah nasabah Bank Syariah di Indonesia dari tahun 2018-2020 mengalami peningkatan.

Grafik 1.1
Jumlah Nasabah Perbankan Syariah 2018-2020



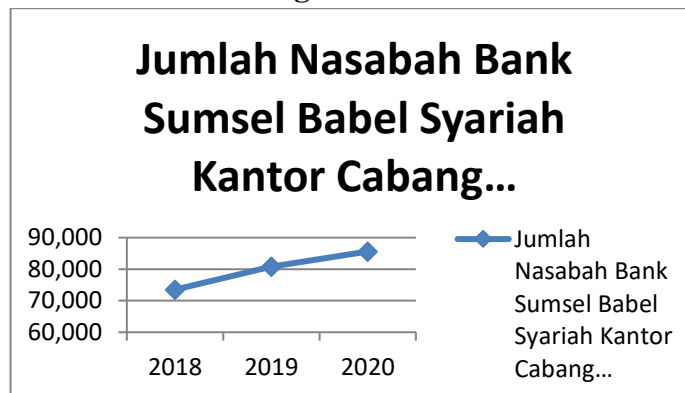
Sumber: OJK, Data Statistik Perbankan Syariah, diolah 2021

Dari grafik 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah perbankan syariah dari tahun 2018 – 2020 mengalami peningkatan nasabah.

Masyarakatnya semakin tertarik terhadap layanan perbankan yang halal dan sesuai syariah. Sehingga kemungkinan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah semakin tinggi, karena masyarakat yang

beragama Islam tentunya sudah mengetahui tentang prinsip-prinsip Islam.

Grafik 1.2
Jumlah Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang Tahun 2018-2020



Sumber : Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang, 2021

Dari grafik 1.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah dari tahun 2018 – 2020 mengalami peningkatan Nasabah.

Salah satu pilar penting dalam keputusan nasabah adalah (*Syariah Compliance*) kepatuhan syariah. Pilar inilah yang menjadi pembeda utama antar bank syariah dengan bank konvensional.³

Menurut Gampito & Afridawati, kepatuhan syariah (*Syariah Compliance*) merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan

³ Wahyu Rifki Diana, skripsi : “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persepsi pada *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah dengan *Customer Trust* sebagai Variabel Intervening”, (Magelang : IAIN SALATIGA, 2020), hal. 3.

usaha berdasarkan prinsip syariah khususnya bank syariah.⁴ Dari sudut pandang masyarakat, khususnya pengguna jasa bank syariah, kepatuhan syariah merupakan inti dari integritas dan kredibilitas sebuah bank syariah. Kepercayaan dan keyakinan utama masyarakat terhadap bank syariah adalah terpenuhinya prinsip syariah dalam setiap transaksi atau kegiatan usaha yang dilakukannya. Tanpa terpenuhinya prinsip syariah dalam setiap transaksi kegiatan usaha akan membuat masyarakat kehilangan keistimewaan bank syariah yang mereka cari, sehingga akan berpengaruh pada keputusan mereka untuk tetap memilih menggunakan jasa bank syariah atau tidak. Dengan kata lain, tidak terlaksananya kepatuhan syariah akan berdampak buruk pada citra bank syariah dan berpotensi untuk ditinggalkan oleh nasabahnya. Selain itu komunikasi pun tidak kalah penting karena tanpa adanya komunikasi dalam sebuah pelayanan akan terasa janggal. Salah satunya adalah dengan menggunakan komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*reciver*) baik secara langsung maupun tidak langsung.⁵ Setelah terjadinya pertukaran informasi antara penerima pesan dan pengirim pesan diharapkan terjadi sebuah perubahan perilaku. Dengan layanan komunikasi yang baik akan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam mempertimbangkan menggunakan produk. Faktor lain yang harus diperhatikan oleh

⁴ Ibid.

⁵ Suranto Aw, Komunikasi Interpersonal, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 5.

bank syariah yaitu dengan mempertimbangkan sebuah nama atau label.

Dalam dunia bisnis label menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi atas keberhasilan suatu perusahaan. Label merupakan aset organisasi yang paling berharga karena memberikan nasabah dengan suatu cara pengenalan dan penentuan sebuah jasa tertentu apabila mereka ingin melihatnya kembali atau merekomendasikannya kepada nasabah lain. Label juga memungkinkan para pemasar mengembangkan citra spesifik dan strategi pemasaran yang saling bertautan untuk sebuah produk tertentu.⁶

Menurut Prassetijo dan Ihalauw, keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.⁷ Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada.

Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli atau tidak membeli. Dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan. Semua yang mengambil keputusan setiap hari dalam hidupnya. Hanya saja keputusan yang diambil kadang-kadang tanpa mereka sadari. Bila ditinjau dari alternatif yang harus dicarinya, sebetulnya dalam proses pengambilan keputusan, konsumen harus melakukan pemecahan masalah.

⁶ Fandy Tjiptono, *Brand Manajgement dan Strategy* (Yogyakarta: Andi 2005), hal 5

⁷ Wahyu Rifki Diana, skripsi : “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persepsi pada *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah dengan *Customer Trust* sebagai Variabel Intervening”, (Magelang : IAIN SALATIGA,2020), hal. 4.

Keputusan yang baik untuk menggunakan suatu produk atau jasa oleh konsumen (nasabah) muncul dari faktor-faktor tertentu. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen sering kali mengalami masalah yang didasari dari faktor yang kompleks yang menyangkut berbagai macam hal penentu keputusan nasabah dalam melakukan pembelian (menggunakan produk atau jasa bank) sehingga pihak pemasaran bank dapat lebih mudah memahami dalam pemenuhan keinginan konsumen (nasabah) itu sendiri.⁸

Keputusan Nasabah untuk memilih Bank Sumsel Babel Syariah semakin meningkat setiap tahunnya, hal ini sangat baik dikarenakan seiringnya keinginan nasabah yang ingin beralih untuk menggunakan produk dan jasa Bank Syariah. Namun hal ini masih harus dipertahankan serta ditingkatkan lagi jumlah nasabahnya, mengingat setiap tahunnya semakin bertambah masyarakat di usia produktif. Maka dari itu, Bank Sumsel Babel Syariah perlu melakukan berbagai hal yang dapat mendukung meningkatnya keputusan masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa Bank Sumsel Babel Syariah, adapun faktor lain seperti:

Syariah Compliance, Kepatuhan Bank Sumsel Babel Syariah dalam mentaati peraturan peraturan syariah cukup baik, namun hal ini harus lebih ditingkatkan lagi, karena Bank Sumsel Babel Syariah harus bersaing dengan Bank-bank Syariah lainnya yang dimana memiliki nilai *Shariah Compliance* sangat baik.

⁸ Wahyu Rifki Diana, skripsi : “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persepsi pada *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah dengan *Customer Trust* sebagai Variabel Intervening”, (Magelang : IAIN SALATIGA, 2020), hal. 4-5.

Maka dari itu, Bank Sumsel Babel Syariah harus terus berinovasi untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa *Shariah Compliance* yang terdapat di Bank Sumsel Babel Syariah tidak kalah dengan Bank Syariah lainnya.

Faktor yang mempengaruhi lainnya adalah Komunikasi Interpersonal, dimana hal ini harus lebih diperbaiki lagi oleh karyawan Bank Sumsel Babel Syariah, mengingat Bank Sumsel Babel Syariah adalah Bank BPD di Sumatera Selatan, sudah seharusnya antara Bank Sumsel Babel Syariah dan masyarakat saling mendukung satu sama lain untuk kemajuan daerah Sumsel, dengan terjalannya komunikasi yang baik antara Bank Syariah dengan masyarakat, hal ini diharapkan masyarakat dapat memiliki keputusan untuk beralih menggunakan Bank Sumsel Babel Syariah.

Dan Faktor lainnya adalah Label Syariah, Bank Sumsel Babel Syariah sudah sangat baik dalam hal ini. Namun Label Syariah saja tidak cukup untuk menarik masyarakat menjadi nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah, karena bank-bank lainnya pun memiliki Label Syariah yang baik, maka dari itu diperlukan adanya inovasi untuk menunjukkan bahwa Bank Sumsel Babel Syariah lebih baik dibandingkan dengan Bank Syariah Lainnya.

Dan adapun faktor pendukung lainnya untuk saya melakukan penelitian ini adalah, masih terdapatnya perbedaan dari hasil penelitian terdahulu yang menyatakan variabel independen berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Penelitian mengenai pengaruh *Shariah Compliance*, Komunikasi Interpersonal, dan Label Syariah telah memiliki banyak ragam dan jenis dengan berbagai objek penelitian yang juga beragam, berdasarkan hasil penelitian terdahulu, hasil penelitian empiris yang ada tidak selalu memiliki kesamaan dan mengindikasikan adanya *Research Gap* dari variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah ataupun konsumen.

Tabel 1.1

Research gap pengaruh Shariah Compliance terhadap keputusan nasabah

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> terhadap keputusan nasabah	<i>Syariah Compliance</i> berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah	1. Celya Candra Dewi ⁹ 2. Zamroni, S.E ¹⁰
	<i>Syariah Compliance</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah	1. Wahyu Rifki Diana ¹¹ 2. Alfi Ayu Tantriyani ¹²

Sumber: Diperoleh dari berbagai sumber, 2021

Dari tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa pengaruh

⁹ Celya Candra Dewi, skripsi : “Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah”, (Yogyakarta : UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2019), hal. xxi.

¹⁰Zamroni, S.E, Skripsi : “Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kota Kudus”, (Kudus : STAIN KUDUS, 2016), hal. xiv.

¹¹ Wahyu Rifki Diana, skripsi : “Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persepsi pada *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah dengan *Customer Trust* sebagai Variabel Intervening”, (Magelang : IAIN SALATIGA, 2020), hal. xiii.

¹² Alfi Ayu Tantriyani, skripsi : “Pengaruh Strategi Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence) Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah”, (Salatiga : IAIN SALATIGA, 2019), hal. x.

Shariah Compliance yang diteliti oleh Celya Candra Dewi dan Zamroni berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Wahyu Rifki Diana dan Alfi Ayu Tantriyani yang menunjukkan bahwa *Shariah Compliance* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Tabel 1.2

***Research gap* pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap keputusan nasabah**

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap keputusan nasabah	Komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap keputusan Nasabah	1. Abd Rahmin ¹³ 2. Bram Putra Darmawan ¹⁴
	Komunikasi Interpersonal tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah	1. Ira Raka Siwi ¹⁵

Sumber: Diperoleh dari berbagai sumber, 2021

Dari tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa pengaruh Komunikasi Interpersonal yang diteliti oleh Abd Rahmin dan Bram Putra Darmawan berpengaruh positif terhadap keputusan

¹³Abd Rahmin, skripsi : “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Sikap Terhadap Keputusan Berwirausaha Di Kota Makassar”, (Makassar : UIN Alauddin Makassar, 2018), hal. xii.

¹⁴Bram Putra Darmawan, skripsi : “Pengaruh Efektivitas Komunikasi Interpersonal Distributor Pt Bwl Indonesia Terhadap Keputusan Bergabung Menjadi Anggota”, (Tangerang : UMN, 2018), hal. vii.

¹⁵ Ira Raka Siwi, skripsi : “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Produk Tabungan Di Bpr Syari’ah Bangun Drajat Warga Yogyakarta”, (Yogyakarta : UIN SUNAN KALIJAGA, 2018) hal. ii.

nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Ira Raka Siwi yang menunjukkan bahwa Komunikasi Interpersonal tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Tabel 1.3

Research gap pengaruh Label Syariah terhadap keputusan nasabah

Variabel	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Label Syariah terhadap keputusan nasabah	Label Syariah berpengaruh positif terhadap keputusan Nasabah	1. Fitriyani ¹⁶ 2. Tutik Khoirotn Naviah ¹⁷
	Label Syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah	1. Dwi Alvin Hidayati ¹⁸ 2. Gita Somantri ¹⁹

Sumber: Diperoleh dari berbagai sumber, 2021

Dari tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa pengaruh Label Syariah yang diteliti oleh Fitriyani dan Tutik Khoirotn Naviah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Dwi Alvin Hidayati dan

¹⁶Fitriyani, skripsi : “Pengaruh Label Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Pt. BankBrisyariah Cabang Kota Jambi”, (Jambi : UIN Sulthan Thaha Saifudin, 2018), hal. vii.

¹⁷Tutik Khoirotn Naviah, skripsi: “Pengaruh Label Syari’ah, Lokasi, Dan Kebutuhan Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di Unit Layanan Modal Mikro (Ulamm) Syariah Pt. Permodalan Nasional Madani (Persero) Demak”, (Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2019), hal . ix.

¹⁸Dwi Alvin Hidayati, Skripsi: “Analisis Pengaruh Islamic Branding dan Nilai Religiusitas Terhadap Keputusan Konsumen Muslim Dalam Pemilihan Hotel”, (Semarang : UIN Wali Songo Semarang, 208), hal. x.

¹⁹Gita Somantri, skripsi : “Aspek Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Oleh Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi”, (Yogyakarta : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH, 2018) hal. iv.

Gita Somantri yang menunjukkan bahwa Label Syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Dari data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *Research Gap* dari penelitian penelitian terdahulu. Penelitian penelitian diatas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda beda dari variabel *Shariah Compliance*, Komunikasi Interpersonal, dan Label Syariah yang dipandang berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Fenomena tentang rendahnya keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa lembaga keuangan syariah merupakan salah satu pokok permasalahan yang harus dipecahkan. Pasalnya jumlah nasabah bank syariah menurut otoritas jasa keuangan (OJK) saat ini masih di bawah 50 juta orang, sehingga potensi peningkatan nasabah perbankan syariah masih sangat besar mengingat jumlah penduduk usia produktif Indonesia terus bertambah, karena itu penelitian tentang keputusan masyarakat menggunakan jasa lembaga keuangan syariah masih penting untuk diteliti.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH *SHARIAH COMPLIANCE*, KOMUNIKASI INTERPERSONAL, DAN LABEL SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SUMSEL BABEL SYARIAH KANTOR CABANG PALEMBANG.”**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan

dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh *Shariah Compliance* terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang?
2. Bagaimana pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang?
3. Bagaimana pengaruh Label Syariah terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank di Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Shariah Compliance* terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Label Syariah terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank di Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi atau dasar acuan bagi pengembangan penelitian berikutnya dan memperkaya kajian teoritik dalam bidang Perbankan Syariah khususnya pengaruh Pengaruh

Shariah Compliance, Komunikasi Interpersonal, dan Label Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berfokus di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang sebagai objek penelitian, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak perusahaan dan pengambilan keputusan agar menarik nasabah/masyarakat terhadap penggunaan bank syariah.

3. Manfaat Pribadi

Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan menambah pengetahuan ilmu Perbankan Syariah pada umumnya, terkhusus bagi Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Sitematika Penelitian

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran secara jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis susunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

Bab ini mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian

untuk mengembangkan hipotesis dan juga menjelaskan fenomena hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan teori yang telah dikaji dan juga dari penelitian-penelitian sebelumnya, hipotesis-hipotesis yang ada dapat dikembangkan.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum tentang objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisis data (d disesuaikan dengan teknik analisis yang digunakan), hasil pengajuan hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dimana penulis menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hasil yang diperoleh setelah dilakukan analisis data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.