BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Netflix Inc merupakan salah satu perusahaan distributor film dalam bentuk DVD yang berasal dari Amerika Serikat. Setelah perjalanan panjangnya sebagai distributor DVD sejak tahun 1997, di tahun 2010 Netflix beralih ke bentuk *video on demand* yang dapat dinikmati pada perangkat digital seperti Apple dan Android (Hasan, 2017). Dari tahun ke tahun, pelanggan Netflix di Indonesia selalu menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada 2017, terdapat 95 ribu jumlah pelanggan Netflix di Indonesia. Kemudian pada tahun 2018, meningkat hingga 2,5 kali lipat menjadi sebanyak 237,3 ribu. Selanjutnya pada 2019 meningkat menjadi 482 ribu, dan tahun 2020 sudah mencapai 900 ribu lebih pelanggan Netflix di Indonesia (Hasan, 2017).

Netflix berasal dari Amerika Serikat, yang memiliki kantor pusat di 100 Winchester Circle, Los Gatos, California, Amerika Serikat. Perusahaan Netflix memiliki tujuan untuk mengutamakan hiburan bagi masyarakat dunia. Menurut Netflix, hiburan adalah salah satu kebutuhan dasar dari manusia, sebuah cerita juga memiliki makna yang penting bagi perusahaan Netflix. Cerita dapat menggerakkan hati, merasakan emosi, membuat seseorang melihat sudut pandang yang baru, dan mengakrabkan satu orang dengan yang lainnya. Bagi Netflix, semakin banyak hiburan yang diterima masyarakat semakin banyak juga empati dan kegembiraan di masyarakat (Auditya & Hidayat, 2021)

Gambar 1.1 Logo Netflix

Sumber: (Netflix, 2023)

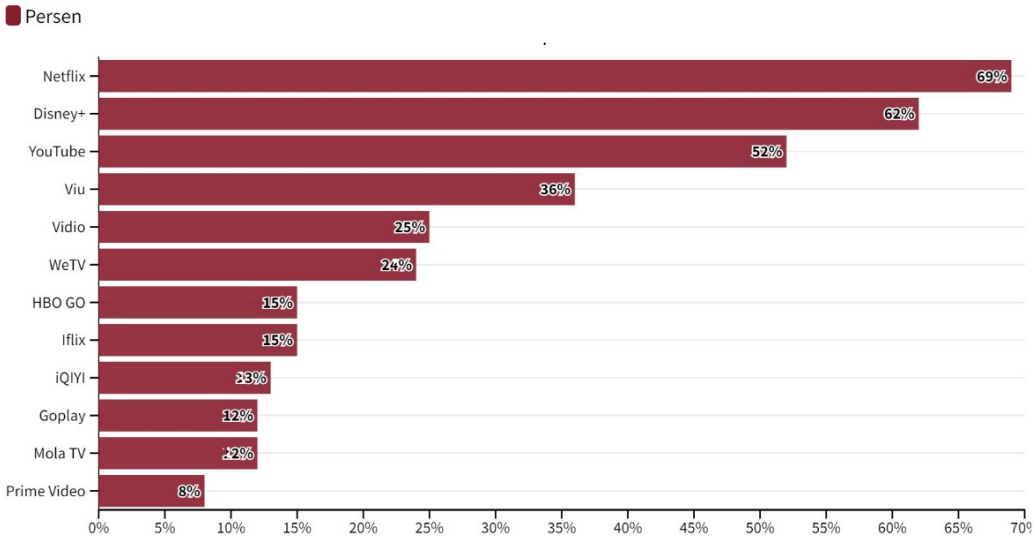
Netflix adalah layanan *streaming* yang menawarkan acara TV, film, anime, dokumenter pemenang penghargaan, dan lainnya di ribuan perangkat yang terhubung ke internet. Di layanan Netflix, pelanggan dapat menonton kapan pun dan dimanapun, tanpa satu pun iklan semuanya dengan satu biaya bulanan yang rendah. Kemudahan ini dibayar dengan harga langganan yang relatif murah. Mulai dari Rp. 54.000, pelanggan bisa mengakses koleksi film dan serial televisi yang dikurasi di *library* Netflix.

Paket yang disediakan oleh Netflix terdiri dari empat jenis, yaitu paket Netflix *Mobile* seharga Rp. 54.000, Paket Dasar/*Basic* seharga Rp. 120.000, Paket Standar seharga Rp. 153.000, dan Paket Premium seharga Rp. 186.000. Keseluruhan paket yang disediakan oleh Netflix dapat digunakan dalam bentuk digital atau *streaming*. Salah satu hal yang membuat Netflix memiliki popularitas tinggi adalah karena memiliki film serial yang ekslusif dan orisinil (Clinten, 2020). Netflix menyediakan film dan serial yang beragam dari berbagai negara, seperti Hollywood, Anime, K-Drama, dan Bollywood yang secara bebas dapat dinikmati oleh para pelanggannya. Netflix juga membuat daftar film dan serial terpopuler dan terbaru di setiap bulannya melalui sosial medianya, salah satunya Instagram @NetflixID karena melalui Instagram Neflix dapat meraih pelanggan baru dengan mudah dan secara luas (Prasetio et al., 2022).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan lingkungan ICT di Indonesia telah menjadikan platform *mobile video-on-demand* (VOD) sebagai salah satu gaya hidup baru. Dengan teknologi ponsel pintar yang canggih, pelanggan telepon seluler dapat menikmati layanan VOD seluler resolusi tinggi dengan pengalaman pengguna yang lebih baik (Tanuwijaya et al., 2021). Media layanan *streaming* adalah platform digital yang menawarkan layanan *streaming video*. Berbeda dengan televisi, teknologi ini memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih film yang ingin ditonton kapan saja dan di manasaja, karena yang dibutuhkan hanyalah *gadget* dan koneksi internet. Teknologi internet yang semakin berkembang menyebabkan masyarakat semakin banyak menggunakan layanan internet untuk memenuhi kebutuhannya. Gambar 1.2 menunjukan data layanan *streaming* platform di Indonesia (Munawaroh, et.al, 2023). Salah satu kebutuhan dalam menggunakan internet yaitu kebutuhan akan hiburan dengan memanfaatkan layanan *video on demand* (*video streaming*) sejumlah perusahaan layanan *streaming video* yang populer di

Indonesia, sebagai penyedia layanan *video on demand* (*video streaming*) seperti Netflix, Amazon Prime, Disney Plus Hotstar, VIU, Iflix, Goplay, Vidio, dan Genflix (Gambar 1.2) (Iskandar & Sutanto, 2022)



Gambar 1.2 Aplikasi Video Streaming Favorit Masyarakat Indonesia, 2022

Sumber: *(*Diva, *2022*)

Berdasarkan data pada gambar 1.2 aplikasi *streaming video* favorit adalah Netflix yang berhasil menempati posisi teratas dengan skor 69%, diikuti oleh Disney+ Hotstar di posisi ke-2 dengan perolehan 62% pada tahun 2022. Posisi ke-3 diraih oleh YouTube dengan total 52% (Diva, 2022). Munculnya berbagai layanan *video on demand* membuat perusahaan mengadopsi berbagai strategi yang dapat mendorong konsumen untuk tertarik menggunakan layanan mereka, karena pelanggan adalah satu-satunya faktor penentu dalam mengambil keputusan untuk membeli paket berlangganan video (Azalia & Magnadi, 2020)

Seiring teknologi yang terus berkembang dan beradaptasi dengan budaya masyarakat Indonesia, Netflix mencoba menambahkan berbagai fitur dan meningkatkan kualitas layanan agar memuaskan dan memudahkan pelangganuntuk *streaming* dengan lebih mudah. Netflix memiliki beberapa paket yang ditawarkan dengan harga berbeda tergantung paket yang akan dipilih. Netflix memiliki banyak pesaing yang menawarkan harga bersaing, namun Netflix di Indonesia terus mengalami peningkatan jumlah pelanggan setiap tahunnya (Jayani, 2019).

Kualitas layanan yang diberikan memiliki dampak yang dapat dibuktikan pada kinerja bisnis, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan juga ditemukan berdampak pada loyalitas pelanggan dan manfaat bisnis karena meningkatkan tingkat retensi pelanggan. *E-service quality* atau disebut juga e-*servqual*, merupakan bagian dari *service quality* (*servqual*) atau kualitas layanan. (Zeithaml et al., 2002) sebagai kemampuan situs web untuk memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman produk dan layanan secara efisien dan efektif. Kualitas layanan elektronik adalah keseluruhan persepsi dan pengalaman pelanggan pada tiga tingkat dasar layanan, layanan berorientasi pelanggan dan layanan bernilai tambah (Hidayati, 2022). Kualitas layanan adalah faktor relatif yang dapat dijelaskan sebagai perbandingan kinerja yang dirasakan dan diharapkan, serta kesan keseluruhan pelanggan tentang inferioritas/superioritas organisasi dan penawaran layanannya. Kemampuan operator telekomunikasi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif bergantung pada tingginya kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia layanan Netflix (IC et al., 2018).

Strategi promosi merupakan salah satu pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk memperhatikan baik prospek maupun pelanggan yang telah memiliki informasi tentang organisasi dan produk serta layanannya. Promosi mengacu pada upaya perusahaan untuk mendidik, menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan pelanggan dan masyarakat umum tentang produk (Kotler dan Armstrong, 2010). Motif utama perusahaan adalah menggunakan alat pemasaran untuk menarik pelanggan baru dan membuat keputusan pembelian sambil menargetkan pelanggan yang sudah ada, untuk menembus pasar baru, meningkatkan penjualan, membuat atau meningkatkan pengenalan merek, menciptakan lingkungan yang menguntungkan, menciptakan keunggulan kompetitif atas produk pesaing atau posisi pasar (IC et al., 2018). Untuk meningkatkan jumlah pengguna, Netflix di Indonesia juga melakukan promosi, termasuk uji coba gratis selama 30 hari. Namun, promosi ini sudah tidak berlaku lagi di Indonesia. Penghapusan uji coba gratis ini karena Netflix ingin mencari promosi pemasaran lain untuk menarik anggota baru (Kumparan.com, 2020). Netflix juga mengambil tindakan dengan menawarkan akses gratis untuk menonton

serial TV dan film di Netflix yang dapat ditonton oleh masyarakat tanpa berlangganan (Pertiwi, 2020). Situs ini dibuat untuk meyakinkan pelanggan akan kualitas layanan Netflix. Secara terpisah, Netflix juga melakukan beberapa tindakan lain yaitu melalui media sosial misalnya Instagram yaitu dengan langsung masuk ke Instagram *Stories* melalui fitur rekomendasi film (Yuslestrali & Anggrainie, 2023).

Netflix Inc. mengupayakan hubungan yang baik dan ingin meningkatkan kepercayaan masyarakat Indonesia. Salah satunya dengan mengadakan *workshop* pada Agustus 2020, bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, yang diikuti 300 sineas lokal Indonesia, untuk merealisasikan program pengembangan kapasitas kreatif sineas Indonesia (Farisi, 2020). Dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya, pengguna Netflix adalah yang tertinggi. Netflix mematok harga yang berbeda dan menyesuaikan dengan kualitas video yang ditawarkan, dalam paket mobile dan paket basic yang hanya bisa diakses di satu perangkat dengan harga Rp. 54.000 per bulan dan Rp. 65.000 per bulan. Paket kualitas HD lainnya adalah paket Standard seharga Rp. 120.000 per bulan dengan keuntungan bisa digunakan di dua perangkat dan *download* film di 4 perangkat serta paket Premium untuk kualitas ultra HD seharga Rp. 186.000 per bulan. Sedangkan penyedia layanan VOD lainnya menawarkan harga yang lebih murah, seperti di platform Amazon Prime Video, Disney+ Hotstar, VIU dan Iflix. Di Amazon Prime Video harganya Rp. 89.000 per bulan, sedangkan di Disney+ Hotstar harga langganannya Rp. 39.000 per bulan dan Rp. 199.000 per tahun. Sedangkan harga diVIU dan Iflix mulai dari Rp. 10.000 per minggu hingga Rp. 45.000 per bulan dan Rp. 39.000 per bulan dan Rp. 108.000 per 3 bulan Harga yang kompetitif meningkatkan kepuasan pelanggan saat menggunakan suatu produk/layanan. Sementara itu, hargdi Netflix paling tinggi dibanding penyedia layanan VOD lainnya. Harga merupakan bagian dari bauran pemasaran, yaitu nilai yang ditempatkan pada suatubarang atau jasa. Kesesuaian harga baik atau buruk dapat disimpulkan dari respon konsumen terhadap harga yang ditawarkan, terlepas dari apakah harga tersebut diterima atau ditolak oleh konsumen (Yuslestrali & Anggrainie, 2023) Meskipunharga langganan platform VOD menunjukkan bahwa Netflix mengenakan harga tertinggi, Netflix masih unggul dalam jumlah total pelanggan di Indonesia (Business Insider, 2020). Tetap saja, berlangganan Netflix menawarkan manfaat uji

coba gratis 30 hari untuk mengakses semua konten eksklusif di Netflix sebelum membayar langganan bulanan, dengan membayar biaya ini, pengguna bisa menikmati lebih dari 1.650 konten eksklusif di Netflix Meskipun demikian, tidak sedikit dari konsumen yang beralih karena persepsi harga yang buruk. Persepsi pelanggan yang buruk akan menurunkan kepuasan pelanggan konsumen. Sehingga persepsi harga menjadi role utama dan berperan penting dalam membangun kepuasan pelanggan (IC et al., 2018)

Posisi Netflix dengan jumlah pelanggan terbesar, bisa saja tergeser oleh perusahaan layanan *video streaming* lainnya, jika layanan yang diberikan dinilai lebih menarik. Konsumen memiliki kemudahan berpindah provider, jika layanan yang disediakan Netflix dinilai tidak mampu bersaing dengan kompetitor. Pesaing Netflix berusaha memberikan nilai tambah dari layanan yang diberikan sehingga mampu menarik perhatian konsumen. Analisis majalah Reuters pada 11 Desember 2019 menyatakan bahwa Netflix terancam kehilangan empat juta pelanggan jika tidak menambahkan layanan dengan harga lebih rendah untuk bersaing dengan pesaing baru seperti Apple TV dan Disney+ (Isna, 2019). Kondisi ini menunjukkan bahwa persaingan antar perusahaan layanan *video streaming* semakin ketat, menuntut Netflix untuk melakukan upaya agar pelanggan tetap tertarik. Berdasarkan hasil survei Media Partners Asia (MPA) pada Januari 2021, ternyata kehadiran Disney+ lebih diminati masyarakat Indonesia dari segi jumlah pelanggan yang besar. Jumlah pelanggan Netflix di Indonesia per Januari 2021 sebanyak 850.000, sedangkan jumlah pelanggan Disney+ di Indonesia lebih dari 2,5 juta, padahal Disney+ baru masuk ke Indonesia pada September 2020 sedangkan Netflix masuk ke Indonesia pada tahun 2016 (Jemadu, 2021).

Berikut terdapat beberapa ulasan - ulasan pelanggan yang menggunakan layanan VOD Netflix. Berdasarkan data pengguna Netflix di Google Playstore sebanyak 1 Miliar pengunduh aplikasi Netflix terdapat 12 juta orang yang memberi ulasan terhadap layanan Netflix dan berikut beberapa contoh ulasan tersebut:

Table 1.1 Ulasan Pengguna Netflix di Google Play Store

No	**Username**	***Review Customer***
1.	A. Dunbar (17Januari 2023)	*Netflix has a wide selection of movies, tv shows, and short series in many different genres and from various countries. I love the new and old*

		films available on this app. Plus, Netflix makes their own great films. My favorite part is that you pay a monthly subscription and that's it; no in-app sales and no advertisements. Nice and simple, no chance for accidental subscriptions, and no extra costs. Hope they keep it this way. Thanks Netflix for this user friendly, well-organized streaming ap. (Netflix memiliki banyak pilihan film, acara tv, dan serial pendek dalam berbagai genre dan dari berbagai negara. Saya suka film baru dan lama yang tersedia di aplikasi ini. Plus, Netflix membuat film hebat mereka sendiri. Bagian favorit saya adalah Anda membayar langganan bulanan dan hanya itu; tidak ada penjualan dalam aplikasi dan tidak ada iklan. Bagus dan sederhana, tidak ada peluang untuk langganan yang tidak disengaja, dan tanpa biaya tambahan. Semoga mereka tetap seperti ini. Terima kasih Netflix untuk aplikasi streaming yang ramah pengguna dan terorganisir dengan baik ini)
3.	Phil Rizzuto (16 January 2023)	*Recently the show i am watching has been freezing while the audio continues playing...could be for a few seconds...could be for more than a minute. The only solution is to either close the app and reopen or skip forward to a point the video continues. App is currently updated to most current update. Not sure the issue but hope it will be fixed soon.* (Baru-baru ini acara yang saya tonton membeku sementara audio terus diputar... bisa beberapa detik... bisa lebih dari satu menit. Satu-satunya solusi adalah

		menutup aplikasi dan membuka kembali atau melompat maju ke titik di mana video berlanjut. Aplikasi saat ini diperbarui ke pembaruan terkini. Tidak yakin masalahnya tapi berharap itu akan segera diperbaiki)
2.	Ebony Nicole (18January, 2023)	*I've had Netflix for years and there are so many movies I've wanted to see but it's not in English, with no option of English being translated, Ihave to read the entire movie. You then had the audacity to up the price when there are still movies I can only see if I read for an hour or two. Yes I've done it, but I don't want that to be my only option on an app I pay for. And there are barely any updated movies/shows. This is my last month paying for Netflix*. (Saya sudah memiliki Netflix selama bertahun-tahun dan ada begitu banyak film yang ingin saya tonton tetapi tidak dalam bahasa Inggris, tanpa opsiterjemahan bahasa Inggris, saya harus membaca seluruh film. Anda kemudian memiliki keberanian untuk menaikkan harga ketika masih ada film yang hanya dapat saya lihat jika saya membaca selama satu atau dua jam. Ya, saya sudah melakukannya, tetapi saya tidak ingin itu menjadi satu-satunya pilihan saya pada aplikasi yang saya bayar. Dan hampir tidak ada film/acara yang diperbarui. Ini adalah bulan terakhir saya membayar Netflix)
4.	Jennifer Callahan (23 November, 2022	*Netflix used to be good. You used to be able to click genre of movie and up would come a list of movies. Now its a list of trailers. And it takes about an hour to see what they have available in*

		1 genre because the preview takes up all the space instead of just the title and "box picture" of said movie. Trailers of awful movies are forced on me that I would never look at. Now it takes the time that one has to watch a movie just to find a movie. Worst change ever. (Netflix dulu bagus. Anda dulu bisa mengklik genre film dan akan muncul daftar film. Sekarang daftar trailernya. Dan butuh waktu sekitar satu jam untuk melihat apa yang mereka miliki dalam 1 genre karena pratinjau memakan semua ruang, bukan hanya judul dan "gambar kotak" dari film tersebut. Cuplikan film-film mengerikan dipaksakan pada saya sehingga saya tidak akan pernah menontonnya. Sekarang dibutuhkan waktu untuk menonton film hanya untuk menemukan film. Perubahan terburuk yang pernah ada)
5.	Rebecca	Latest update doesn't keep your place when you close the app momentarily, or plays the wrong content. I'll watch an episode and move onto the next, then turn off my screen. It completely restarts Netflix even if only a few moments,then goes back to an earlier episode (or even season) when I select to continue. I don't know what happened, but it is dreadful. (Pembaruan terbaru tidak menggantikan tempat Anda saat Anda menutup aplikasi sebentar, atau memutar konten yang salah. Saya akan menonton satuepisode dan beralih ke episode berikutnya, lalu mematikan layar saya. Itu benar-benar memulai ulang Netflix meskipun hanya beberapa saat, lalu kembali ke episode sebelumnya (atau

		bahkan musim) ketika saya memilih untuk melanjutkan. Aku tidak tahu apa yang terjadi, tapi itu mengerikan.)

Sumber: (*Review* Netflix di Google Play Store, 2023)

Berdasarkan data di atas, hasil observasi peneliti yang berupa sumber dari ulasan rating para pengguna Netflix, menunjukan bahwa terdapat beberapa keluhan setelah menggunakan layanan Netflix. Pada ulasan tersebut sebagian besar memberikan rating <3, yang artinya bahwa konsumen merasa diambang sedikit kekecawaan. Respon-respon keluhan tersebut tersebut diantaranya seperti kualitas aplikasi Netflix yang buruk sering *error*, pratinjau film yang tiba-tiba macet, tidak merespon, opsi terjemahan yang kurang dan kenaikan harga langganan yang tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan. Dari beberapa ulasan yang pernah menggunakan layanan Netfix, masih terdapat cukup banyak konsumen yang mengeluh mengenai layanan yang diberikan yang membuat konsumen tidak puas setelah menggunakan layanan Netflix. Menanggapi ulasan keluhan-keluhan tersebut, maka Netflix memiliki *customer care* yang siap sedia membantu melayani keluhan para pelanggan, melayani *error* yang terjadi pada aplikasi Netflix. Netflix mengadopsi berbagai teknik layanan pelanggan dan sarana strategis untuk memuaskan dan mempertahankan pelanggan potensial. Layanan pelanggan digunakan secara lebih luas masuk akal dan jauh melampaui peran tradisional pelanggan layanan dan dukungan, itu mencakup semua fungsi di sepanjang seluruh rantai nilai pengiriman layanan. Pelanggan layanan adalah sistem kegiatan yang melibatkan dukungan pelanggan sistem, pemrosesan keluhan, kecepatan pemrosesan keluhan, kemudahan melaporkan keluhan dan keramahan saat melaporkan. Oleh karena itu, layanan pelanggan mencakup semua bantuan dan bantuan penawaran/penawaran penyedia jaringan kepada pelanggan secara langsung atau secara tidak langsung sebelum, selama, dan setelah pembelian untuk memberikan kenyamanan pengalaman pelanggan dengan produk layanan VOD Netflix.

Menurut penelitian terdahulu (IC et al., 2018) mengenai " *Factors Influencing Telecommunication Subscribers' Decision to Port among Network*

Providers in Nigeria" bahwa faktor-faktor *subscribers decision to port among network provider* merupakan *service quality, network coverage, price, promotion* dan *customer care/service*. Dikarenakan objek penelitian sebelumnya adalah provider maka terdapat pengurangan variable pada penelitian ini yaitu variabel Network Coverage, karena variable tersebut tidak dibutuhkan pada objek berlangganan Netflix. Oleh karena itu peneliti juga ingin melakukan penelitian lanjut dengan judul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berlangganan pada Layanan *Video On Demand* Netflix**", dengan menggunakan variabel kualitas layanan, persepsi harga, promosi dan *costumer care/service*.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis akan meneliti permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix?
2. Apakah Persepsi Harga Berpengaruh Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix?
3. Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix?
4. Apakah *Costumer Care/Service* Berpengaruh Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix?
5. Apakah Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Promosi, *Costumer Care/Service* Berpengaruh Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta perrumusan permasalahan yang sudah diajukan, maka tujuan penelitian ini ialah, sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix.

4. Untuk Mengetahui Pengaruh *Costumer Care/Service* Terhadap Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix.
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Promosi dan *Costumer Care/Service* Minat Berlangganan *Video On Demand* Netflix.

1.5 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini, dapat berguna untuk pihak yang memerlukan, baik itu referensi atau untuk menambah wawasan pengetahuan. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini yaitu, sebagaiberikut.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat, wawasan dan referensi bagi penulis dan pembaca tentunya baik dalam lingkungan akademisi maupun secara global mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berlangganan pada Layanan *Video On Demand* Netflix yang terdiri dari Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Promosi dan *costumer care/service*. Kemudian, dari beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini yang dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapakan menjadikan dasar pengembangan strategi bagi Netflix Inc untuk meningkatkan layanan *Video On Demand* yang dapat menumbuhkan minat berlangganan, sehingga dapat berkontribusi pada pendapatan Netflix Inc.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibuat untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang dilakukan serta kejelasan penulisan hasil penelitian dengan menyusun sistematika menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tujuan pustaka terkait dengan permasalahan dan variable yang ditelaah untuk kemudian digunakan dalam menyusun kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan meliputi karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahap pelaksaan penelitian, populasi dan sample, pengumpulan data dan sumber data, pengujian validitas, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai analisis data dan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian serta pembahasan hasil yang didapatkan mengenai ada atau tidaknya pengaruh dari variable yang terkait.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan rekomendasi atau saran bagi perusahaan yang diteliti.