

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang semakin berkembang dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan dimana salah satu contoh perubahan tersebut yakni dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup (*life style*), dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini sedang terjadi. Perkembangan zaman yang semakin cepat dan modern membuat inovasi baru dalam dunia bisnis.

Fashion erat kaitannya dengan gaya yang digemari, kepribadian seseorang, dan rentang waktu. Selain itu model fashion yang dikenakan dapat berfungsi sebagai refleksi diri pada status sosial dan ekonomi serta popularitas seseorang dalam sebuah lingkungan. Tren fashion yang spesifikasinya dulu dianggap dalam gaya berbusana saja saat ini sudah berkembang seiring perubahan zaman yang menjadikan fashion sebagai salah satu unit gaya hidup, hal ini didorong oleh mudahnya pertukaran referensi dan informasi dari luar membuat pertukaran *Trend* fashion secara global sangat memungkinkan.<sup>1</sup>

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang mengikuti *Trend* khususnya di bidang fashion atau pakaian, toko atau perusahaan fashion selalu menawarkan produk yang sesuai dengan zaman atau *Trend*. Dalam masyarakat, *Trend* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku dalam menerima atau membeli suatu produk dan menjadi faktor penentu untuk mengambil keputusan terhadap suatu produk jika produk tersebut sejalan dengan arah *Trend* yang ada.<sup>2</sup>

Dewasa ini Minat Beli dari konsumen sudah mengalami pergeseran ke arah Online Shop sehingga gaya pemasaran yang dilakukan secara offline mulai ditinggali karena

---

<sup>1</sup> Dian Novita Sari, "Pengaruh Trend Fashion Terhadap Minat Beli", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.60 No.1, 2018.

<sup>2</sup> Hutari Tirsyah, dkk, Pengaruh Trend Fashion Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Busana Muslimah Di Toko Dazzle Outfit Palembang, Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)Vol. 2 No. 2 Juli - Desember 2023. Hal. 360-366

Menurut pedagang, penjualan busana muslim di secara *offline* pada awal bulan Ramadhan mengalami penurunan penjualan sekitar 50 persen<sup>3</sup>, dan peningkatan penjualan fashion muslim dalam kampanye Shopee Big Ramadhan Sale 2023 yang mengalami peningkatan transaksi yang mencapai lebih dari 9 kali lipat pada puncak kampanye dibandingkan hari biasa.<sup>4</sup>

**Grafik 1.1**  
**Pengunjung E-commerce Online kuartal I 2023**



Sumber: data book, 2023

Berdasarkan data diatas menunjukkan dalam pasar dunia online, shopee menjadi paling banyak yang dikunjungi sehingga menjadi e-commerce paling diminati oleh konsumen saat ini, dan dalam hal penjualan Pada September 2023 situs Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun (year-to-date/ytd). Pertumbuhan pengunjung Shopee itu jauh melampaui para pesaing utamanya, yaitu Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Serta dalam hal penjualan yang tertinggi salah satunya pakaian muslimah.

**Gambar 1.2**  
**Kategori Produk Penjualan Pakaian Muslimah**



<sup>3</sup> Republi  
Diakses pada tanggal  
<sup>4</sup> Liputan  
meningkat-lebih-dari-

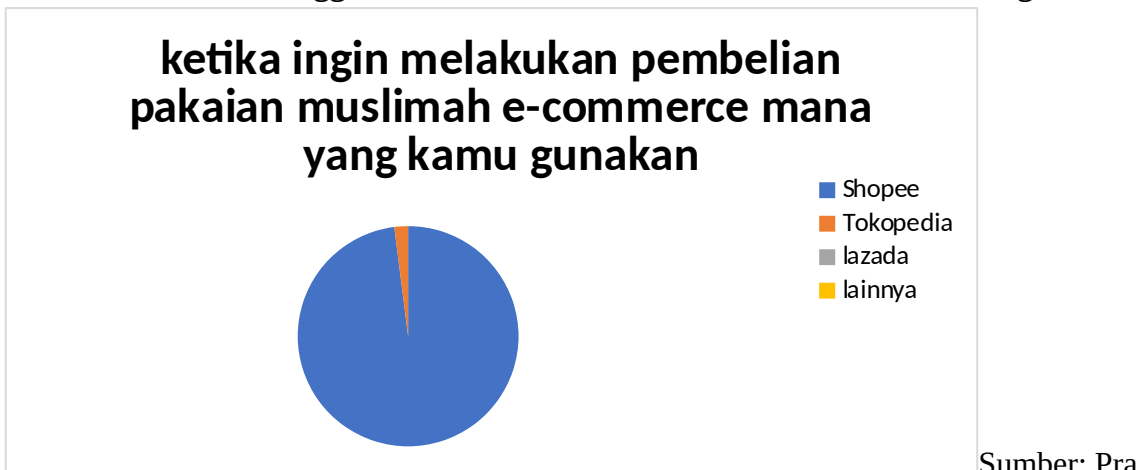
penjualan-busana-muslim-menurun.  
ategori-fashion-muslim-di-shopee-  
ada tanggal 21 Oktober 2023

Sumber: Digimind, 2023

Trend busana muslimah beberapa tahun belakangan ini menjadi fenomena yang menarik karena berbeda dengan sebelumnya. Semangat berjilbab wanita Indonesia banyak ditemui di beberapa sektor publik dan swasta. Persaingan di bidang fashion khususnya pakaian tentu saja menjadi sangat ketat. Hal tersebut tentunya mendorong para pemasar untuk menawarkan produknya dengan cara yang berbeda untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil Minat Beli di dalam perusahaan. Pemasar tentunya berusaha menawarkan bagaimana model pakaian terkini dengan memiliki bahan yang berkualitas dan mempunyai ciri khas khusus dari perusahaan, bahkan menawarkan harga yang terjangkau.<sup>5</sup>

**Grafik 1.1**

**Persentase Pengguna E-Commerce di UIN Raden Fatah Palembang**



Survey (6-9 November 2023)

<sup>5</sup> Hutari Tirsyah, dkk, Pengaruh Trend Fashion Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Busana Muslimah Di Toko Dazzle Outfit Palembang, Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)Vol. 2 No. 2 Juli - Desember 2023. Hal. 360-366

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan pada 100 mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang, mengenai ketika ingin melakukan pembelian pakaian muslimah e-commerce mana yang kamu gunakan, 98 dari 100 orang menjawab e-commerce yang digunakan yakni Shopee, yang menunjukkan mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang lebih nyaman untuk berbelanja di Shopee.<sup>6</sup>

Harga merupakan satu-satunya unsur dari berbagai bauran pemasaran yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Dalam pengertian, strategi harga, dimana harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga yang dikeluarkan oleh produsen.<sup>7</sup>

Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim berkompetisi yang super ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus hati-hati dan sefleksibel mungkin dalam memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan akan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu membujuk serta mempengaruhi konsumen untuk membeli produk seperti yang diharapkan. Agar lebih dapat menjadi kompetitif di pasar khususnya domestik, perusahaan dapat mempertimbangkannya dengan salah satunya melihat dan memperhatikan harga pesaing sebagai pedoman (benchmark) dalam menentukan harga jual produk miliknya.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Survei mahasiswi uin pada google form : <https://forms.gle/eZYsQgg7Qe6gfpMw6> dalam jangka waktu 1 minggu pada tanggal 18 maret – 24 maret 2021

<sup>7</sup> M. Noorman Mulyadi, Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 10 No. 3, 2022 pp. 511-518 IBI Kesatuan ISSN 2337 – 7860 E-ISSN 2721 – 169X DOI: 10.37641/jimkes.v10i3.1539

<sup>8</sup> M. Noorman Mulyadi, Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 10 No. 3, 2022 pp. 511-518 IBI Kesatuan ISSN 2337 – 7860 E-ISSN 2721 – 169X DOI: 10.37641/jimkes.v10i3.1539

Harga yang ditawarkan dalam produk yang dijual dalam aplikasi Shopee tentunya beragam dengan harga yang ditawarkan terjangkau baik untuk konsumen tingkat menengah kebawah ataupun menengah keatas, begitu juga produk pakaian muslimah yang ditawarkan dengan harga yang murah dibandingkan dengan produk yang ada di pasar offline saat ini sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli di aplikasi Shopee.

**Grafik 1.2**  
**Persentase pendapat Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang mengenai Harga pada Aplikasi Shopee**



Sumber:

Pra Survey (6-9 November 2023)

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan pada 100 mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang, mengenai apakah harga yang ada di Aplikasi Shopee lebih murah dibandingkan produk aplikasi lain, 95 dari 100 mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang menjawab harga yang ada di aplikasi Shopee termasuk yang termurah dan memiliki banyak pilihan.

Mahasiswi tentunya sangat memperhatikan harga sebelum membeli pakaian muslimah, karena tentunya menyesuaikan dengan kemampuan daya beli mahasiswi yang juga terbatas, karena mahasiswi UIN Raden Fatah Khususnya sangat membutuhkan pakaian muslimah yang bisa mahasiswi nikmati tanpa harus mengeluarkan banyak uang untuk membelinya.

Selain itu *Trend* juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli karena Pakaian merupakan hal yang paling dahulu terlihat pada penampilan seseorang. Al-qur'an sendiri telah menggaris bawahi bahwa pakaian memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai penutup aurat dan perhiasan, sebagai pelindung dari sengatan panas dan dingin, serta menunjukkan identitas yang membedakan seseorang atau kelompok dengan kelompok lainnya.<sup>9</sup>

Pakaian telah berkembang menjadi suatu *Trend* fashion yang digandrungi kalangan wanita, dimana banyak model dan jenis pakaian yang bisa mereka pilih, mulai dari yang syar'i sampai dengan pakaian bebas yang tidak memandang syariat Islam lagi. Banyak dijumpai pada saat sekarang ini cara berpakaian wanita yang tidak lagi sesuai dengan syariat Islam dan tidak lagi memperhatikan adab-adab dalam berpakaian. Wanita pada saat ini lebih mengedepankan gaya berpakaian yang lagi berkembang saat ini, atau lebih dikenal dengan istilah *trend fashion*.<sup>10</sup>

Pada zaman yang serba canggih pada saat ini, dan berkembangnya *Trend* fashion dikalangan mahasiswi, maka apabila kita tidak mengikuti apa yang disebut dengan *Trend* saat ini maka kita akan disebut ketinggalan zaman. Perkembangan dunia fashion pun terus mengalami berbagai perubahan, dimana ada yang model lama diangkat lagi ke permukaan, sehingga modelnya dijadikan *Trend* pada saat sekarang ini. Namun, tidak sedikit pula model-model baru bermunculan yang ditawarkan kepada anak muda pada zaman sekarang ini.<sup>11</sup>

### **Grafik 1.3**

#### **Persentase pendapat Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang mengenai *Trend* Pakaian Muslimah**

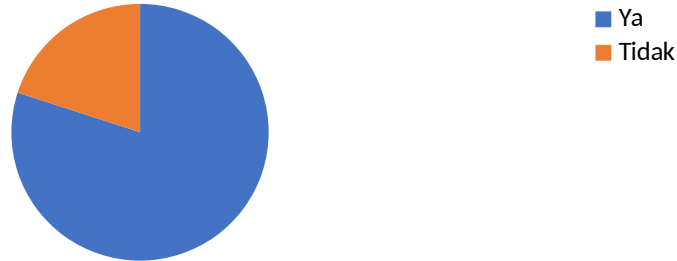
---

<sup>9</sup> Iis Ariska Dan Budi Trianto, Analisa Trend Fashion Pakaian Muslimah Terhadap Minat Dalam Membeli Produk Di Toko Zoya Pekanbaru, Jurnal Al-Amwal Vol. 8, No. 2, Desember 2019

<sup>10</sup> Iis Ariska Dan Budi Trianto, Analisa Trend Fashion Pakaian Muslimah Terhadap Minat Dalam Membeli Produk Di Toko Zoya Pekanbaru, Jurnal Al-Amwal Vol. 8, No. 2, Desember 2019

<sup>11</sup> Irfa Diana Sari dan Finisica Dwijayati Patrikha, Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen, AKUNTABEL 18 (4), 2021 683-690

## apakah saat membeli pakaian muslimah di aplikasi shopee, anda melihat trend terlebih dahulu



Sumber: Pra

Survey (6-9 November 2023)

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan pada 100 mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang, mengenai apakah saat membeli pakaian muslimah di aplikasi shopee, anda melihat *trend* terlebih dahulu, 80 dari 100 mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang menjawab ya saat membeli pakaian muslimah mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang lebih tertarik untuk membeli setelah mencari tahu terlebih dahulu *trend* pakaian muslimah saat mahasiswi ingin membeli pakaian muslimah.

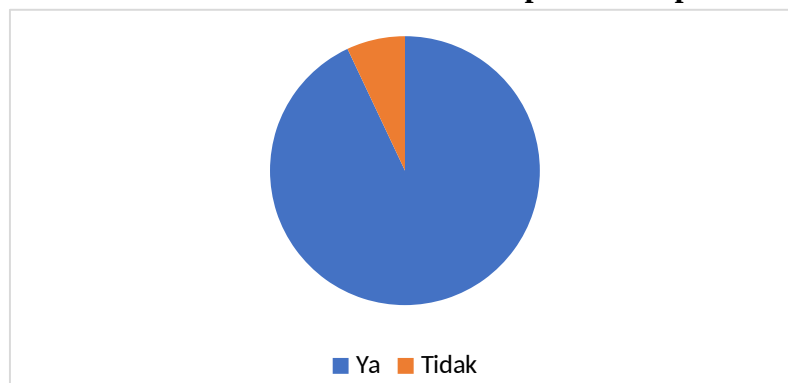
Mahasiswi UIN Raden fatah, menyadari bahwa memakai pakaian muslimah merupakan sebuah kewajiban, namun mahasiswi UIN Raden fatah juga membutuhkan fashion dalam memakai pakaian muslimah sehingga mahasiswi selain bisa memenuhi kewajiban sebagai seorang muslimah juga bisa mengikuti fashion yang kekinian.

Disamping itu, kualitas suatu produk juga penting agar proses bisnis dapat meningkat. Perusahaan atau organisasi yang menjadikan kualitas produk mereka sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan atas pesaing mereka dalam mengendalikan pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai popularitas. Artinya suatu perusahaan akan mampu bertahan di tengah persaingan bisnis ini apabila perusahaan tersebut selalu melakukan evaluasi terhadap kualitas produk yang diproduksinya kemudian meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Jika kualitas dari suatu produk itu baik dan memenuhi dari

kebutuhan atau harapan yang diinginkan oleh pembeli, maka pembeli tidak akan peduli dengan harga yang diberikan atau merasa tidak akan menyesal dengan pengorbanan yang sudah diberikan untuk membeli produk tersebut.<sup>12</sup>

Dalam hal ini kualitas produk yang ditawarkan oleh Shopee tentunya terbilang ditambah lagi adanya sebuah jaminan terhadap produk yang dijual, sehingga produk yang diterima oleh konsumen aman baik dari segi penipuan ataupun kerusakan produk.

**Grafik 1.3**  
**Persentase pendapat Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang mengenai Kualitas Produk Pakaian Muslimah di Aplikasi Shopee**



Sumber: Pra Survey (6-9 November 2023)

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan pada 100 mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang, mengenai apakah pakaian muslimah di aplikasi shopee memiliki kualitas yang baik, 93 dari 100 mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang menjawab ya kualitas produk pakaian muslimah di aplikasi Shopee memiliki kualitas produk yang baik.

Dalam minat untuk membeli pakaian muslimah, mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang juga memperhatikan kualitas produk yang dijual, seperti apakah bahan yang digunakan cepat robek/rusak, sesuai dengan padu padan gaya pakaian mahasiswi serta mahasiswi juga memperhatikan *review* dari produk pakaian muslimah yang ingin mahasiswi beli sehingga produk tersebut ketika mahasiswi beli tidak mengecewakan.

---

<sup>12</sup> Rissa Mustika Sari dan Prihartono, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise), Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 5 No. 3, 2021



Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya *Research Gap* dari variabel independen kualitas produk dan kepuasan konsumen yang mempengaruhi loyalitas konsumen sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Research Gap**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Minat Beli	1. Cantika Arisha Ayudhia, dkk (2020) <sup>13</sup> 2. M. Noorman Mulyadi (2022) <sup>14</sup>
	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Minat Beli	Sri Mulyana (2021) <sup>15</sup>
Pengaruh <i>Trend</i> Terhadap Minat Beli	Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Trend</i> Terhadap Minat Beli	1. Hutari Tirsyah, dkk (2023) <sup>16</sup> 2. Salihah Khairawati, dkk (2023) <sup>17</sup>
	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Trend</i> Terhadap Minat Beli	Septiya Tri Jayanti (2020) <sup>18</sup>
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	1. Rissa Mustika Sari dan Prihartono (2021) <sup>19</sup> 2. Wanda Intan Aghitsni dan Nur Busyra (2022) <sup>20</sup>
	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	Farisa hasna Nadiya dan Susanti Wahyuningsih (2020) <sup>21</sup>

<sup>13</sup> Cantika Arisha Ayudhia, dkk, Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Busana Muslim Umama Scarf, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Volume 6, No. 2, Tahun 2020

<sup>14</sup> M. Noorman Mulyadi, Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 10 No. 3, 2022

<sup>15</sup> Sri Mulyana, Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru, Jurnal Daya Saing, Vol. 7, No. 2 Juni 2021

<sup>16</sup> Hutari Tirsyah, dkk, Pengaruh Trend Fashion Dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Busana Muslimah Di Toko Dazzle Outfit Palembang, Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)Vol. 2 No. 2 Juli - Desember 2023. Hal. 360-366

<sup>17</sup> Salihah Khairawati, dkk, Dampak Sharia Compliance, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Trend Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Milenial, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(02), 2023, 1714-1722

<sup>18</sup> Septiya Tri Jayanti, Pengaruh Trend, Motif Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Hijab Pada Toko Pras Hijab Lamongan (The Influence Of The Trend, Motive, And The Quality Of The Product On The Hijab Buying Decisions At The Lamongan Hijab Prass Shop), Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMa), Volume 1 No 1, 1 Januari 2020

<sup>19</sup> Rissa Mustika Sari dan Prihartono, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise), Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 5 No. 3, 2021

<sup>20</sup> WandaIntanAghitsni dan Nur Busyra, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol. 6 No.3, 2022.

<sup>21</sup> Farisa Hasna Nadiya dan Susanti Wahyuningsih, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang), Prosiding Seminar Nasional Unimus, Vol. 3. 2020.

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2023

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan adanya *research gap* minat mahasiswi untuk membeli pakaian muslimah di aplikasi shopee cukup besar hal ini karena harga yang ditawarkan terbilang murah, dan pakaian muslimah yang semakin digemari oleh mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang ditambah kualitas produk yang baik namun hal ini sendiri menjadi masalah karena minat mahasiswi dalam membeli pakaian muslimah bukan lagi karena kebutuhan melainkan keinginan mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Harga, Trend Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang).**

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah harga berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)?
2. Apakah *Trend* berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap variabel Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Trend* mode terhadap variabel Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)

3. Untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap variabel Minat Beli Pakaian Muslimah Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang)

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti ini digunakan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar (S-1) jurusan Ekonomi Syariah di UIN Raden Fatah Palembang.
2. Bagi Mahasiswa agar dapat memahami bahwa berpakaian tidak hanya memenuhi keinginan sesaat tetapi memperhatikan manfaat dan batasan berpakaian sehingga setiap aktivitas konsumsi yang dilakukan tidak kosong dari nilai ibadah.
3. Bagi universitas hasil ini akan menjadi perbendaharaan perpustakaan khususnya tentang budaya, harga dan religiusitas terhadap minat beli.

#### **E. Sistematika Penulis**

Sistematika ini sangat berguna untuk dapat memberikan gambaran secara jelas dan tidak menyimpang dari pokok-pokok permasalahan. Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan yaitu;

##### **BAB I PENDAHULUAN**

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

##### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi tentang penjelasan dari beberapa teori dari sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan permasalahan yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya akan menjadi landasan bagi penulis untuk dapat melakukan penelitian ini serta kerangka pikir teoritis dan juga hipotesis yang akan diuji.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang setting penelitian, desain penelitian dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian serta teknik pengumpulan data (uji asumsi klasik dan uji hipotesis)

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum mengenal objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang meliputi keberhasilan tujuan dari penelitian yang diteliti penulis. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.