

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Umum Perusahaan**

PT First Media Tbk, yang sebelumnya bernama PT. Broadband Multimedia Tbk, memiliki Sejarah Perseroan dimulai pada tahun 1994, dengan berdirinya PT Safira Ananda. Dalam perjalanan bisnisnya, PT Safira Ananda telah mengalami beberapa kali perubahan nama, dengan perubahan nama terakhir terjadi di tahun 2007, menjadi PT First Media Tbk. Perseroan tercatat sebagai perusahaan publik pada tahun 2000 dan melakukan pencatatan saham pertama kali di Bursa Efek Surabaya (yang kemudian dilebur bersama Bursa Efek Jakarta menjadi Bursa Efek Indonesia).

Pada saat ini PT. First Media Tbk, sudah menyebar di beberapa kota besar di pulau Jawa, cakupan area First Media saat ini belum ada diluar pulau Jawa selain di Bali dan beberapa kota besar serta daerah yang sudah dapat merasakan layanan First Media ada di Jakarta, Tangerang, Depok, Bekasi, Surabaya, Bandung, Gresik/Sidoarjo, Kota Bogor, Kab.Bogor, Malang dan yang paling jauh saat ini adalah di Kota Bali (Firstmedia, 2017).

PT. First Media Tbk juga perusahaan yang memiliki kepemilikan saham yang terbagi atas 3 kepemilikan saat ini antara lain sebesar 55,10% dimiliki oleh AcrossAsia Ltd, lalu PT. Reksa Puspita karya memiliki sebesar 33,76%, dan Pemegang Saham dengan kepemilikan dibawah 5% dibagi menjadi sebesar 11,14%, dan nilai pembagian kepemilikan saham tersebut tidak mengalami perubahan dengan tahun 2013 dan 2014 (Laporan Tahunan PT. First Media Tbk, 2015).

Pada saat ini PT. First Media Tbk memberikan banyak layanan termasuk salah satunya yang diunggulkan adalah layanan *Triple Play* untuk para konsumennya terutama pada layanan yang berhubungan dengan Telekomunikasi maupun Jaringan Internet, dan yang paling terkenal adalah penggunaan layanan

*FastNet* yaitu penyedia internet dengan menggunakan gabungan kabel serat optik (*fiber optic*) dan pita lebar untuk mendapatkan kecepatan tinggi. Dan selain itu juga PT. First Media Tbk juga ikut andil dalam pengembangan infrastruktur perusahaannya dengan pengembangan *building solution* dan Wi-Fi pada gedung – gedung pusat perbelanjaan, rumah sakit, hotel dan juga pusat pendidikan (Laporan Tahunan PT. First Media Tbk, 2015).

Pada tanggal 16 Juni 2007 Broadband Multimedia mengganti namanya menjadi First Media sekaligus identitas dan merek baru serta terbentuklah peluncuran Logo tertanggal 22 Oktober 2008 seperti ditampilkan pada Gambar 1.1 (Wikipedia, 2017).



**Gambar 1.1**  
**Logo PT. First Media, Tbk**  
*Sumber : Wikipedia, 2017*

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

#### **a. Visi**

Menjadi perusahaan penyelenggara jasa megamedia terpadu terkemuka di Indonesia yang memanfaatkan teknologi internet pita lebar guna menciptakan nilai tambah kepada para pemangku kepentingan.

#### **b. Misi**

- Menjadi pelopor di bidangnya
- Mengutamakan kompetensi dan profesionalisme
- Fokus pada pelanggan

- Menjadi pilihan utama untuk berkarir
- Warga usaha yang bertanggung jawab
- Semangat dalam bekerja

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Internet merupakan pengembangan dari teknologi yang sangat berguna dalam segala hal yang berbau dengan telekomunikasi dan informasi, sebuah teknologi yang bisa dikatakan sebagai kebutuhan pada saat ini yang hampir setiap populasi manusia merupakan penggunaannya. Maka dari itu secara global, juga dapat dikatakan penggunaannya tidak terbatas pada keadaan yang bisa dikatakan secara geografis, karena manfaat yang dirasakan dengan menjadikan yang jauh ke dekat serta mudahnya mendapat informasi – informasi terbaru yang ada dimanapun.

Dengan adanya suatu kebutuhan yang dirasa oleh pengguna internet memang diperlukan, menjadikan banyak perusahaan-perusahaan yang berhubungan dengan jaringan internetpun berdiri yang pada saat ini disebut ISP (*Internet Service Provider*), terutama di Indonesia dalam persaingannya untuk mendapat pelanggan sebanyak-banyaknya, maka peperangan pelayananpun pasti terjadi. Pada tahun 2016 tercatat beberapa provider di Indonesia yang dapat kita lihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Daftar ISP di Indonesia 2016**

<b>Provider</b>	<b>Alamat</b>
Biznet	MidPlaza 2 8 <sup>th</sup> Floor. Jl. Jendral Sudirman Kav 10-11, Jakarta
First Media	Berita Satu Plaza 5 <sup>th</sup> Ft, Suite 401. Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 35-36, Jakarta 12950
Indihome	Jl. Japati no.1, Bandung 40133
Indosat Ooredioo GIG	Jl. Medan Merdeka Barat 21, Jakarta
MNC Play Media	MNC Tower 10,11,12A Floor. Jl. Kebon Sirih No. 17-19, Godangdia, Jakarta Pusat

MyRepublic	Jl. Teuku Cik Ditiro No.37, Menteng, Jakarta Pusat.
------------	--

*Sumber : Techinasia, 2017*

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas maka dapat dilihat jelas bahwa *Internet Service Provider (ISP)* di Indonesia lumayan banyak dalam persaingannya untuk memperoleh hati dari para penggunannya, terlihat juga dari segi bonus yang diberikan oleh provider Biznet sama dengan yang diberikan oleh First Media dengan bonus TV kabel tanpa ada biaya tambahan apapun, dan table diatas merupakan urutan biaya provider yang kebanyakan digunakan pada gedung-gedung, perhotelan, dan tempat-tempat besar.

Pengertian serta beberapa fungsi dari ISP disampaikan oleh salah satu *website* dalam media social yang mengatakan bahwa ISP merupakan sebuah wadah atau organisasi yang telah menyediakan layanan jasa dalam mengakses internet baik untuk pribadi, perkantoran, sekolah-sekolah maupun untuk umum. Internet saat ini sudah tidak menjadi sesuatu yang asing lagi dikalangan masyarakat. Hampir semua orang menggunakan layanan ini untuk dapat terakses dengan segala keperluan dan kebutuhan. Agar kita bisa mengakses internet, maka dibutuhkan jasa layanan ISP, dengan cara berlangganan kepada layanan penyedia jasa ISP ini. Konsumen dapat membayar dengan pulsa lokal, dan ISP lah yang akan mengurus secara detail juga biaya-biaya koneksi internet serta kelengkapan dari layanan – layanan tersebut. Dan mengenai fungsi dari yang diberikan oleh ISP beberapanya antara lain (Seputarpengetahuan, 2017).

1. Sebagai sarana atau *item* yang mampu memberikan kemudahan bagi para konsumennya dalam mengakses internet.
2. Memiliki *gateway* sebagai penghubung ISP antara pelanggan atau konsumen.
3. Memiliki layanan yang terdiri atas jaringan internet sehingga dapat terhubung dan terakses dengan internet.
4. Berfungsi sebagai perantara dalam penyambungan internet.
5. Meyediakan perangkat modem yang dapat melakukan sambungan *dial-up*.
6. Dapat membantu pelanggan terhubung pada layanan *www (World Wide Web)*.
7. Memberikan tempat *Homepage*.

Tidak terlepas dari banyaknya provider di Indonesia, maka keputusan dari konsumen yang akan menentukan mana provider terbaik yang akan menjadi pilihannya, karena konsumen merupakan unsur terpenting dalam sebuah usaha karena mereka adalah pemakai barang dan jasa yang disediakan sesuai atau tidak dengan yang konsumen butuhkan, apakah dapat memuaskan dirinya.



**Gambar 1.2**  
**Penetrasi Data Pengguna Internet di Indonesia**

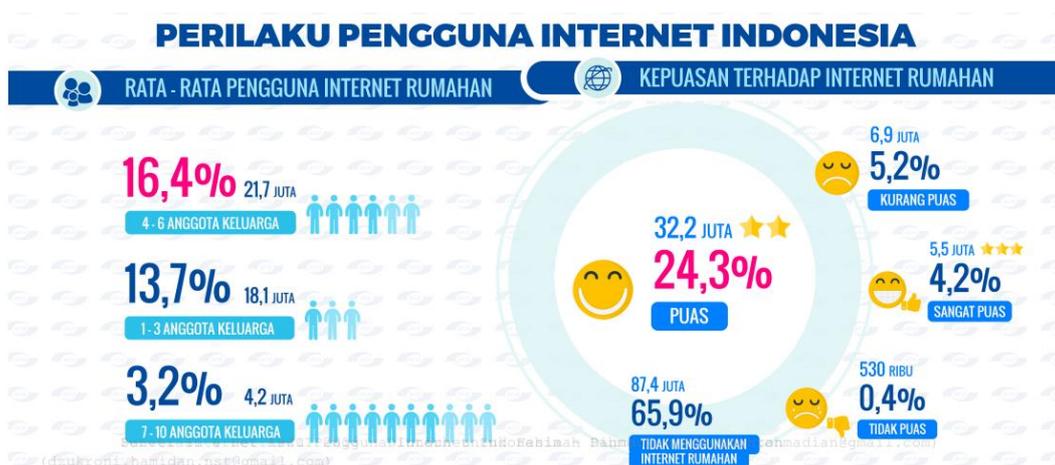
*Sumber : Apjii, 2017*

Dari Gambar 1.2 diatas kita dapat melihat dengan jelas bagaimana perbedaan penetrasi pengguna yang semakin meningkat setiap tahunnya di Indonesia, termulai dari tahun 2014 yang dimana pengguna internet mengenai angka 88,1 Juta pengguna dan terlihat di tahun 2016 angkat pengguna yang menyentuh 132 juta pengguna, menjadi tren tersendiri pada saat ini dan di prediksi akan semakin pesat kedepannya.

Dapat dikatakan bahwa terdapat keunggulan pada internetlah yang menyebabkan peningkatan yang sangat besar terjadi, keunggulan yang dapat dimaksud adalah keunggulan yang mampu memudahkan segala jenis cara yang rumit menjadi lebih mudah dalam penyelesaiannya, memiliki banyak manfaat didalam dapat dikatakan sebuah alasan mengapa pertumbuhan pengguna internet sangat besar yang dimana beberapa diantara adalah hal yang mampu menambah wawasan dan pengetahuan, menjadi komunikasi semakin cepat, dapat

mempelajari apapun dengan instan, dan dapat menjadi sebuah lading hiburan tersendiri, memberikan info-info terbaru kepada orang-orang disekitar kita, dan dapat memudahkan kita dalam mencari pekerjaan serta saat ini sangat penting dalam dunia bisnis (*Sumber: Nesabamedia, 2017*).

Dengan banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia pihak kominfo sekalipun dapat memprediksi pada tahun 2017 pengguna internet aktif di Indonesia akan menyentuh angka jauh lebih tinggi mengalahkan jepang yang ada dipringkat ke-5 yang pertumbuhan penggunanya lebih lambat dan secara keseluruhan jika diproyeksikan pada 2015 mencapai 3 miliar pengguna di seluruh dunia dan tiga tahun setelahnya yaitu pada tahun 2018 diperkirakan akan menjadi 3,6 miliar pengguna di dunia akan terkoneksi dengan internet (*Sumber: Kominfo, 2017*).



**Gambar 1.3**  
**Perilaku Pengguna Internet di Indonesia**

*Sumber : Apjii, 2017*

Dalam Gambar 1.3 yang menitik beratkan pada penggunaan internet rumahan, yang pada saat ini pastinya menggunakan provider khusus pilihan pengguna, dapat kita lihat dengan jumlah 4 -6 hingga 7 – 10 jumlah anggota keluarga pada rumah terdapat 44 juta keluarga yang menggunakan internet rumahan dengan 32,2 juta diantaranya merasa puas dengan internet rumahan tersebut.

Terlepas dari data diatas pembahasan mengenai layanan TV kabel atau TV berlangganan, salah satu website yang membahas mengenai Paket TV berbayar terbaik di Indonesia menempatkan FirstMedia sebagai kategori yang menjadi

pilihan oleh keluarga ketika akan melakukan berlangganan TV berbayar tanpa parabola yang menggunakan media kabel *fiber optic* dalam penyaluran siarannya. Karena kelebihanannya yang tanpa harus menggunakan *receiver* satelit ( parabola ) sehingga dapat juga menghemat ruangan dalam rumah anda, dan hanya dengan instalasi dan jarak yang sudah disesuaikan pada pemasangannya secara langsung. Selain dari itu kabel *fiber optic* yang ditanam dalam tanah juga merupakan media penyalur tanpa batasan karena data plus tidak akan terpengaruh dengan kondisi cuaca apapun. (Zmurah, 2017).



40

**Gambar 1.4**  
**Pertumbuhan Pelanggan TV Berlangganan 2007 – 2015**  
*Sumber: Slideshare, 2017*

Dapat kita perhatikan juga melalui Gambar 1.4, data mengenai pertumbuhan TV berlanggan melalui data statistic tersebut di dapat oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Direktorat Jendral Penyelenggaraan Pos dan Informatika Direktorat Penyiaran Data Statistik Bidang Penyiaran, bahwa pertumubuhan yang terjadi dari tahun 2007 menuju 2015 sangat pesat para pengguna baru yang tertarik dalam menggunakan TV berlangganan, dan dapat diprediksi juga udah tahun – tahun yang akan datang maka pelanggan TV

berlangganan akan terus bertambah. Dalam penjelasan lain juga disampaikan mengenai TV berlangganan merupakan suatu jasa penyiaran saluran televisi yang dilakukan secara khusus bagi para konsumen yang bersedia dalam membayar secara berkala. Jasa ini dalam bidang menggunakan system digital ataupun analog melalui media satelit dan kabel. Pada saat ini system penyiaran dengan digital adalah yang paling lazim digunakan (Wikipedia, 2017).



**Gambar 1.5**  
**Iktisar Kerja Operasional PT. First Media, Tbk tahun 2016**  
*Sumber : Laporan Tahunan PT. First Media Tbk, 2016*

Berdasarkan pada Gambar 1.5 pada PT. First Media, Tbk dalam perkembangannya dapat kita lihat berbagai macam perkembangan yang dihasilkan dari mulai *Homepassed* yang meningkat 1,83 juta, 29 Gedung wifi dan 19 Cinema serta perkembangan pada layanan lainnya dapat menjadi penilaian bahwa kualitas yang diberikan oleh First Media setiap tahunnya dalam penilaian yang baik.

Informasi lain mengenai perkembangan PT. First Media, Tbk juga tersampaikan oleh CNN yang dalam halaman website beritanya yang mengutarakan bahwa pelanggan First media mencapai angka 1 Juta, dan layanan yang dikelola adalah layanan internet dan TV kabel dengan infrastuktur jaringan telekomunikasi yang melewati 1,6 Juta pada akhir 2015, karena incaran segmen pasar rumah tangga dan korporasi dengan daerah operasioanl Jabodetabek, dll. PT First Media Tbk

menyiapkan belanja modal (capital expenditure/capex) sebesar Rp1,2 triliun hingga Rp1,5 triliun untuk membangun jaringan infrastruktur dan melakukan ekspansi layar bioskop pada tahun ini. (Cnnindonesia, 2017).

Dalam gambar Tabel 1.2 dibawah, pengambilan data melalui Laporan Tahunan yang dikeluarkan oleh First Media, penulis dapat mengambil beberapa pendapat untuk menjadi tambahan pada fenomena yang diangkat, antara lain :

**Tabel 1.2**  
**Laporan Keuangan First Media**

Laporan Keuangan/31 Dec	2015	2014	2013	2012	2011
Aset Lancar	1,206,209	1,479,197	1,223,581	1,138,314	1,223,821
Aset tidak Lancar	12,506,779	11,472,749	4,018,884	3,168,262	2,469,626
Pendapatan	1,062,980	2,024,973	1,754,102	1,322,439	1,042,201

*Sumber* : Laporan Tahunan PT. First Media Tbk, 2015

Pada Tabel 1.2 dapat diperhatikan pada tahun 2011 – 2012 aset lancar pada laporan tahunan First Media mengalami penurunan dan peningkatan terjadi pada aset tidak lancar, namun pendapatan yang diperoleh pada tahun 2011 – 2012 meningkat. Lalu dapat diperhatikan aset lancar pada tahun 2012 – 2014 selama 2 tahun kedepan mengalami peningkatan dan peningkatan tersebut diikuti dengan aset tidak lancar yang diperoleh juga, pendapat juga ikut serta mengalami peningkatan ditahun tersebut dan bisa disimpulkan pada tahun 2012 – 2014 First Media mendapatkan keuntungan. Tapi di tahun 2014 – 2015 terjadi penurunan yang lumayan besar dibandingkan tahun – tahun sebelumnya dalam segi aset lancar serta pendapatan namun tidak pada aset tidak lancar yang terus melonjak, hal tersebut menjadi sebuah pertanyaan apa yang sedang dialami oleh PT. First Media Tbk sehingga mengalami kerugian tersebut.

Dalam perusahaan PT. First Media, Tbk memberikan Perhatian lebih dan Khusus dalam pelayanan terhadap konsumen merupakan hal penting untuk mendapatkan penilaian baik dalam kepuasan pelanggannya, Maka dari itu dalam mencapai target kepuasan konsumen, kualitas pelayanan adalah kunci yang menjadi

alat ukur kepuasan konsumen. Perusahaan pasti akan melakukan tindakan yang bijaksana dalam melakukan system pengukuran tersebut agar teratur dengan tujuan mempertahankan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Karena jika kepuasan tidak dapat dipertahankan oleh pihak perusahaan, maka sangat memungkinkan para konsumen akan berpindah ke perusahaan lain bahkan ke kompetitor sekalipun.

PT. First Media,Tbk merupakan perusahaan pelayanan dalam Segi pelayanan yang memberikan layanan Internet kabel dan TV kabel yang berhasil menarik para konsumennya. Banyak keunggulan yang diberikan oleh perusahaan First Media yang ditawarkan kepada para konsumen tetap dan calon konsumen mereka dan pastinya tidak akan terlepas dari kelemahan yang pasti ada saja kelemahan menyertai layanan produk mereka. Siapapun konsumennya pasti ingin mendapatkan produk dan pelayanan terbaik yang diberikan pihak First Media baik dari Kecepatan Internet hingga Layanan TV kabelnya.



**Gambar 1.6**  
**Keluhan terhadap layanan First Media**  
*Sumber: Twitter, 2017*

Pada Gambar 1.6 telah diambil beberapa keluhan melalui social media *twitter* yang menggunakan tambahan pencarian dalam segi keluhan pada First Media dan mengambil beberapa pernyataan – pernyataan yang mengatakan bagaiman pelayanan serta yang diberikan tidak sesuai dengan janji yang diberikan, dan tidak tercapainya kepuasan pelanggan karena kekurangan-kekurangan yang dirasakan saat menikmati layanan yang mereka gunakan.

Mengenai beberapa kelemahan yang terjadi pada layanan yang diberikan oleh PT. First Media, Tbk terhadap konsumen mereka dalam layanan *Triple Play*, salah satu situs Kompasiana memberikan informasi mengenai Pelayanan Internet First Media yang semakin parah. Lalu masalah lain mengenai biaya rental *digital recorder* yang seharusnya tidak dibebankan pada tahun pertama pada kenyataannya malah ditagihkan. Dan yang menjadi masalah lainnya adalah mengenai *customer support* ketika konsumen berusaha menghubungi maka akan sangat sulit untuk konsumen dapat terhubung ditambah dengan pertanyaan-pertanyaan yang malah akan membingungkan konsumen, ditambah dengan jadwal teknisi yang meluncur kelapangan sering tidak tepat dengan jadwal yang sudah dijanjikan. (Kompasiana, 2017).

Didalam website lainnya juga menyebutkan mengenai beberapa keluhan konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh First Media dalam *Triple Play*, berbeda dengan ketertarikan konsumen pada awalnya mengenai paket TV berlangganan dengan internet yang praktis untuk mereka, dari awal berlangganan hingga pada 7 Desember 2013 terdapat gangguan pada TV kabel dan Internet, lalu terdapat masalah utama pada 3 hari setelah aktif kembali konsumen tersebut merasakan koneksi yang sangat lambat dan mencoba menghubungi pihak *Customer Service* namun tidak memberikan solusi. (Lapor, 2017).

Keluhan lain juga disampaikan dalam salah satu website yang mengatakan bahwa saat teknisi melakukan perbaikan, perbaikan yang dilakukan sangat cepat sekitar 10 menit lalu internet tetap tidak jalan dan saat melakukan pengaduan terhadap pihak First Media, tanggapan yang diberikan terlihat menunda-nunda. (Kaskus, 2014).

Terdapat keluhan lain mengenai tagihan yang tidak sesuai dengan paket yang dibayarkan oleh konsumen kepada pihak First Media, dan ketika melakukan pelaporan terhadap pihak First Media, *Call Center* hanya menjelaskan bahwa paket tersebut ditambahkan secara otomatis dan memberikan informasi melalui email. Namun pihak pelanggan sama sekali tidak menerima pemberitahuan apapun. (Suarapembaca, 2014).

Tagihan yang meledak juga dirasakan oleh salah satu pelanggan First Media, yang dimana kekecewaan dialami saat ingin melakukan pelaporan mengenai biaya bulanan yang mahal pada pihak First Media namun tidak mendapatkan solusi ataupun pengertian dari pihak perusahaan. (Mediakonsumen, 2016).

Maka berdasarkan beberapa permasalahan dan fenomena diatas tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh terhadap masalah ini dengan mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan First Media Terhadap Kepuasan Pelanggan di Indonesia ( Studi kasus pada layanan *Triple Play* di Pulau Jawa )”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Indonesia adalah salah satu Negara dengan tingkat pengguna internet yang cukup tinggi, dan juga melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat maka sejalan dengan kebutuhan masyarakat terhadap kualitas hiburan dan informasi. First Media adalah salah satu provider atau penyedia jasa internet di Indonesia, dari data yang di dapatkan oleh peneliti bahwa First Media mendapatkan keluhan dari pelanggannya terhadap tidak sesuainya kualitas pelayanan maupun sarana dan prasana yang mereka tawarkan.

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan mengikuti dimensi pengukuran bagaimana Fasilitas Fisik Karyawan (*Tangibles*), Rasa peduli (*Empathy*), memberikan pelayanan sesuai janji (*Reliability*), mampu untuk menolong (*Responsiveness*), dan kesopanan

(*Assurance*) terhadap pelanggan untuk memperoleh kepuasan pelanggan yang terbaik.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan penulis sebelumnya, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan pelanggan First Media di Indonesia ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan First Media di Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reability, Responsiviness, Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan pelanggan First Media ?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan First Media di Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan First Media di Indonesia
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible, Reability, Responsiveness, Assurancess* dan *Empathy* simultan terhadap kepuasan pelanggan First Media di Indonesia.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan mampu menjadi manfaat dan berguna dalam beberapa aspek, diantaranya :

##### **1.6.1 Aspek Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu menambah pengetahuan baik pada kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum yang membacanya dan dapat mengembangkan teori mengenai kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan dalam bidang jasa maupun produk.
- b. Menggunakan dasar teori bahwa kepuasan pelanggan bisa berdasar pada 5 dimensi kualitas pelayanan yang terbagi dari fasilitas fisik karyawan (*tangibles*),

Rasa peduli (*emphaty*), memberikan pelayanan sesuai janji (*reliability*), mampu untuk menolong (*responsiveness*), dan kesopanan (*asurance*).

### **1.6.2 Aspek Praktis**

Menjadikan peningkatan dan wawasan kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi tolak ukur apabila ingin memberikan fasilitas kepada pelanggan dan membandingkan antara teori dengan permasalahan di lapangan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, dan peneliti dapat mengukur tingkatan kepuasan pelanggan First Media dan selanjutnya dapat menjadi bahan kajian dan informasi untuk dipakai sebagai dasar penelitian selanjutnya.

## **1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Pada bab ini berisi uraian umum mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan masalah.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan secara rinci mengenai pembahasan berdasarkan perhitungan yang dilakukan, sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari hasil penelitian dan berisi saran-saran yang berguna dan dianggap perlu dalam penelitian.

