

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kebutuhan masyarakat saat ini terutama dalam bidang komunikasi terus meningkat dimana pulsa dan kuota data internet sudah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari yang harus dipenuhi. Dengan perkembangan tersebut maka peluang usaha dibidang komunikasi sangat besar, sehingga banyak pengusaha yang membuka Konter pulsa jadi semakin ketat nya persaingan usaha dalam bidang tersebut. Sehingga pengusaha harus meningkatkan strategi untuk merangsang minat beli agar memperoleh pelanggan dan meningkatkan keuntungan. Untuk merangsang minat beli konsumen para pelaku usaha harus senantiasa membuat strategi kebijakan baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitanya menghadapi persaingan dengan kompetitor yang bermunculan, karena Pada dasarnya semakin banyaknya persaingan maka akan semangkin banyaknya pilihan produk yang ditawarkan yang dapat memenuhi harapan dan minat beli konsumen.

Minat beli menjadi salah satu faktor yang menunjang dalam ilmu pemasaran selain faktor-faktor internal lainnya karena dengan adanya minat beli konsumen maka besar kemungkinan akan terbentuknya loyalitas pelanggan untuk selalu membeli sehingga pemasaran akan terus berkembang melalui rekomendasi dari dan antar konsumen. Minat beli juga menjadi dasar adanya keyakinan akan manfaat yang diperoleh yang menimbulkan kepercayaan terhadap kualitas dan merek atau pelaku usaha tersebut. Dalam perilaku konsumen banyak di temukan

faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, faktor-faktor tersebut diantaranya harga, merek, atribut, promosi dan sebagainya. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan membeli konsumen akan suatu produk dapat berasal dari dalam diri konsumen maupun luar diri konsumen.

Menurut Ali Hasan (2013:173) minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar benar dilaksanakan. Minat beli akan timbul setelah konsumen menerima stimulus dari suatu yang mereka lihat, pada saat konsumen memasuki sebuah toko saat itulah timbul perhatian dan keingintahuan bahkan keinginan untuk mencoba produk dan kemudian membeli produk. Agar konsumen tertarik untuk mengunjungi Konter dan melakukan transaksi bukanlah hal yang mudah mengingat bahwa konsumen juga datang kekonter-konter lain. Penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen melakukan transaksi.

Berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menjaring konsumen (Yuliana Mulyani,2009:5). Salah satu faktor yang dapat menumbuhkan minat konsumen adalah varian produk yang diberikan oleh perusahaan. Varian produk tidak hanya menyangkut jenis produk (*product item*) dan lini produk (*product line*) tetapi juga menyangkut kualitas, desain, bentuk, merk, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian yang harus diperhatikan oleh perusahaan secara seksama terhadap keanekaragaman (varian) produk yang dihasilkan secara keseluruhan.

Strategi yang tak kalah penting untuk meningkatkan minat beli konsumen adalah dengan harga. Setiap perusahaan yang didirikan tentunya memiliki harapan bahwa dikemudian hari usahanya akan mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat, serta memperoleh keuntungan yang maksimal. Pada persaingan di era globalisasi seperti saat ini, penetapan harga yang tepat pada suatu produk merupakan hal yang semakin penting. Perusahaan harus secara cermat dalam menetapkan harga pada setiap produknya, karena penetapan harga pada sebuah produk akan berdampak secara langsung atau berpengaruh terhadap tingkat permintaan produk tersebut.

Bagi para konsumen, harga bukan hanya sekedar nilai tukar barang atau jasa, tetapi konsumen selalu mengharapkan adanya timbal balik yang sesuai antara manfaat produk yang akan mereka terima dengan pengorbanan yang mereka keluarkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Fandy Tjiptono (2008:151), Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan cara memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Perusahaan harus menyadari bahwa para konsumen menghendaki untuk memperoleh harga yang pantas, dimana konsumen merasa bahwa pengorbanan yang mereka keluarkan berupa biaya harus sesuai dengan manfaat produk yang akan mereka dapatkan.

Para ahli berpendapat bahwa suatu produk harus memiliki harga yang kompetitif, dimana harga tersebut dipandang layak oleh konsumen dan mampu

bersaing dengan harga-harga lain dari produk pesaing. Melalui penetapan harga yang lebih kompetitif diharapkan suatu produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen dan kemudian mengarahkan konsumen untuk melakukan pembelian. Penilaian konsumen terhadap harga dari suatu produk sangat mempengaruhi minat beli mereka pada produk tersebut, oleh sebab itu penetapan harga yang tepat dan kompetitif pada sebuah produk perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan.

Berbeda dengan varian produk dan harga, penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan terjadi selama proses penyampaian informasi mengenai produk yang ditawarkan tersebut. Setiap kontak yang terjadi antara karyawan dengan konsumen merupakan gambaran mengenai sesuatu "*moment of truth*" yaitu suatu peluang untuk memuaskan atau tidak memuaskan konsumen (Susan M. Gage, 2013:16). Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi konsumen tersebut, suatu perusahaan perlu mengadakan program-program perencanaan, seperti kecepatan pelayanan, kualitas, penetapan harga yang standar dan keramahan dalam melayani pelanggan. Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan, karena pelayanan yang dirasakan dan dinikmati langsung oleh pelanggan akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian pelanggan.

Bila kepuasan pelanggan dapat tercapai maka akan mempengaruhi intensi perilaku konsumen untuk membeli barang ataupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Hal ini berarti intensi pembelian konsumen terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, kualitas

harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan pada persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Produk atau jasa boleh sangat bagus, tapi tanpa ditunjang oleh pelayanan kepada pelanggan yang paripurna, tentu kurang lengkap rasanya.

Dewasa ini bisnis penjualan pulsa elektronik memang sedang booming seperti halnya bisnis sembako. Setiap hari selalu ada yang membutuhkan pulsa, apalagi saat ini satu orang dapat memiliki lebih dari satu handphone. Penggunaannya pun bukan hanya orang dewasa anak SD pun saat ini telah menggunakan handphone. Handphone memang telah menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat penting dalam masyarakat. Tentunya setiap pemilik handphone membutuhkan pulsa agar dapat berkomunikasi, tanpa pulsa komunikasi tak mungkin bisa dilakukan. Kebutuhan masyarakat untuk berkomunikasi tidak lagi terbatas apalagi saat ini penggunaan telepon genggam atau handpone sudah menjamur. Bisnis pulsa memang punya prospek yang bagus kedepannya saat ini, pulsa bahkan tidak lagi kebutuhan mewah tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok yang hampir semua orang memerlukannya. Berdasarkan hal tersebut sekarang banyak para pelaku usaha yang membuka usaha konter pulsa dengan menawarkan kelebihanannya masing-masing.

Banyaknya konter-konter telepon sellular membuat persaingan di bisnis konter sellular menjadi semakin tinggi, dan dengan banyaknya bisnis ini bemunculan, maka mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih konter

telepon selular yang memberikan pelayanan yang terbaik dengan harga dan varian produk yang menarik minat mereka untuk membeli. Salah satu konter telepon selular adalah ZYVI CELL yang berada di Jl. Kampung Melayu 225 Bukit Merapin Gerunggang Pangkalpinang, di daerah tersebut telah berdiri beberapa konter telepon selular sebagai pesaing dari Konter ZYVI CELL. Berikut ini daftar nama konter pesaing dari Konter ZYVI CELL yang berada didaerah Jl. Kampung Melayu 225 Bukit Merapin, Gerunggang Pangkalpinang yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel. I.1 Daftar nama konter pesaing dari Konter ZYVI CELL 1**

<b>NO</b>	<b>NAMA KONTER</b>
1	Almaidah Cell
2	8118 Cell
3	Keysha Cell
4	Dell's Cell
5	RR_07 Cell
6	Twin F Cell
7	Lova Cell
8	Tunk Cell
9	Siska Cell
10	Asih Cell

Sumber : penulis, 30/06/2016

Konter ZYVI CELL didirikan pada Februari Tahun 2014, menjual pulsa hp, pulsa pln Prabayar, kartu perdana, kartu kuota internet dan berbagai macam produk aksesoris hp. Selain itu ZYVI CELL juga menyediakan jasa service hp, jasa bayar pln postpaid, telkom, dan indovision. Lokasi Konter ZYVI CELL yang bertempat dipinggir jalan raya sangat menguntungkan karena selain dapat dilihat oleh masyarakat yang melewati jalan tersebut juga karena lokasi ZYVI CELL yang mudah dijangkau oleh masyarakat karena berada didaerah yang ramai.

Berdasarkan pengamatan penulis minat beli pada Konter ZYVI CELL mengalami perkembangan yang cukup baik dan tidak pernah sepi dari pengunjung hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang datang. Berikut ini data pengunjung Konter ZYVI CELL dari tahun 2014 - 2015 yang peneliti dapatkan, dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel. I.2 Data Jumlah Pengunjung Konter ZYVI CELL 1, Tahun 2014 -  
Tahun 2015**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung Per Tahun	Jumlah Pengunjung Rata-Rata Per Bulan
1	2014	37.188	3.099
2	2015	61.416	5.118
	Total	98.604	8.217
	Rata-rata	49.302	4.109

Sumber: Zyvi Cell, 2016

Dilihat dari data diatas pengunjung yang datang ke Konter ZYVI CELL Pangkalpinang mengalami peningkatan, pengunjung bertambah dari tahun 2014 sampai tahun 2015. Melihat besar nya peluang bisnis dibidang ini pemilik Konter ZYVI CELL tidak ingin menya-yaikan kesempatan untuk memperbesar usahanya dengan membuka cabang baru. Cabang Konter ZYVI CELL yang kedua didirikan pada bulan Januari 2016, di Jl. R.E Martadinata, Opas indah Pangkalpinang. Sama halnya dengan Konter ZYVI CELL yang pertama Konter yg kedua ini juga menjual pulsa hp, pulsa pln Prabayar, kartu perdana, kartu kuota internet dan berbagai macam produk aksesoris hp. Di daerah tersebut juga telah berdiri beberapa konter telepon selular sebagai pesaing dari Konter ZYVI CELL yang kedua ini dan berikut ini daftar nama konter pesaing dari Konter ZYVI

CELL 2 yang berada didaerah Jl. R.E Martadinata, Opas indah Pangkalpinang yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel. I.3 Daftar nama konter pesaing dari Konter ZYVI CELL 2**

NO	NAMA KONTER
1	Ipik Cell
2	Boma Cell
3	Doni Cell
4	V3 Cell
5	Ortega Cell
6	Air Cell
7	SS Cell
8	Hijrah Cell
9	Maryam Cell
10	Leni Cell

Sumber : penulis, 30/06/2016

Berdasarkan pengamatan penulis Minat beli pada Konter ZYVI CELL 2 ini juga terus bertambah setiap bulannya walaupun baru berjalan selama 3 bulan. Hal tersebut dapat dilihat dari data pengunjung Konter ZYVI CELL dari bulan Januari 2016 - Maret 2016 yang peneliti dapatkan, dapat dilihat dari tabel dibawah ini

**Tabel. I.4 Data Jumlah Pengunjung Konter ZYVI CELL 2, Bulan Januari 2016 - Maret 2016**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung Per Bulan	Jumlah Pengunjung Rata-Rata Per Hari
1	Januari	3043	101
2	Februari	3711	128
3	Maret	4049	135
	Total	10.803	364
	Rata-rata	3.601	121

Sumber: Zyvi Cell, 2016

Dilihat dari data diatas pengunjung yang datang ke Konter ZYVI CELL 2 Pangkalpinang mengalami peningkatan, pengunjung bertambah dari Bulan Januari



2016 – Maret 2016. Walaupun dalam kurung waktu 3 bulan Konter ZYVI CELL 2 sudah menunjukkan perkembangan minat beli yang cukup baik. Hal tersebut juga dapat dilihat dari foto pengunjung yang datang Konter ZYVI CELL Pada gambar I.1 di bawah ini.

**Gambar. I.1 Foto Pengunjung yang datang keKonter ZYVI CELL**



Sumber : penulis, 05/05/2016

Dengan perkembangan minat beli pada Konter ZYVI CELL ditandai dengan banyaknya jumlah pengunjung yang datang, maka secara otomatis omset Konter ZYVI CELL pun mengalami peningkatan, peningkatan omset tersebut dapat dilihat dari data persentase omset penjualan konter ZYVI CELL 1, Tahun 2014 - Tahun 2016 dan Konter ZYVI CELL 2, pada bulan Januari 2016 - Maret 2016 yang peneliti dapatkan yang dapat dilihat pada tabel I.3 dan I.4 dibawah ini.

**Tabel. I.5 Omset Penjualan konter ZYVI CELL 1, Tahun 2014 - Tahun 2015**

No	Tahun	Omset penjualan	Persentase
1.	2014	1.958.578.000	36,71%
2.	2015	3.376.200.000	63,29%
<b>Total</b>		<b>5.334.778.000</b>	

Sumber: Zyvi Cell , 2016

Dapat dilihat dari tabel 1.5 bahwa persentase omset penjualan Konter ZYVI CELL 1 mengalami peningkatan dari tahun 2014 - 2015, dimana bisa dilihat pada tahun 2014 persentase omset Konter ZYVI CELL sebesar 36,71% sedangkan persentase omset Konter ZYVI CELL tahun 2015 sebesar 63,29% mengalami peningkatan sebesar 26,58%.

**Tabel. I.6 Omset Penjualan konter ZYVI CELL 2, Bulan Januari 2016 - April 2016**

No	Tahun	Omset penjualan	Persentase
1.	Januari	122.580.000	30,34%
2.	Februari	137.120.000	33,94%
3.	Maret	144.300.000	35,72 %
<b>Total</b>		<b>404.000.000</b>	

Sumber: Zyvi Cell , 2016

Dapat dilihat dari tabel I.6 persentase omset penjualan Konter ZYVI CELL 2 dari bulan Januari 2016 sampai Maret 2016 juga mengalami peningkatan, dimana bisa dilihat pada bulan Januari persentase omset Konter ZYVI CELL 2 sebesar 30,34% sedangkan persentase omset Konter ZYVI CELL 2, bulan Februari sebesar 33,94% mengalami peningkatan sebesar 3,6% dan pada bulan maret persentase omset Konter ZYVI CELL 2, sebesar 35,72 % terjadi peningkatan sebesar 1,78% dari bulan Februari.

Berdasarkan observasi diduga tiga faktor yang mempengaruhi tingginya minat beli konsumen pada Konter ZYVI CELL yaitu yang pertama varian produk, varian produk yang tersedia dikonter Konter Zyvi Cell cukup lengkap dimulai dari pulsa hp dan kartu perdana semua operator, pulsa pln semua nominal, kartu data internet beberapa operator dengan macam-macam jumlah kuota yang tersedia,

dan aksesoris hp lainnya. Seperti yang terlihat Pada tabel dan gambar di bawah ini.

**Tabel. I.7 Daftar Varian Produk yang ada dikonter ZYVI CELL  
Pangkalpinang**

No	Nama Produk
1.	Pulsa Elektrik
2.	Pulsa Pln
3.	<i>Voucer</i> Pulsa
4.	Kartu Perdana
5.	Kartu Data Internet
6.	<i>Headseat</i>
7.	<i>Casing Handphone</i>
8.	<i>Batre Handphone</i>
9.	<i>Memory SD</i>
10.	<i>Power Bank</i>
11.	Lampu Led
12.	<i>Charger</i>
13.	<i>Screen Guard</i>
14.	Kabel Data
15.	<i>Fisheye Lens</i>
16.	<i>Waterproff</i>

Sumber: Zyvi Cell, 2016

**Gambar. I.2 Foto Varian Produk diKonter ZYVI CELL**



Sumber : penulis, 05/05/2016

Faktor yang kedua yaitu harga, mengingat harga merupakan faktor utama yang diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian, Konter ZYVI CELL menawarkan harga cukup murah dibandingkan konter lainnya. Ini dapat

dilihat dari tabel I.8 dimana tabel tersebut memperlihatkan pesaing menawarkan harga pulsa hp dan pulsa pln yang lebih mahal dibanding Konter ZYVI CELL hal tersebut lah yang diduga menarik minat beli konsumen di Konter ZYVI CELL. Di bawah ini tabel perbandingan harga antara Konter ZYVI CELL dan Konter ORTEGA CELL, dan juga foto daftar harga di Konter ZYVI CELL.

**Tabel i.8 Harga Konter ZYVI CELL dan Harga Konter ORTEGA CELL**

	No	Konter ZYVI CELL		Konter ORTEGA CELL	
		Nominal	Harga	Nominal	Harga
Pulsa hp	1.	5000	5500	5000	6000
	2.	10000	10500	10000	11000
	3.	20000	20500	20000	21000
	4.	25000	25500	25000	26000
	5.	50000	50500	50000	51000
	6.	100000	98000	100000	101000
Pulsa pln	1.	20000	20500	20000	21000
	2.	50000	50500	50000	51000
	3.	100000	100500	100000	101000

Sumber: Konter Zyvi cell dan Konter Ortega cell, 2016

**Gambar. I.3 Daftar Harga diKonter ZYVI CELL**



Sumber : penulis, 05/05/2016

Faktor yang ketiga yaitu kualitas layanan, dari pengamatan penulis kualitas layanan yang diberikan oleh Konter ZYVI CELL cukup baik hal tersebut dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan oleh pegawai Konter ZYVI CELL yang

selalu melayani konsumen dengan ramah, sopan, memberikan respon yang cepat terhadap apa yang diinginkan oleh konsumen, dan mempunyai pengetahuan yang baik tentang produk yang dijual sehingga dapat memberikan penjelasan yang tepat pada saat ada konsumen yang bertanya mengenai produk tersebut. Dan untuk jam kerjanya pemilik Konter ZYVI CELL menerapkan kebijakan jam kerja untuk 4 orang pegawainya (2 orang diKonter ZYVI CELL 1, dan 2 orang diKonter ZYVI CELL 2) sebagai berikut : sifit pagi mulai jam 08.00 sampai jam 13.00, istirahat jam 13.00 sampai jam 17.30, masuk lagi jam 17.30 sampai jam 21.00, untuk sifit siang masuk jam 13.00 sampai jam 17.30, istirahat jam 17.30 sampai jam 19.00, masuk lagi jam 19.00 sampai jam 21.00, dilihat dari jam kerja tersebut pada malam hari pegawai yang bekerja berjumlah 2 orang, hal tersebut bertujuan untuk mengatasi antusias konsumen yang lebih banyak membeli pada malam hari.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik meneliti lebih lanjut apa yang lebih mempengaruhi minat beli konsumen pada Konter Zyvi Cell. Penelitian ini berjudul **“Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, masalah yang diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran variabel varian produk, harga dan minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang?
2. Bagaimana pengaruh varian produk terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang?
5. Bagaimana varian produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang?
6. Berapa besar pengaruh varian produk, harga dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang?

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian perlu menentukan pembatasan masalah, dengan tujuan agar masalah yang diteliti lebih terfokus dan tepat pada sasaran. Maka ruang lingkup penelitian ini berfokus pada varian produk, harga dan kualitas layanan sebagai variabel bebas dan minat beli konsumen sebagai variabel terikat. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan konsumen yang datang ke Konter ZYVI CELL.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Memberikan gambaran tentang variabel varian produk, harga dan minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang.
2. Mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh Varian Produk terhadap minat beli konsumen pada pada ZYVI CELL Pangkalpinang.
3. Mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh Harga terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang.
4. Mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh Kualitas Layanan terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang.
5. Mengetahui dan menganalisis apakah Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang.
6. Mengetahui dan menganalisis Berapa besar pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap minat beli knsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang?

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang terkait Varian Produk, Harga, Kualitas Layanan dan minat beli konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi para pemilik konter menyangkut minat beli konsumen, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

## 3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan-perusahaan dalam menyusun kebijakannya, khususnya mengenai Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan serta pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Penulisan penelitian ini menggunakan sistematika penyusunan yang di mulai dari satu bab ke bab lainnya secara berurutan. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah :

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

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penyusunan.

#### **BAB II . LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.



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

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan pengukuran variabel, uji kualitas data serta teknik analisis data.

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis dan interpretasi data serta pembahasan hasil penelitian yang membandingkan keterkaitan antara hasil analisis data dengan variabel yang diteliti.

### **BAB V. PENUTUP**

Bab ini berisi simpulan dan saran yang dibuat sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.