

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

Terminal Wisata Grafika Cikole atau biasa disebut dengan Grafika Cikole adalah tempat wisata yang menawarkan *outbound*, restoran serta penginapan bernuansa hutan pinus. Terminal Wisata Grafika Cikole terletak di jalan Raya Tangkupan Perahu km 8 Desa Cikole, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Tempat tersebut berada di kaki gunung dengan ketinggian 1400 meter di atas permukaan laut, bersuhu 20 derajat *celcius*. Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki kontur area yang berbukit dan dikelilingi hutan pinus seluas 9 hektar.

Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki fasilitas *outbound* berupa *flying fox*, *paint ball*, turun tebing, rumah pohon, wisata berkuda, permainan tradisional (angklung), *outbound training* sekolah, *outbound training* dewasa dan *outbound training* anak-anak. Penginapan berupa hotel, rumah panggung, pondok wisata alam, dan *camping*. Sedangkan bagian restoran berupa restoran sunda buana, restoran sangkuriang, pedopo hutan, aula bambu, dan saung lesehan yang memiliki varian kuliner dengan menu makanan tradisional, *western*, *chinese*, dan *seafood*.

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Terminal Wisata Grafika Cikole adalah melakukan promosi menggunakan *media online* seperti *website*. *Website* Terminal Wisata Grafika Cikole dibuat pada tahun 2014 dengan domain www.grafikacikole.com untuk menginformasikan berbagai fasilitas jasa pariwisata yang ditawarkan. *Website* Terminal Wisata Grafika Cikole lebih bersifat *informational* yang merupakan *product or service information sites*, yaitu situs yang menampilkan informasi tentang produk dan layanan serta berguna untuk meningkatkan *positioning* atau meningkatkan *public awareness* perusahaan/produk.

1.1.2 Logo Perusahaan

Logo dari Terminal Wisata Grafika Cikole merupakan *logotype* dengan huruf “G” yang memiliki simbol daun yang memiliki makna bahwa Grafika Cikole menawarkan jasa wisata yang kreatif, fleksibel, perubahan dan kekuatan untuk memberikan ide dan inspirasi kepada wisatawan dalam menikmati jasa yang diberikan oleh Terminal Wisata Grafika Cikole dengan ciri khas panorama alam hutan pinus. Logo “G” sebagai *logotype* ini berubah-ubah sesuai dengan tema yang buat oleh Terminal Wisata Grafika Cikole.



Gambar 1.1

Logo Terminal Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Selain itu tulisan Terminal Wisata memiliki warna coklat-oren melambangkan warna pepohonan hutan pinus yang asri dan sejuk. Contoh logo pada *official* Terminal Wisata Grafika Cikole di instagram, mengusung tema “*Inauguration Logo*” dengan tampilan baru yang berwarna pelangi seperti dibawah ini :



Gambar 1.2

Logo Instagram Terminal Wisata Grafika Cikole

Sumber: [instagram @officialgrafika](https://www.instagram.com/officialgrafika) (diakses pada 22 September 2016)

1.1.3 Produk Perusahaan

Produk yang ditawarkan oleh Terminal Wisata Grafika Cikole adalah produk jasa wisata berupa *outbound*, restoran serta penginapan bernuansa hutan pinus. Fasilitas *outbound* berupa *flying fox*, *paint ball*, turun tebing, rumah pohon, wisata berkuda, permainan tradisional (angklung), *outbound training* sekolah, *outbound training* Dewasa dan *outbound training* anak-anak.

1. Outbound



Gambar 1.3

***Outbound* Terminal Wisata Grafika Cikole**

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Untuk bagian restoran berupa restoran sunda buana, restoran sangkuriang, pedopo hutan, aula bambu, dan saung lesehan yang memiliki varian kuliner dengan menu makanan tradisional, *western*, *chinese*, dan *seafood*. Restoran Sunda Buana ditujukan pada tamu wisata berjumlah minimal 20 orang dengan menawarkan masakan khas sunda. Restoran Sunda Buana berada dibagian paling depan Terminal Wisata Grafika Cikole dengan kapasitas 200 orang dan dilengkapi *live music*, 16 *toilet*, musola dan area parkir yang dapat menampung 24 bus wisata.

2. Penginapan

Penginapan yang ditawarkan Terminal Wisata Grafika Cikole berupa hotel, rumah panggung, pondok wisata alam, dan *camping*. Grafika Hotel di Lembang Bandung ini memiliki 8 buah kamar hotel dengan harga Rp.300.000,-/ malam pada hari biasa dan *weekend* Rp.350.000,-/ malam. Grafika Hotel menawarkan panorama yang cukup unik dengan pemandangan hutan pinus.



Gambar 1.4

Grafika Hotel Terminal Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Penginapan berupa Rumah Panggung berada dipucak bukit pertengahan area Terminal Wisata Grafika Cikole. Dengan menginap di rumah panggung konsumen dapat menikmati pemandangan secara menyeluruh dari atas karena berada di tempat yang tinggi.



Gambar 1.5

Rumah Panggung Terminal Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Penginapan Pondok Wisata Alam berada diatas bukit pada hamparan rumput di antara pepohonan pinus. Pondok Wisata Alam ini menawarkan atmosfer rumah pedesaan dengan interior dan eksterior bahan yang terbuat dari kayu. Pondok tersebut sangat indah terlihat tradisional dan selaras dengan alam sekitarnya.



Gambar 1.6

Pondok Wisata Alam Terminal Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Penginapan berupa *camping* dibuat secara petak-petak menggunakan alas papan yang dipasang pada lantai (*semen*) sehingga tenda bisa diikat kuat dan tidak perlu khawatir terbawa angin. Alas papan ini juga berguna untuk menghindari kontak langsung dengan tanah sehingga bahan dasar tenda *camping* tidak basah oleh embun atau ketika hujan.



Gambar 1.7

Camping Terminal Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

3. Restoran

Restoran sangkuriang memiliki fasilitas bangunan yang lebih eksklusif berkapasitas 120 orang dengan pelayanan yang prima dan menu-menu *special* seperti *chinese food* dan *seafood*. Tempat ini sangat *representative* untuk tamu-tamu wisatawan dengan *buffet* atau *set table*. Di restoran ini, Terminal Wisata Grafika Cikole juga dapat menyediakan kesenian tradisional seperti tari jaipong ataupun angklung sesuai pemesanan.



Gambar 1.8

Restoran Sangkuriang Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Restoran Pendopo Hutan merupakan bangunan yang berada di alam terbuka di kawasan hutan pinus. Pendopo Hutan merupakan fasilitas yang disediakan bagi tamu pondok wisata dengan kapasitas mencapai 100 orang. Restoran pendopo hutan juga merupakan tempat penukaran kupon tiket masuk dengan makanan bagi para pengunjung.



Gambar 1.9

Restoran Pendopo Hutan Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Restoran Aula Bambu dapat digunakan tamu wisata rombongan dengan kapasitas 600 orang dan tersedia *live music* bagi tamu wisata rombongan yang membutuhkan hiburan. Bentuk bangunan Aula Bambu bergaya minimalis mengadopsi bangunan balai desa di Jawa Barat dengan furnitur kayu berupa meja kayu dan bangku kayu panjang.



Gambar 1.10

Restoran Aula Bambu Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

Restoran Saung Lesehan merupakan rumah makan pondok terbuka yang dibangun dengan konsep menyerupai saung dipersawahan. Lantai Saung Lesehan menggunakan kayu dengan pagar setinggi betis dan beratap rumbia. Saung Lesehan ini ditujukan bagi tamu perorangan maupun keluarga. Di Terminal Wisata Grafika Cikole menyediakan 18 Saung Lesehan berukuran kecil dan besar. Saung berukuran kecil berkapasitas 4 orang dan Saung berukuran besar berkapasitas 20 orang.



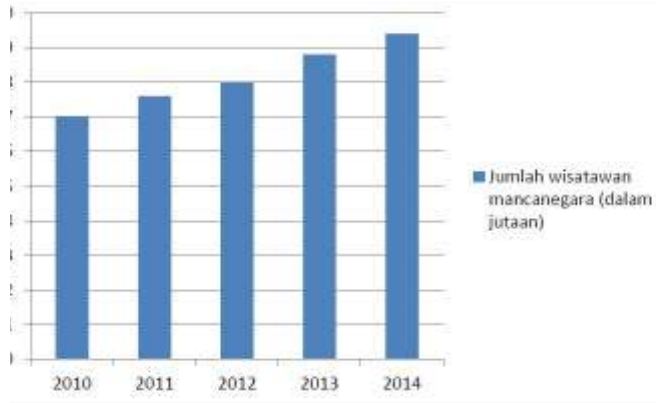
Gambar 1.11

Restoran Saung Lesehan Wisata Grafika Cikole

Sumber: www.grafikacikole.com (diakses pada 22 September 2016)

1.2 Latar Belakang

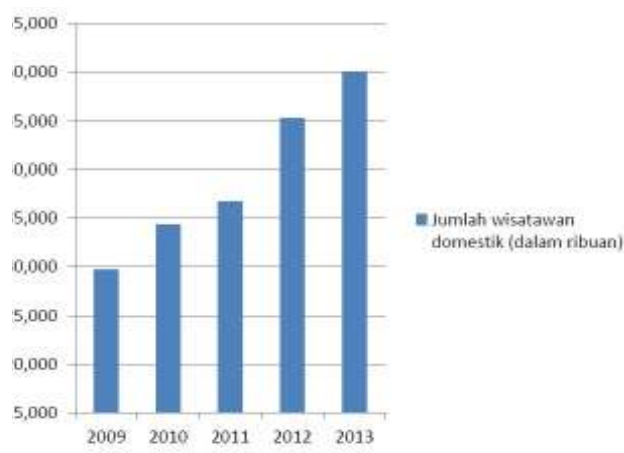
Pariwisata merupakan salah satu bisnis jasa yang berkembang pesat di era globalisasi seperti saat ini. Menurut Marpaung (2002:13), pariwisata juga dilihat sebagai perpindahan sementara yang dilakukan manusia keluar dari rumahnya menuju ke suatu daya tarik wisata dengan tujuan menghindari pekerjaan-pekerjaan rutin dan aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal. Suatu daya tarik wisata yang dituju wisatawan adalah untuk memenuhi kebutuhan dengan cara memanfaatkan atau menggunakan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh para pengusaha pariwisata di daya tarik yang dikunjunginya.



Gambar 1.12

Grafik Perkembangan Wisatawan Mancanegara 2010-2014

Sumber : www.kemenpar.go.id (diakses pada 19 September 2016)



Gambar 1.13

Grafik Perkembangan Wisatawan Domestik 2009-2013

Sumber : www.kemenpar.go.id (diakses pada 19 September 2016)

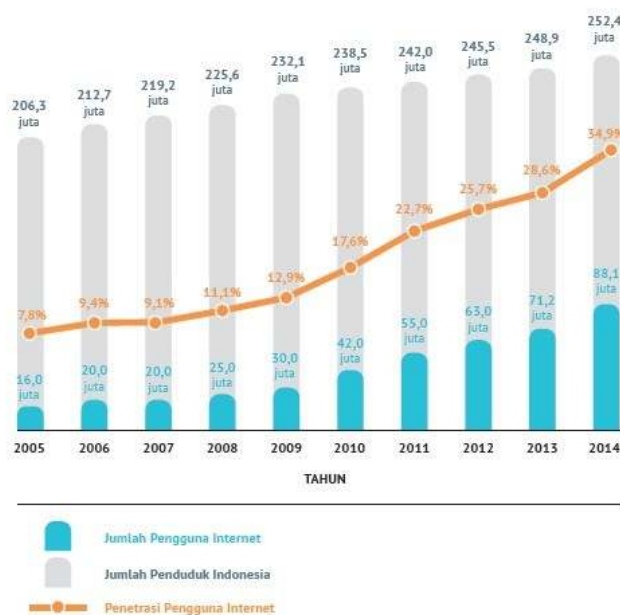
Berdasarkan sumber dari www.kemenpar.go.id, seperti Gambar 1.12 dan 1.13 didapat bahwa data kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik mengalami pertumbuhan kunjungan tiap tahunnya. Beragam pesona budaya, sumber daya alam dan destinasi pariwisata menjadikan Indonesia berpotensi menarik wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Bandung merupakan salah satu tempat destinasi pariwisata favorit bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara. Bandung memiliki berbagai macam tempat wisata seperti wisata alam, wisata kuliner, berbagai kegiatan budaya hingga tempat menarik untuk berbelanja. Keindahan alam yang ada di Bandung terutama daerah Lembang Bandung berupa taman, gunung, peninggalan sejarah, danau, kawah dan lain sebagainya memiliki keindahan yang luar biasa. Salah satu tempat favorit di Lembang yang sering di kunjungi adalah tempat wisata Terminal Wisata Grafika Cikole. (Sumber: www.tempatwisataseru.com, diakses pada 23 Januari 2017)

Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki berbagai macam hal yang menarik, mulai dari fasilitas yang ditawarkan, kenyamanan, kebersihan, berbagai penawaran wisata, dan tempat yang strategis. Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki tempat yang strategis karena berada di jalan utama yaitu jalan Raya Tangkupan Perahu dan dekat dengan tempat wisata favorit Lembang lainnya seperti Tangkuban perahu, Observatorium Bosscha, De'Ranch, Air Terjun Maribaya, Taman Hutan Jaya Giri Lembang, Sapu Lidi, Farm House, Situ Lembang, Kebun Begonia, Pemancingan Bonita, Air Panas Ciater, Kampung Daun, Floating Market, Dusun Bambu, Tahu Susu, dan tempat favorit lainnya sehingga memiliki potensi besar menarik minat wisatawan yang datang. (Sumber: hasil observasi dan wawancara yang dilakukan kepada 45 responden secara acak kepada mahasiswa dan pengunjung yang berada di Terminal Wisata Grafika Cikole pada tanggal 15-16 Oktober 2016)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis kepada pihak HRD (*Human Resource Development*) Terminal Wisata Grafika Cikole, didapat bahwa wisatawan yang datang beraneka ragam mulai dari wisatawan mancanegara hingga domestik. Banyaknya pengunjung yang datang dipengaruhi latar belakang masing-masing wisatawan untuk menikmati fasilitas yang ditawarkan Terminal

Wisata Grafika Cikole. Latar belakang tersebut seperti kebutuhan *tim building*, sesi *photo pra wedding*, *camping*, makan di restoran, bermain wahana yang ditawarkan, ataupun sekedar datang untuk photo dan menikmati keindahan alam berciri khas hutan pinus. Berdasarkan wawancara didapat bahwa jumlah wisatawan terbilang fluktuatif tiap bulannya, hal tersebut dikarenakan beberapa group instansi, group mahasiswa yang datang, musim liburan dan pengunjung perorangan yang datang. Berdasarkan kunjungan tiap tahun didapat bahwa penjualan tertinggi adalah pada tahun 2014 dan menurun pada tahun 2015- 2016. Untuk meningkatkan penjualan maka pihak Grafika Cikole menggunakan strategi marketing berupa promosi untuk menarik minat beli dengan *media online*. *Media online* di dasarkan pada teknologi dan Informasi berupa internet.



Gambar 1.14

Grafik Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber: <https://www.apjii.or.id/> (diakses pada 19 September 2016)

Data pada Gambar 1.14 merupakan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dapat dilihat dalam 10 tahun terakhir dari tahun 2005 hingga 2014, pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan. Sempat terjadi sedikit penurunan namun berhasil naik kembali ditahun berikutnya. Terlebih pada tahun 2014 peningkatan tertinggi mencapai

34,9% atau sekitar 88,1 juta pengguna internet (APJII 2014). Berdasarkan potensi internet tersebut *media online* dirasa merupakan media yang efektif dalam mempromosikan produk dalam menarik minat beli konsumen. Hal tersebut didukung berdasarkan teori menurut Hermawan Kertajaya (2012) dikutip dalam penelitian Yuliandi (2012) bahwa pengusaha yang tidak mempromosikan produknya melalui *media online* akan merugi, sebab menurutnya teknologi informasi secara *online* sangat efektif dalam memasarkan berbagai produk.

Promosi merupakan salah satu cara mengembangkan minat beli, yakni komunikasi yang menginformasikan kepada calon pembeli sebuah atau sesuatu pendapatan atau memperoleh suatu respon (Lamb dalam Rizky dan Yasin, 2014:140). Minat beli merupakan kemungkinan konsumen akan membeli sebuah produk atau jasa. Sebuah peningkatan dalam minat beli berarti peningkatan pada kemungkinan dilakukan pembelian. Minat beli di artikan sebagai sebuah keinginan konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa. Minat beli muncul ketika seseorang telah mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk yang diinginkan (Chinomona, 2013:3).

Berdasarkan wawancara terhadap *manager marketing* Terminal Grafika Cikole didapat bahwa minat beli Terminat Wisata Grafika Cikole masih terbilang kurang, karena itulah strategi *marketing* dengan mempromosikan produk dengan *media online* sangat penting di lakukan. Salah satu strategi berdasarkan *media online* yang dilakukan oleh Terminal Wisata Grafika Cikole adalah menggunakan *website*. Dalam studi kasus ini pihak Grafika Cikole merasa bahwa *website* belum efektif dalam menarik minat beli konsumen sehingga perlu dilakukan peninjauan kembali pada kualitas *website*. Pada penelitian yang dilakukan Madharavan dan Laverie (2004) dikutip dari Yuliandi (2012), *website effectiveness* atau elemen-elemen kualitas dapat mempengaruhi perilaku pembelian, kualitas dari suatu *website* dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong pengguna untuk melakukan pembelian. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang berjudul *website costumer orientations, website quality, and purchase intentions: the role of website personality* yang menghasilkan temuan bahwa kualitas dari *website* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* (Minat Beli) (Poddar et al, 2008).

Website Grafika Cikole terfokus pada *usability website* karena tujuan umum dari *usability website* terminal wisata Grafika Cikole adalah memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti user untuk mempromosikan serta menawarkan produk. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Nielsen (1994) dikutip dari Prayoga, S.H dan Sensuse, D.N (2010) bahwa Tujuan umum dari *usability*, yaitu memberikan informasi yang jelas dan singkat pada user, memberikan pilihan yang tepat kepada user, melalui cara yang mudah dimengerti, mengurangi keambiguan dari akibat suatu aksi, dan menempatkan hal penting dengan penempatan yang tepat pada situs. *Usability* merupakan atribut kualitas *website* yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*) (Hermawan, 2007:6 dikutip dari Maslan, 2015).

Menurut salah satu bagian manajemen Terminal Wisata Grafika Cikole pengukuran kualitas *website* terutama bagian *usability* sangat diperlukan sebagai *feedback* dan mengetahui kekurangan maupun kelebihan dari permasalahan suatu *website*. “*Various studies show that web usability problems has caused firm alot of money as well as potential customer*” (Rowland, 2000 yang dikutip dari Hassan dan Li, 2001). Pendapat tersebut dimaksudkan bahwa terdapat berbagai macam pembelajaran yang memperlihatkan bahwa permasalahan pada *web usability* menimbulkan banyak kerugian pada perusahaan begitu juga dengan potensi konsumen.

Terminal Wisata Grafika Cikole memiliki permasalahan berdasarkan *website usability* yang terjadi adalah *screen design, content, accessibility, navigation, media use, interactivity, and consistency*. Atribut *screen design, content, accessibility, navigation, media use, interactivity, and consistency* merupakan faktor-faktor yang berpengaruh pada kualitas *website* berdasarkan *website usability*. Hal tersebut sesuai dengan penelitian *scanmic model* yang telah dilakukan oleh Hassan dan Li (2001) mengenai pengukuran kualitas web berdasarkan *web usability*.

Tabel 1.1

Permasalahan Pada Website Terminal Wisata Grafika Cikole

Atribut	Permasalahan
<i>Screen Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Inti pokok pada informasi sulit di saring secara cepat - Penggunaan warna kontras antara tulisan dengan latar belakang <i>website</i> tidak begitu menarik.
<i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tanggal publikasi informasi yang di update pada <i>website</i> belum begitu baik. - Kurangnya informasi mengenai latar belakang perusahaan
<i>Accessibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem <i>website</i> menampilkan konten secara keseluruhan (<i>Loading Time</i>) cukup lama (terkadang lebih dari 10 detik)
<i>Navigation</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Navigasi menu tidak tepat satu halaman (pengunjung <i>website</i> harus <i>scroll</i> ke bawah dengan <i>list menu</i> yang terlalu banyak)
<i>Media Use</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Gambar kurang menarik (terbilang biasa) - Vidio yang dibuat sudah sesuai tema tetapi kurang menarik.
<i>Interactivity</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Feedback and comments</i> kurang cepat dan sebagian ada yang tidak dibalas. - <i>Interactivity</i> berdasarkan <i>email</i>, lama dibalas dan sulit dihubungi.
<i>Consistency</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sebagian orang berpendapat bahwa warna pada tulisan serta jenis huruf berbeda dari kunjungan sebelumnya (2015)

Sumber: Pengolahan Data Observasi Dan Wawancara Komentor Konsumen Terhadap *Website* (2016)

Tabel 1.1 merupakan hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan kepada 45 responden secara acak (mahasiswa dan pengunjung yang berada di Terminal Wisata Grafika Cikole pada tanggal 15-16 Oktober 2016) mengenai *website* Terminal Wisata Grafika Cikole. Berdasarkan data tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa *website* Terminal Wisata Grafika Cikole belum sepenuhnya efektif karena memiliki permasalahan *usability* pada kualitas *website*. Hal tersebut sesuai dengan indikasi awal berdasarkan wawancara terhadap pihak Grafika Cikole bahwa keefektifan *usability* pada kualitas *website* Grafika Cikole berkurang sehingga berpengaruh pada minat beli wisatawan.

Berdasarkan kesesuaian kondisi dari *website* Terminal Wisata Grafika Cikole, maka penulis memilih metode *Scanmic Model* untuk mengukur kualitas web Terminal Wisata Grafika Cikole. *Scanmic model* terfokus pada atribut kualitas *web usability*. Selain itu Pihak Grafika Cikole juga ingin mengetahui

bagaimana *usability* pada kualitas *website* sehingga berpengaruh terhadap minat beli wisatawan. Jika Hasil yang diteliti oleh penulis menghasilkan pengaruh yang besar maka perusahaan akan mempertahankan *website* dan meningkatkan kualitas berdasarkan *usability website*. Sedangkan Jika hasil yang diteliti oleh penulis menghasilkan pengaruh yang kecil, maka perusahaan akan mencoba alternatif strategi pemasaran lain untuk menarik minat beli wisatawan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Usability* Pada Kualitas *Website* Menggunakan *Scanmic Model* Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Jasa Pariwisata Terminal Wisata Grafika Cikole Lembang Kabupaten Bandung Barat)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *usability* pada kualitas *website* Terminal Wisata Grafika Cikole?
2. Bagaimana minat beli jasa wisata Terminal Wisata Grafika Cikole?
3. Seberapa besar pengaruh *usability* pada kualitas *website* terhadap minat pembelian jasa wisata Terminal Wisata Grafika Cikole ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui *usability* pada kualitas *website* Terminal Wisata Grafika Cikole.
2. Untuk mengetahui minat beli jasa wisata Terminal Wisata Grafika Cikole.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *usability* pada kualitas *website* terhadap minat pembelian jasa wisata Terminal Wisata Grafika Cikole.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pengembangan penelitian selanjutnya sebagai acuan ilmiah bagaimana

menganalisis pengaruh *usability* pada kualitas *website* terhadap minat beli jasa pariwisata Terminal Wisata Grafika Cikole.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai masukan dalam mengembangkan perusahaan terutama yang berhubungan dengan pengaruh *usability* pada kualitas *website* terhadap minat beli konsumen terhadap jasa pariwisata Terminal Wisata Grafika Cikole Lembang Kabupaten Bandung Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai isi dari penelitian ini maka dikemukakan susunan dan rangkaian masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian identifikasi dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai metode penelitian, variable penelitian, operasional variabel, teknik sampling, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian yang akan dilakukan, meliputi jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, teknik sampling dan pengambilan sampel, pengujian validitas, pengujian reabilitas, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan objek penelitian, analisis data, dan pembahasan dari analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.