

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Halodoc

Halodoc merupakan sebuah *platform* kesehatan *digital* yang memfasilitasi masyarakat untuk mendapatkan pelayanan kesehatan secara daring. Perusahaan rintisan PT Media Dokter Investema (Halodoc) didirikan oleh Jonathan Sudharta pada April 2016. Halodoc dibuat dengan tujuan awal untuk memberi kemudahan dalam mendapatkan akses layanan kesehatan bagi seluruh masyarakat di Indonesia.



Gambar 1.1 Logo Halodoc

Sumber: (Halodoc, 2021a)

Halodoc yang merupakan perusahaan teknologi ini melayani dibidang telekonsultasi kesehatan dengan memudahkan para pengguna karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Fitur-fitur yang disediakan memberikan kemudahan bagi penggunanya yang ingin mendapatkan layanan kesehatan sesuai yang dibutuhkan. Beberapa fitur yang aplikasi Halodoc tawarkan adalah *chatting*, panggilan suara, dan juga panggilan video dengan dokter yang tersedia 24 jam. Fitur lain yang ditawarkan oleh Halodoc adalah layanan *delivery* obat dari apotek terdekat sampai reservasi laboratorium bila pelanggan membutuhkan. Saat ini aplikasi Halodoc terus mengembangkan layanannya agar mampu bersaing dengan beberapa kompetitornya.

Halodoc adalah salah satu aplikasi atau *platform* kesehatan *digital* dengan menghubungkan dokter yang terpercaya langsung dengan pasien di seluruh Indonesia. Hingga saat ini Halodoc cukup berkembang, namun dibalik perkembangannya yang pesat Halodoc memiliki beberapa kompetitor yang turut

bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan dalam melewati masa pandemi Covid-19 ini seperti Aido Health, Alodokter, GetWell, Good Doctor, KlikDokter, KlinikGo, Link Sehat, Milvik Dokter, ProSehat, SehatQ, YesDok, Mdoc, TrustMedis, Lekasehat, Vascular Indonesia, Homecare24.

1.1.2 Visi dan Misi

Visi dan Misi yang dijalankan oleh Halodoc adalah sebagai berikut:

a. Visi

“*Simplifying Healthy Care*”, Membantu membawa layanan kesehatan yang lebih baik ke jutaan masyarakat Indonesia

b. Misi

Menciptakan kemudahan dalam mengakses kesehatan yang dapat membantu pasien yang membutuhkan

1.1.3 Layanan Halodoc

Halodoc saat ini memiliki beberapa layanan jasa yang tersedia melalui *mobile application* untuk konsumennya seperti:

Tabel 1.1

Layanan Aplikasi Halodoc

Jenis Layanan Jasa	Keterangan
<i>Chat With a Doctor</i>	Layanan konsultasi <i>online</i> dengan dokter yang terpercaya.
<i>Buy Medicine</i>	Layanan pembelian dan <i>delivery</i> obat secara <i>online</i> .
<i>Visit Hospital</i>	Janji temu dengan dokter.
<i>Mental Health</i>	Layanan konsultasi kesehatan mental.
<i>Medicine Reminder</i>	Pengingat jadwal minum obat/jadwal pemeriksaan.
<i>BMI Calculator</i>	Layanan pengukuran berat badan ideal.
<i>Covid-19 Test</i>	Layanan pemeriksaan Covid-19.

Sumber: (Halodoc, 2021b)

1.2 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini semakin membaik, tidak dipungkiri lagi bahwa perkembangan teknologi informasi kini telah meluas ke segala bidang dalam kehidupan manusia. Akses yang cepat dan mudah, kecepatan informasi yang memadai, membuat masyarakat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai kebutuhan hidupnya. Dalam perkembangannya di Indonesia, dapat diketahui dari data yang dipublikasikan oleh Data Reportal menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia pada akhir Januari 2021 mencapai angka 202,6 juta pengguna. Jumlah angka tersebut meningkat sebanyak 27 juta pengguna antara Januari 2020 dan Januari 2021 (Kemp, 2021).

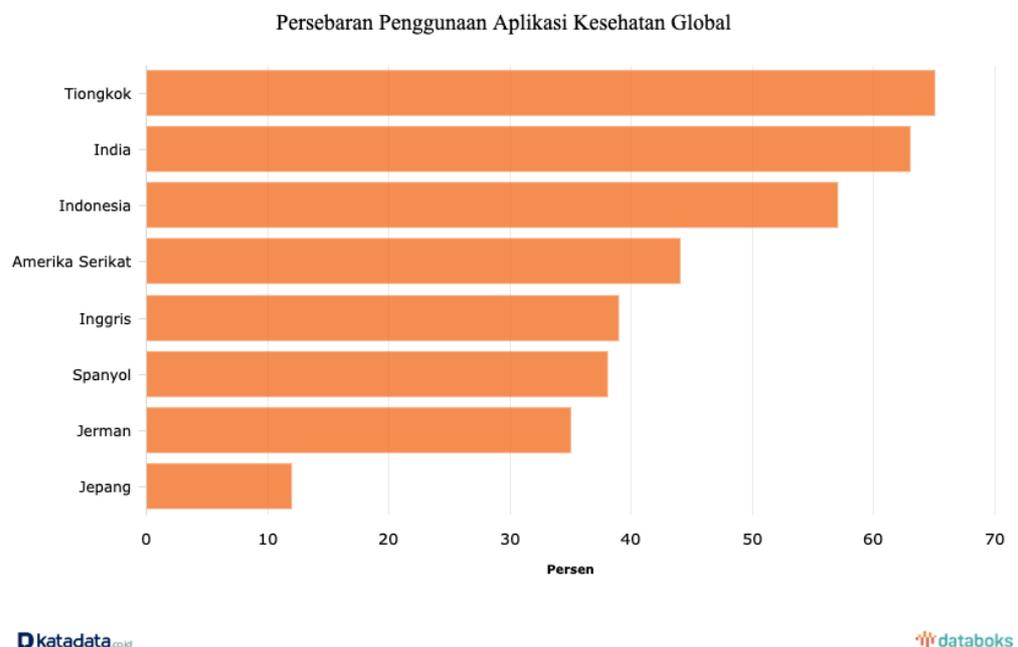
Terdapat pengaruh dari meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia terhadap jumlah pengguna perangkat genggam atau *mobile* di Indonesia, hal tersebut dibuktikan dengan riset *We Are Social* bahwa para pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat *mobile* untuk mengakses internet. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut telah membawa manusia memasuki era digitalisasi, dimana segala sesuatu dapat dilakukan dengan cepat, tepat, praktis, dan efisien

Dampak dari era digitalisasi tersebut juga dirasakan perkembangannya dalam bidang kesehatan di Indonesia. Terlebih dimasa pandemi COVID-19, karena dengan meningkatnya kasus COVID-19 yang terkonfirmasi di Indonesia membuat layanan kesehatan menjadi krusial di momen seperti ini. Banyak kekhawatiran yang muncul dan dirasakan oleh masyarakat ketika harus pergi ke rumah sakit di masa pandemi. Sehingga, masyarakat mulai mencari alternatif lain untuk tetap bisa mengakses layanan kesehatan. Hal ini tentu membuka ruang bagi industri kesehatan untuk melakukan inovasi-inovasi baru, salah satunya yaitu telekonsultasi.

Pandemi COVID-19 yang “menyerang” masyarakat Indonesia dalam empat bulan terakhir telah meningkatkan permintaan layanan konsultasi via teknologi komunikasi antara dokter dan pasien (Mawuntu & Limato, 2020). Hal ini mengubah kondisi persaingan bisnis yang sangat ketat dengan kemajuan teknologi dan berkembangnya informasi, serta perubahan dalam kebutuhan dan keinginan

konsumen dimasa pandemi COVID-19. Dengan semakin berkembangnya *platform* telekonsultasi di Indonesia yang berdampak pada persaingan lini bisnis bidang kesehatan, maka perusahaan harus terus berusaha memberikan layanan terbaiknya.

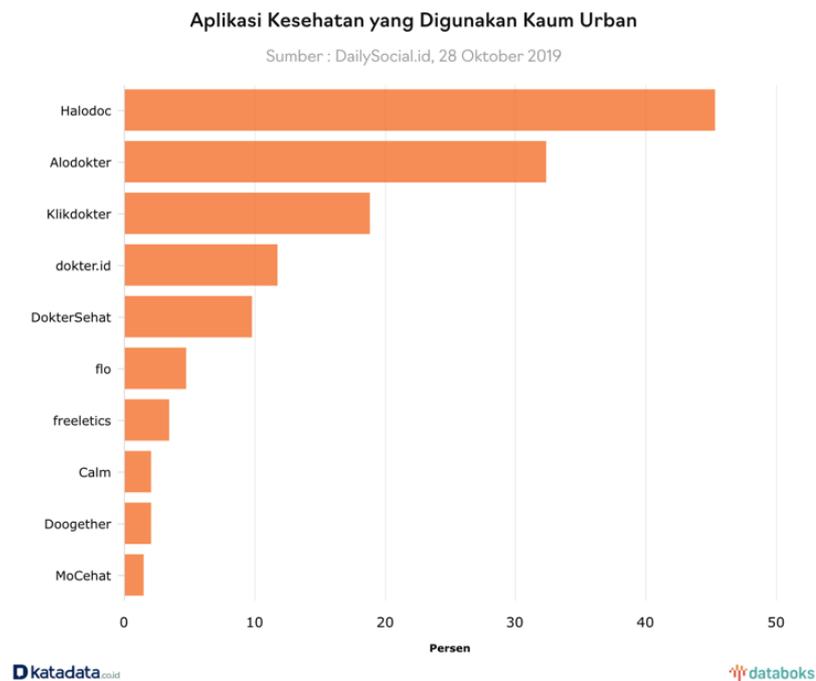
Perubahan tersebut dapat dilihat pada persebaran penggunaan aplikasi kesehatan global, Indonesia menduduki peringkat ke-3 global dalam memanfaatkan aplikasi kesehatan. Aplikasi yang diunduh masyarakat ada pada aplikasi kesehatan online yang mengalami kenaikan tingkat unduh yang signifikan (Pusparisa, 2020). Menurut Menkominfo Johny G. Plate pada Seminar *Health Innovation Beyond Pandemic* (2021), jumlah pengguna aplikasi telah meningkat sepuluh kali lipat dan penggunaan telekonsultasi diperkirakan akan meningkat sebanyak 109% selama lima tahun ke depan. Tidak dapat dipungkiri bahwa peningkatan ini dipengaruhi oleh besarnya kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan digital yang akurat dan andal dimasa pandemi dan era digital saat ini (Fitra, 2021).



Gambar 1.2 Persebaran Penggunaan Aplikasi Kesehatan Global

Sumber: Persebaran Penggunaan Aplikasi Kesehatan Global (Pusparisa, 2020)

Berdasarkan hasil survei yang dilaksanakan oleh katadata.co.id (2019), terdapat data terkait aplikasi kesehatan yang digunakan kaum urban. Aplikasi Halodoc sendiri tercatat sebagai aplikasi tertinggi yang digunakan, yaitu sebesar 45,3%, Alodokter menyusul dengan sebanyak 32,3% responden. Angka tersebut menunjukkan bahwa Halodoc merupakan aplikasi paling banyak penggunaannya dibandingkan dengan aplikasi kesehatan lainnya di Indonesia, seperti yang dapat dilihat pada data di bawah ini:



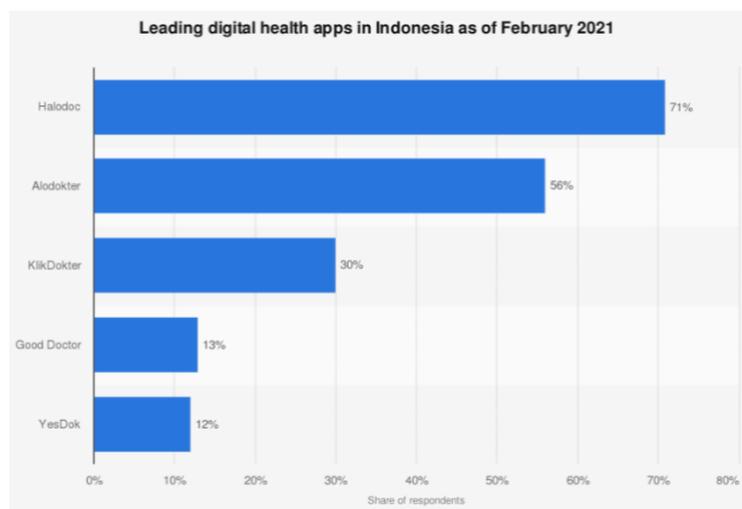
Gambar 1.3 Aplikasi Kesehatan Andalan Kaum Urban

Sumber: Aplikasi Kesehatan yang Digunakan Kaum Urban (Pusparisa, 2019)

Aplikasi Halodoc sendiri mengalami peningkatan yang cukup signifikan sejak awal munculnya pandemi COVID-19 di Indonesia pada bulan Maret 2020. Menurut *Vice President of Marketing* Halodoc Felicia Kaliwarang mengatakan, terjadinya peningkatan penggunaan aplikasi Halodoc seiring dengan adanya imbauan yang diberikan oleh Kementerian Kesehatan yang menyarankan kepada masyarakat untuk tidak mengunjungi rumah sakit di awal masa pandemic (Sukmana, 2021). Peningkatan pada *daily active user (year-on-year)* Halodoc pada bulan pertama tahun 2020 sangat tajam yaitu bertambah sebanyak 101%, dan pertambahan tersebut juga disusul oleh Alodokter sebesar 39% (Nurhayati, 2021a).

Peningkatan tersebut cukup tinggi jika dibandingkan dengan rata-rata tahun sebelumnya. Lonjakan yang terjadi dalam jumlah pasien yang menggunakan *platform* dan aplikasi kesehatan di kawasan Asia-Pasifik mempercepat adopsi alat kesehatan digital. Penelitian menunjukkan konsumen Asia-Pasifik semakin tertarik pada kesehatan preventif, kenyamanan dan kepemilikan perawatan mereka (Kapur & Boulton, 2020).

Angka pengguna pada aplikasi kesehatan masih terus meningkat selama pandemi COVID-19 ini, Doddy Lukito selaku *Co-Founder* dan *Chief Business Officer* Halodoc mengatakan, terjadi peningkatan hingga 20 juta pengguna aktif bulanan pada aplikasi Halodoc (CNN Indonesia, 2020). Pernyataan tersebut selaras dengan hasil survei online yang dilakukan oleh Statista di Indonesia kepada 4.781 responden dengan judul “*Leading digital health apps in Indonesia 2021*”, ditemukan sejak Februari 2021 sebanyak 71% responden menggunakan aplikasi Halodoc (Nurhayati, 2021b). Hal ini membuktikan konsistensi Halodoc dalam mempertahankan kedudukannya sebagai *market leader* dalam lini bisnis *start-up* bidang kesehatan.



Gambar 1.4 Aplikasi Kesehatan Terdepan di Indonesia

Sumber: Leading Digital Health Apps in Indonesia as of February 2021

(Nurhayati, 2021b)

Pandemi COVID-19 ini dinilai telah meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan aplikasi kesehatan, Prof. Rhenald Kasali dalam *press conference* acara Wealth Wisdom 2021 Bank Permata mengatakan, Pandemi Covid-19 telah meluluhkan para penyangkal disrupsi digital (Husaini, 2021). Sebelum adanya pandemi Covid-19 layanan kesehatan daring dirasa meragukan oleh masyarakat karena masyarakat masih terbiasa untuk melakukan layanan kesehatan secara langsung atau dengan pertemuan fisik (Sukmana, 2021). Peningkatan kepercayaan masyarakat tersebut membuat penggunaan aplikasi kesehatan bertambah, terlebih saat ini Kementerian Kesehatan RI terus mengencangkan penggunaan *telemedicine* dan memberikan layanan *telemedicine* isolasi mandiri bagi pasien yang terkonfirmasi COVID-19. Kementerian Kesehatan saat ini telah bekerja sama dengan 17 *platform telemedicine*, salah satunya adalah aplikasi Halodoc. Melalui pelayan yang ditawarkan ini, pasien dapat melakukan layanan telekonsultasi dan mendapatkan paket obat gratis (Widyawati, 2022).

Kedudukan Halodoc sebagai aplikasi kesehatan pilihan pertama masyarakat juga tercatat pada Top Brand Index, pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2

Top Brand Index Aplikasi Kesehatan Online Fase I 2021 dan 2022

Tahun	Peringkat	Merek	TBI	TOP
2021	1	Halodoc	64,6%	TOP
	2	Alodokter	20,8%	TOP
	3	KlikDokter	7,2%	-
	4	SehatQ	5,4%	-
	5	PakDok	1,5%	-
2022	1	Halodoc	63,4%	TOP
	2	Alodokter	18,6%	TOP
	3	KlikDokter	7,3%	-
	4	SehatQ	5,8%	-
	5	PakDok	2,6%	-

Sumber: Top Brand Award Index Fase I 2021 dan 2022 (Index, 2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa Halodoc menduduki posisi pertama sebagai top brand aplikasi kesehatan online yang paling digemari dan

merupakan salah satu TOP aplikasi kesehatan online dari berbagai macam aplikasi kesehatan online lainnya di Indonesia. Keunggulan Halodoc bukan hanya di Indonesia saja, berdasarkan *The Healthcare Technology Report*, Halodoc masuk dalam daftar 100 perusahaan penyedia layanan kesehatan digital top dunia. *Startup* kesehatan Halodoc menjadi perwakilan satu-satunya dari Indonesia yang bersaing dalam skala global dengan menduduki posisi ke-60. Dalam laporan *The Healthcare Technology Report*, Halodoc merupakan *startup* di Indonesia yang menjadi garis terdepan dalam penanganan COVID-19 (Setyowati, 2021).

Keberhasilan Halodoc dalam berbagai pencapaian yang diraih sejauh ini tidak terlepas dari Halodoc yang menawarkan berbagai fitur layanan online dan kemudahan kepada konsumennya. Namun meskipun Halodoc menjadi aplikasi kesehatan online pertama di Indonesia, masih terdapat berbagai keluhan dari konsumen terhadap kualitas layanan aplikasi Halodoc pada Playstore dan App Store seperti berikut:

Tabel 1.3

Keluhan Pengguna Aplikasi Halodoc

Tanggal	Review Negative Customer	Identifikasi Permasalahan
03-10-2021	Saya kecewa dengan aplikasi ini karena setiap order selalu di <i>cancel</i> bahkan ada <i>cancel</i> di <i>last minute</i>	Keluhan konsumen disamping mengindikasikan pengguna kecewa dengan aplikasi, permasalahan tersebut merupakan bagian dari <i>Customer Satisfaction</i> .
20-10-2021	Sangat mengecewakan. Di aplikasi padahal bisa set jadwal tes pcr jam 14.00 tapi pas sampai rumah sakit ternyata hanya bisa sampai jam 12.00 saja. Harusnya kalo memang tidak bisa sampai jam 14.00 di aplikasi ditunjukkan dong. Mana pengembalian dana nya ngga tau kapan lagi. Harusnya sekarang udah kelar tes tinggal tunggu hasil eh gara2 aplikasi	

	ngga jelas jadi ketunda besok jadi belum bisa masuk kerja. Payah sekali.	
27-09-2021	Teman2 yang baca chat ini tolong berhati-hati ya sama sistem halodoc. Jujur saya masih lebih mending menggunakan Alodokter.	
31-10-2021	Sistem reminder janji temu via wa maupun aplikasi tdk muncul ttp saldo ttp dipotong. Padahal kesalahan dr sistem halodoc sendiri. Uang juga tdk direfund. Jawaban dr cs tdk memuaskan, cmn akan meningkatkan kerja dan sistem dr halodoc sendiri tanpa memberikan solusi yang konkret. Semoga tdk merugikan pengguna lainnya. Msh ada aplikasi yg lbh baik serupa, cth: alodokter. Hati2 pengguna yg lain jgn janji temu terjadwal. Cmn buang2 uang percuma.	Keluhan konsumen disamping mengindikasi pengguna tidak puas menggunakan aplikasi Halodoc dan memilih untuk menggunakan aplikasi lain, permasalahan tersebut merupakan bagian dari Customer Loyalty .
28-10-2021	Aplikasi parah pake banget. Beli barang item kosong, Kembali dana ga full. Nipu.	Keluhan konsumen disamping mengindikasi rendahnya keamanan transaksi, permasalahan tersebut merupakan bagian dari dimensi Trust .
30-08-2021	Aplikasi ini hanya secara sistem saja tidak sesuai sama sekali dengan apa yang terjadi di lapangan. Saya sudah 2 bulan belum dapat vaksin 2, saya minta kode <i>voucher</i> baru untuk	Keluhan konsumen disamping mengindikasi ketidaksesuaian sistem pada aplikasi Halodoc dengan keadaan lapangan, permasalahan

	pindah tempat vaksin tidak bisa sedangkan tempat pertama tidak ada jadwal vaksin 2. Bagaimana sih? Mohon maaf saya sudah <i>uninstall</i> , tolong banyak diperbaiki aplikasi ini.	tersebut merupakan bagian dari dimensi <i>Personalization</i> .
15-10-2021	Maaf saya kasih bintang 1.. karena saat pemesanan obat, sudah bayar, namun ternyata obat tidak, tapi uang yang sudah dibayarkan tidak dikembalikan!!! Sudah complain ke CS, disuruh tunggu 3-5 hari kerja untuk pengembalian dana. Sampai 5 hari kerja, ternyata tidak dikembalikan juga uang saya!!! Tolong dikembalikan donk uang saya! Obat ga dapet... uang lenyappp..	Keluhan konsumen di samping mengindikasikan kurangnya penanganan <i>Customer Service</i> dalam penanganan masalah dan ketersediaan barang (<i>having item in stock</i>), permasalahan tersebut merupakan bagian dari dimensi <i>Responsiveness</i> dan <i>Reliability</i> .
13-10-2021	Saat transfer untuk konsultasi, dokter menghilang, dan biaya sudah di transfer, refund prosesnya tidak jelas form yang diberikan tidak dapat di isi.	Keluhan konsumen disamping mengindikasikan pengguna kecewa dengan aplikasi, permasalahan tersebut merupakan bagian dari <i>customer satisfaction</i> .

Sumber: (App Store dan Playstore, 2021).

Berdasarkan tabel mengenai tanggapan negatif atau keluhan yang dirasakan oleh konsumen pada pengguna di *Playstore* dan *App Store* terhadap kualitas layanan elektronik pada aplikasi Halodoc, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat keluhan terhadap *e-service quality* Halodoc dari konsumen yang merasa tidak puas dan mengeluhkan kualitas layanan *online* aplikasi Halodoc. Adapun keluhan dari pelanggan mengenai *reliability*, *responsiveness*, *trust*, *personalization*, *customer*

satisfaction, dan *customer loyalty*. Dari fenomena diatas, dapat dikatakan bahwa masih terdapat pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan pada aplikasi Halodoc atau *e-service quality* pada aplikasi Halodoc belum optimal karena masih dapat ditemukan masalah.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang meliputi senang atau kecewa yang dihasilkan ketika membandingkan kinerja atau hasil dari suatu produk maupun layanan. Jika layanan tidak sesuai maka pelanggan tidak puas, jika sesuai ekspektasi pelanggan akan merasa puas. Data diatas menunjukkan bahwa masih adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan aplikasi Halodoc.

Berdasarkan data dan fenomena yang sudah diuraikan diatas mengenai keluhan konsumen pada aplikasi Halodoc yang menunjukkan adanya ketimpangan antara pencapaian dan penilaian Halodoc maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui adanya pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* secara langsung, dan *e-service quality* terhadap *customer loyalty* secara langsung, pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* secara langsung, dan *customer satisfaction* sebagai mediasi antara hubungan *e-service quality* terhadap *customer loyalty* dengan penelitian yang berjudul **“Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Aplikasi Halodoc”**.

1.3 Perumusan Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan pengaruh dan perubahan terhadap kehidupan masyarakat. Di era digital, banyak kemudahan yang dapat ditemukan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari dengan hanya bermodalkan *smartphone* dan koneksi internet untuk mengaksesnya. Salah satu kemudahan yang dapat dirasakan masyarakat adalah aplikasi kesehatan atau telekonsultasi. Saat ini banyak aplikasi kesehatan yang bermunculan di Indonesia, terlebih saat ini sedang berada di era Pandemi COVID-19 yang membutuhkan layanan jasa kesehatan secara efektif dan efisien. Hal ini menyebabkan ketatnya persaingan dalam lini bisnis kesehatan terutama telekonsultasi. Salah satu perusahaan penyedia jasa telekonsultasi di Indonesia

adalah Halodoc, yang merupakan salah satu *top brand* aplikasi kesehatan online yang paling digemari dari berbagai macam aplikasi kesehatan online lainnya di Indonesia.

Namun kenyataannya, *e-service quality* aplikasi Halodoc dinilai kurang memuaskan, hal ini dapat dilihat dari keluhan pengguna pada ulasan di App Store dan Play Store. Hal ini mengindikasikan bahwa *e-service quality* yang diberikan oleh Halodoc masih belum maksimal. Maka, peneliti ingin mengkaji dan mengukur guna mengetahui bagaimana pengaruh dimensi pada *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada aplikasi Halodoc.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis memiliki pertanyaan penelitian berkaitan dengan aplikasi Halodoc yang diuraikan sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi Halodoc?
2. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *customer loyalty* pada pengguna aplikasi Halodoc?
3. Seberapa besar pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pengguna aplikasi Halodoc?
4. Seberapa besar pengaruh *customer satisfaction* memediasi hubungan antara *e-service quality* terhadap *customer loyalty* pengguna aplikasi Halodoc?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian di atas, maka penulis memiliki tujuan penelitian yang diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengukur pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi Halodoc.
2. Untuk mengukur pengaruh *e-service quality* terhadap *customer loyalty* pada pengguna aplikasi Halodoc.
3. Untuk mengukur pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pengguna aplikasi Halodoc.

4. Untuk mengukur pengaruh *customer satisfaction* memediasi hubungan antara *e-service quality* terhadap *customer loyalty* pengguna aplikasi Halodoc.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan penelitian ini yakni dapat dituliskan sebagai berikut:

Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak dan melengkapi keilmuan pada bidang *marketing* khususnya yang berkaitan dengan *e-service quality* dan pengaruhnya terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Selain itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya.

Aspek Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu data untuk evaluasi pada Perusahaan Halodoc mengenai *e-service quality* atau layanan yang sudah diberikan untuk mengetahui dampaknya pada *customer loyalty* dan *customer satisfaction*.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.