

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Grab (GrabPay)



Gambar 1.2 Logo Grab

Sumber: Google.com

Grab adalah perusahaan teknologi transportasi online yang berasal dari Singapura dan berdiri sejak tahun 2012. Saat ini Grab telah tersebar di berbagai negara di sekitar Asia Tenggara diantaranya Malaysia, Indonesia, Filipina, Vietnam, Thailand dan Myanmar. Grab juga memiliki sistem pembayaran berbasis *electronic money* yang bernama GrabPay. Pengguna Grab di seluruh Asia Tenggara pada tahun 2017 memiliki 40 juta pelanggan. (*cnnindonesia.com, 2017*). Konsumen Grab bisa melakukan isi saldo GrabPay melalui internet banking, Indomaret, Lousens, Alfamart dan dengan melalui ATM bank BCA, Mandiri, BRI, BNI, Permata, ATM Bersama dan ATM Prima. Grab memiliki fitur yang cukup bervariasi diantaranya adalah layanan kendaraan panggilan, jasa kurir GrabExpress dan jasa kurir makanan GrabFood. Aplikasi Grab ini bisa diunduh melalui Playstore dan Appstore.

1.1.2 GoJek (GoPay)



Gambar 1.2 Logo GO-JEK

Sumber : Google.com

GoJek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 dan berpusat di Jakarta. Sampai saat ini di tahun 2017 GoJek memiliki jumlah pengguna aktif sebesar 20 juta. (*bisnis.tempo.co, 2017*). GoJek memiliki sistem pembayaran melalui layanan *electronic money* yang bernama GoPay dan sudah terintegrasi dengan bank-bank besar di Indonesia demi kemudahan konsumen untuk melakukan isi saldo kedalam GoPay. Beberapa bank besar yang menjadi mitra Gojek dalam layanan GoPay adalah BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, BNI, Permata Bank, CIMB Niaga, serta pengisian saldo via ATM Bersama dan PRIMA. Layanan ini memiliki fitur yang lebih bervariasi dari Grab yang diantaranya adalah :

- Kendaraan panggilan
- Go-Food
- Go-Send
- Go-Box
- Go-Mart dan
- Go-Glam.

1.1.3 Telkomsel (T-CASH)



Gambar 1.3 Logo Telkomsel Cash (T-Cash)

Sumber :

https://digitalpayment.telkomsel.com/assets/frontend/img/brand/logo_tcash.png

T-CASH adalah layanan uang elektronik dari Telkomsel. T-CASH berbeda dengan pulsa, yang dimana konsumen bisa menyimpan uang dan menggunakannya untuk berbagai transaksi pada merchant – merchant yang telah bekerja sama dengan T-Cash yang berada di Indonesia. Pada tahun 2016 Telkomsel memiliki 157,4 juta pelanggan di Indonesia. (databoks.katadata.co.id,2017). T-Cash memiliki 54 merchant yang tersebar di seluruh Indonesia, contohnya KFC, McDonald, Indomaret, Alfamart dan lain – lain. Layanan ini terbagi atas dua layanan yaitu T-Cash *Basic Service* dan *Full Service*. T-Cash *Basic Service* adalah jenis layanan yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat di Telkomsel. Sedangkan T-Cash *Full Service* adalah jenis layanan yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat di Telkomsel. Telkomsel telah memiliki izin dari Bank Indonesia sebagai penyedia layanan uang elektronik. TCASH bisa digunakan oleh semua pelanggan Telkomsel, baik pascabayar ataupun Prabayar. Untuk melakukan isi saldo T-Cash, pelanggan bisa melalui :

- Grapari, Bank Transfer ATM Bersama, BCA, BNI, Mandiri dan Cimb Niaga.
- *Mobile banking* ATM Bersama, BCA dan BNI
- *Internet banking* ATM Bersama
- Toko Retail Indomaret dan Alfamart

1.1.4 Indosat Ooredoo (IM3 PayPro)



Gambar 1.5 Logo Indosat Ooredoo

Sumber : Google

Indosat Ooredoo merupakan salah satu operator terbesar di Indonesia selain Telkomsel dan XL. Indosat Ooredoo memiliki jumlah pengguna sebesar 85 juta pengguna di tahun 2016. (databoks.katadata.co.id,2017). Operator ini memiliki layanan jasa *electric money* yang bernama Dompotku, akan tetapi mulai tanggal 1 Juli 2017 berubah nama menjadi PayPro. Layanan jasa *electronic money* ini memiliki aplikasi yang bisa diunduh secara gratis di Playstore dan Appstore. Layanan ini memiliki banyak sekali *merchant* yang tersebar di seluruh Indonesia. Paypro bisa digunakan untuk banyak hal seperti

- Belanja harian di Indomaret, Alfamart, Alfamidi
- Transportasi di Commuter Line (KCJ) dan Tiketux
- Bayar kebutuhan seperti untuk pembayaran PDAM dan BPJS
- Tagihan internet dan TV seperti Firstmedia dan Indovision
- Asuransi seperti Adira Insurance dan Allianz
- Belanja online di Elevania dan Dinomarket
- Transfer uang dari Paypro ke Paypro dan PayPro to Bank Account
- Isi ulang pulsa *all operator*

- Stiker isi ulang di Commuter Line (KJC)
- Donasi di Basnas, Darul Tauhid dan Dompot Dhuafa

1.1.5 XL (XL Tunai)



Gambar 1.6 Logo XL

Sumber : Google

XL Axiata merupakan perusahaan yang berbasis operator seluler di Indonesia. Pada tahun 2016 XL memiliki jumlah pengguna sebesar 44 juta. (databoks.katadata.co.id,2017). XL memiliki layanan jasa *electronic money* bernama XL Tunai dan memiliki aplikasi yang bisa diunduh secara gratis di Playstore dan Appstore. Dengan XL tunai konsumen XL bisa melakukan transaksi keuangan hanya melalui ponsel. Fitur – fitur dari XL tunai diantaranya adalah

- Bayar tagihan dan Beli Tiket seperti PLN, Tiket Pesawat, TV berlangganan dan Asuransi
- Belanja di toko seperti Alfamart, Indomaret dan Lawson
- Belanja Online Shop seperti di Elevania
- Pencarian uang
- Kirim dan terima uang

Dari data – data yang telah didapat maka penulis membuat tabel jumlah pengguna Grab, GoJek, Telkomsel, Indosat dan XL Tunai pada periode tahun 2016

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Perusahaan yang Memiliki Layanan E-Money

Perusahaan	Jumlah Pengguna
Grab	40 juta
GoJek	20 juta
Telkomsel	157,4 juta
Indosat Ooredoo	85 juta
XL	44 juta

Sumber : Data di olah dari databoks.katadata.co.id , cnnindonesia dan bisnis.tempo

1.2 Latar Belakang

Seiring berkembangnya kemajuan teknologi saat ini memunculkan berbagai macam manfaat bagi kehidupan manusia, salah satunya adalah teknologi yang berkaitan dengan keuangan (*finance*) yang bisa disebut dengan *Fintech*. National Digital Research Centre di Dublin, Irlandia mendefinisikan *financial technology* atau *fintech* sebagai “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan”. Sedangkan menurut Bank Indonesia, *Financial technology/FinTech* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.

Menurut Bank Indonesia *Financial Technology* diklasifikasikan menjadi 4 bagian yaitu:

1. *Crowdfunding* dan *Peer to Peer Lending*

Fintech berguna sebagai mediasi yang menemukan investor dengan pencari modal, layaknya marketplace dalam istilah e-commerce. *Crowdfunding* (pembiayaan masal atau berbasis patungan) dan *peer to peer* (P2P) lending ini diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). *Crowdfunding* sangat berguna untuk melakukan penggalangan dana seperti untuk mendanai sebuah karya, membantu korban bencana dan lainnya. Sedangkan *P2P Lending* merupakan sebuah layanan *Fintech* yang sangat membantu masyarakat UMKM sehingga mereka dapat meminjam dana dengan mudah walaupun mereka belum memiliki rekening di bank.

Salah satu contoh untuk *crowdfunding* adalah wujudkan.com dan untuk *peer to peer lending* adalah danadidik.com

2. *Market Aggregator*

Fintech akan berperan sebagai pembanding produk keuangan, dimana *Fintech* tersebut akan mengumpulkan dan mengoleksi data finansial untuk dijadikan referensi oleh pengguna. Klasifikasi ini juga dapat disebut dengan nama *comparison site* atau *financial aggregator*. Pilihan ini akan diberikan sesuai dengan keinginan dan kemampuan finansial serta preferensi konsumen.

Salah satu contoh untuk *market aggregator* adalah cekaja.com

3. *Risk and Investment Management*

Klasifikasi ini memiliki fungsi seperti *financial planner* yang berbentuk digital. Pengguna akan dibantu untuk mendapatkan produk investasi yang paling cocok sesuai dengan preferensi yang diberikan. Selain manajemen risiko dan investasi, pada klasifikasi ini, juga terdapat manajemen aset, dimana *Fintech* akan membantu operasional sebuah usaha sehingga lebih praktis.

Salah satu contoh untuk jenis ini adalah ngaturduit.com

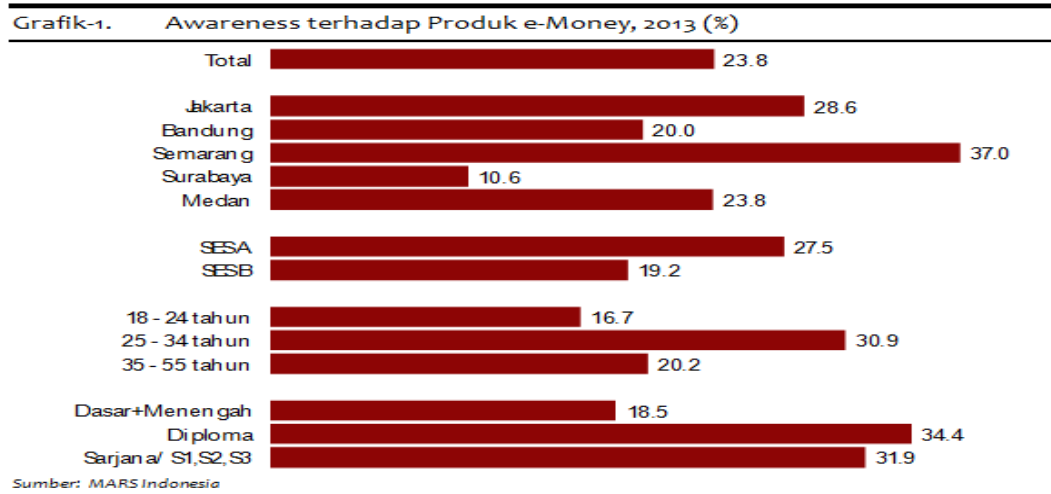
4. *Payment, Settlement and Clearing*

Payment, settlement, dan clearing berada dalam ranah Bank Indonesia, di mana contohnya adalah *e-wallet* dan *payment gateway*. Klasifikasi ini diawasi oleh BI (Bank Indonesia) karena proses pembayaran ini juga meliputi perputaran uang yang nantinya akan menjadi tanggung jawab Bank Indonesia. Portal pembayaran ini bertujuan untuk memudahkan dan mempercepat proses pembayaran atau transaksi via *online*. Dengan demikian, masyarakat dalam melakukan pembayaran melalui satu portal saja, misalnya via *smartphone*.

Beberapa contoh dari klasifikasi ini adalah E-Toll Card, T-Cash, GoPay, GrabPay, IM3 PayPro dan XL Tunai.

Salah satu layanan jasa keuangan dari *fintech* adalah teknologi pembayaran yang dinamakan *e-money*. Sedangkan menurut *financial Service Authority in the United Kingdom* (dalam Fung *et al*, 2014:4) *e-money* dapat didefinisikan sebagai nilai moneter yang tersimpan secara elektronik pada perangkat seperti kartu chip atau *hard drive* di komputer pribadi atau server, yang diwakili oleh penerbit, yang diterbitkan atas penerimaan dana untuk tujuan membuat transaksi pembayaran dan diterima oleh orang lain selain penerbit.

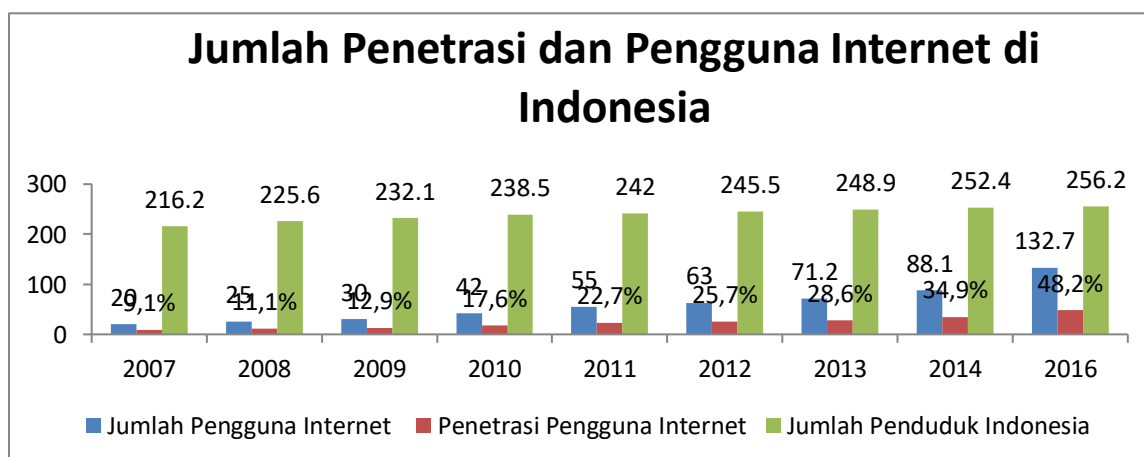
Penerapan *e-money* di Indonesia termasuk terlambat dibandingkan dengan negara lain seperti Hong Kong dan Singapura. Di Indonesia *e-money* baru dikenalkan pada tahun 2007, sedangkan di Hong Kong pada 1997 dan Singapura pada tahun 2000 (Mars,2014). Oleh karena itu tingkat kesadaran masyarakat terhadap layanan *e-money* terbilang rendah yaitu hanya sebesar 23% pada tahun 2013 yang telah disurvei oleh Mars Indonesia. Gambar ada pada halaman selanjutnya.



Gambar 1.7 Awareness terhadap Produk e-money di Indonesia, 2013

Sumber : Mars 2014

Pengguna internet di Indonesia memiliki peningkatan secara pesat tiap tahunnya, dengan jumlah penduduk sebesar 256,2 juta jiwa Indonesia merupakan salah satu negara pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, pengguna internet di Indonesia meningkat secara pesat dari 88,1 juta jiwa pada tahun 2014, menjadi 132,7 juta jiwa pada tahun 2016.



Gambar 1.8 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia

Sumber : Survei APJII November, 2016

Kualitas infrastruktur telekomunikasi di Indonesia saat ini juga memiliki kualitas yang memadai untuk mendukung bisnis *Fintech* dengan adanya layanan internet 4G. Hal ini juga membuat perkembangan *fintech* di Indonesia begitu cepat. Khususnya di bidang *e-money* menurut data dari Bank Indonesia, jumlah uang elektronik pada akhir 2016 tumbuh 49,22 persen menjadi 51,20 juta dibandingkan tahun sebelumnya sejumlah 34,31 juta. Sementara penerbit uang elektronik yang terdaftar mencapai 20 perusahaan yang terdiri dari sembilan perbankan dan 11 perusahaan telekomunikasi. Sedangkan, nilai transaksi *e-money* pada 2016 tumbuh 33,69 persen menjadi Rp 7,06 triliun dari tahun sebelumnya Rp 5,28 triliun. (*kumparan.com*,2017). Sedangkan menurut data terbaru menunjukkan pada Januari hingga Juli 2017 sudah mencapai Rp 5,9 triliun. (*databoks.katadata.co.id*).

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Uang Elektronik

Tahun	Volume Nilai Transaksi (dalam triliun rupiah)
2015	5,28
2016	7,06
2017 (Januari – Juli)	5,9

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/06/transaksi-uang-elektronik-januari-juli-2017-naik-58-persen>

Dari data diatas penulis berasumsi bahwa masyarakat di Indonesia sudah mulai percaya untuk menggunakan layanan jasa *electronic money*. Mengenai kepercayaan (*trust*) didefinisikan oleh Moorman, et al. (1993) sebagai kesediaan untuk mengandalkan mitra pertukaran di mana seseorang memiliki kepercayaan diri. Disisi lain tingkat kepercayaan (*trust*) pengguna bisa saja dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan sebelumnya (*prior experience*), hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Chow, 2015) yang menyatakan bahwa pengguna dapat mengevaluasi kepercayaan terhadap perusahaan dengan menggunakannya langsung.

Beberapa perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa *e-money* di Indonesia, masyarakat tentunya juga ingin layanan jasa *e-money* mudah digunakan untuk menunjang kegiatan sehari – hari mereka menjadi lebih mudah dan simpel. Hal ini disebut dengan *effort expectancy* yang didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dengan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya tenaga dan waktu seseorang dalam melakukan pekerjaannya (Venkatesh et al, 2003).

Masyarakat di Indonesia memiliki harapan bahwa layanan tersebut ketika digunakan mampu memberikan keuntungan pada kinerja masyarakat sehari – hari dalam penggunaan layanan *e-money* tersebut. Menurut (Venkatesh & Davis, 2009) mendefinisikan *performance expectancy* sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan menguntungkan seseorang dalam hal meningkatkan prestasi kerja.

Seiring pertumbuhan dan perkembangan layanan jasa *e-money* di Indonesia hal ini bisa membuat satu individu pengguna *e-money* untuk mempengaruhi individu lain yang belum menggunakan layanan jasa *e-money* untuk menggunakan layanan tersebut. Menurut Venkatesh, et al., (2003) pengaruh sosial adalah sebagai sebuah tingkatan yang dimana suatu individu mempersepsikan bahwa penting bagi orang lain untuk percaya dalam menggunakan sebuah sistem yang baru. Sedangkan menurut Don dan Gwo (2011), Pengaruh Sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu menghargai pentingnya kegigihan orang lain bahwa ia harus menggunakan sistem baru dan pengaruh sosial juga sebagai penentu langsung sikap terhadap penggunaan sistem dan niat perilaku adalah direpresentasikan sebagai norma dan gambar subjektif.

Infrastruktur telekomunikasi Indonesia dengan adanya layanan 4G yang sudah begitu luas dan berkembang di sebagian besar daerah di seluruh Indonesia diharapkan bisa mendukung pengguna layanan jasa *e-money* dalam melakukan transaksi secara lebih lancar dan mudah. Begitu juga halnya tentang *merchant – merchant* yang bekerja sama dengan layanan jasa *electronic money* sudah banyak

tersebar di Indonesia. Hal ini didefinisikan sebagai *facilitating conditions* yang dimana artinya adalah sebagai tingkat sejauh mana seseorang menyakini bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada mendukung penggunaan sistem (Venkatesh, et al., 2003).

Salah satu model yang banyak digunakan untuk mengetahui karakteristik perilaku terhadap adopsi teknologi baru yaitu model *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) yang dibuat oleh Venkatesh et. al., 2003. Dimana penelitian tersebut menyatakan UTAUT telah menjadi faktor kritis yang saling berhubungan untuk memprediksi perilaku dalam mengadopsi teknologi dalam konteks organisasi. Menurut Venkatesh et. al., 2003 (Qeisi & Al-Abdallah, 2014) UTAUT merupakan gabungan dari delapan model dalam bidang teknologi informasi dan penerimaan terhadap teknologi informasi, menggabungkan variabel penting untuk menunjukkan kondisi fasilitas (*facilitation condition*), intensitas penggunaan (*usage intention*) yang berfungsi sebagai penentu penggunaan aktual (*actual use*).

Pengguna *smartphone* di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 65,2 juta. (databoks.katadata.co.id, 2017). Penelitian ini meneliti mengenai layanan *electronic money* di Indonesia yang berbasis *mobile phone* non perbankan dan dilakukan di 5 kota besar di Pulau Jawa yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta dan Surabaya. Dengan melihat jumlah populasi jiwa per tahun 2015.

Tabel 1.3 Perbandingan Jumlah Penduduk (jiwa) di Lima Kota Besar di Pulau Jawa

NO	NAMA KOTA	JUMLAH PENDUDUK
1	JAKARTA	10.177.924
2	BANDUNG	2.481.469
3	SEMARANG	1.595.266
4	YOGYAKARTA	3.679.176
5	SURABAYA	2.806.306

TOTAL		20.740.141
-------	--	------------

Sumber : Data diolah (Badan Pusat Statistik, 2015)

1.3 Rumusan Masalah

Pemerintah telah mencanangkan program yang bernama Gerakan Non Tunai pada tanggal 14 Agustus 2014 yang mengenai tentang tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur – angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang bertransaksi non tunai dengan menggunakan instrumen non tunai dalam kegiatan ekonominya.

Dengan munculnya program tersebut dan semakin banyaknya fitur – fitur yang bisa dilakukan oleh penyedia layanan jasa *e-money* berbasis *mobile phone* non perbankan penulis ingin meneliti apa yang membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan layanan jasa tersebut dan apa yang mereka rasakan ketika menggunakan layanan jasa *e-money* tersebut. Dari hasil pencarian literatur, penelitian yang mengambil objek ini dirasa masih terbatas dan tergolong menarik.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh *Prior Experience* berdampak terhadap dalam niat individu untuk mengadopsi salah satu layanan jasa *electronic money* melalui mediasi *Trust*?
2. Apakah terdapat pengaruh *Performance Expectancy* berdampak terhadap niat individu untuk mengadopsi salah satu layanan jasa *electronic money*?
3. Apakah terdapat pengaruh *Effort Expectancy* berdampak terhadap niat individu untuk mengadopsi salah satu layanan jasa *electronic money*?
4. Apakah terdapat pengaruh *Social Influence* berdampak terhadap niat individu untuk mengadopsi salah satu layanan jasa *electronic money*?

5. Apakah terdapat pengaruh *Facilitating Condition* berdampak terhadap individu dalam penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money*?
6. Adakah terdapat pengaruh variabel moderator *Gender* dan *Age* yang dapat memperlemah atau memperkuat perilaku penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Prior Experience* melalui mediasi *Trust* pada *Behavioral Intention* terhadap perilaku penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy* berdampak pada *Behavioral Intention* terhadap perilaku penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Effort Expectancy* berdampak pada *Behavioral Intention* terhadap perilaku penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* berdampak pada *Behavioral Intention* terhadap perilaku penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Facilitating Condition* terhadap perilaku penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia.
6. Mengidentifikasi faktor moderator (*Age* dan *Gender*) yang dapat memperlemah atau memperkuat perilaku penggunaan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia.

1.6 Kegunaan Penelitian

Bagi penulis, penelitian ini sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom. Ditinjau dari berbagai aspek penulisan skripsi ini memiliki kegunaan, yaitu:

1.6.1 Aspek Akademis

- a. Sebagai referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian dengan tema dan atau objek penelitian yang sama.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya dalam perbankan

1.6.2 Aspek Praktis

- a. Mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi niat berperilaku individu untuk menggunakan salah satu layanan jasa *electronic money* di Indonesia.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi industri yang bergerak di bidang *Fintech* khususnya di bisnis *electronic money* di Indonesia untuk mengetahui alasan masyarakat menggunakan salah satu layanan jasa *electronic money* yang sudah tersedia di Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Lingkup penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna layanan jasa *electronic money* berbasis *mobile phone* non perbankan (GrabPay, GoPay, TCash, IM3 PayPro dan XL Tunai) di 5 kota besar pada Pulau Jawa yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta dan Surabaya. Menggunakan model modifikasi UTAUT dengan menambahkan variabel independen *Prior Experience* yang terhubung dengan variabel

intervening Trust. Metode pengisian kuesioner adalah secara online menggunakan *googledocs* untuk mengurangi biaya dan efisiensi waktu penelitian.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Adanya sistematika penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Gambaran tersebut berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian yang dilakukan

Bab II : Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Bab ini membahas penelitian terdahulu dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dengan topik, sehingga terbentuk kerangka pemikiran yang akan mengantarkan pada kesimpulan penelitian, serta ruang lingkup penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang lokasi dan objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, proses pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini merupakan bab yang berisi analisi data yang telah diperoleh dalam penelitian. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis statistik yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian penutup dari tugas akhir ini, dalam bab ini disajikan kesimpulan-kesimpulan serta saran-saran yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.