

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Infomedia Nusantara merupakan anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia yang berfokus pada penyediaan solusi *Business Process Outsourcing (BPO)* melalui dua portofolio bisnis utama, yaitu *Customer Relationship Management (CRM)* dan *Shared Service Operation (SSO)*. PT Infomedia Nusantara dipercaya sebagai perusahaan pengembang basis data pelanggan dalam bidang *call center*. Perjalanan perusahaan ini dimulai sejak tahun 1975, menjadikannya sebagai pelopor penyedia layanan informasi telepon di Indonesia. Sebelum memperoleh tanggung jawab tersebut, Infomedia merupakan perusahaan penerbit buku *Yellow Pages*, sehingga menunjukkan bahwa perusahaan ini telah memiliki pengalaman dalam pengolahan data telepon pelanggan dan data bisnis di seluruh Indonesia (Nusantara, 2025).

1.1.2 Logo PT Infomedia Nusantara

Gambar 1.1 menunjukkan logo perusahaan dari PT Infomedia Nusantara.



Gambar 1. 1 Logo Infomedia Nusantara

Sumber: (Nusantara, 2025)

Filosofi identitas perusahaan Infomedia Nusantara diwujudkan dalam bentuk sembilan kelopak bunga yang terinspirasi dari angka 9, yang secara simbolik dianggap sebagai angka tertinggi. Angka tersebut melambangkan kesempurnaan, selaras dengan fokus perusahaan untuk menjadi penyedia solusi *Business Process Outsourcing (BPO)* terbaik dengan memanfaatkan teknologi digital terkini guna memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggannya. Dalam logo tersebut tergambar benih *dandelion* yang tersebar luas dan tumbuh, melambangkan kesuksesan yang memberikan dampak positif bagi perusahaan. Ketika benih tersebut jatuh ke tanah, hal ini merepresentasikan

semangat perusahaan dalam melakukan inovasi secara berkelanjutan dan terus meningkatkan kinerjanya.

Warna merah pada logo Infomedia Nusantara melambangkan keberanian. Warna ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk terus berinovasi dan menciptakan pengalaman terbaik bagi mitra kerja maupun masyarakat. Sementara itu, warna platinum pada logo merupakan representasi dari logam mulia yang melambangkan semangat Infomedia Nusantara untuk senantiasa konsisten dalam memberikan solusi serta layanan terbaik kepada seluruh mitra dan masyarakat, sebagai bagian dari upaya mewujudkan tujuan perusahaan.

1.1.3 Tujuan, Visi dan Misi PT Infomedia Nusantara

a. Tujuan

Berkolaborasi untuk mewujudkan bangsa digital yang lebih berdaya saing dan memberikan nilai tambah terbaik bagi para pemangku kepentingan.

b. Visi

Menjadi mitra BPO Digital pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

c. Misi

- 1) Menghadirkan solusi *Customer Relationship Management* (CRM) menyeluruh dan terintegrasi untuk menghasilkan pengalaman dan nilai bisnis yang terbaik bagi pelanggan
- 2) Menghadirkan solusi *Share Service Operation* (SSO) yang didukung dengan teknologi terkini untuk mendisrupsi pengelolaan proses *back office* pelanggan.

1.1.4 Sejarah PT Infomedia Nusantara

PT Infomedia Nusantara memulai perjalanannya pada tahun 1976 dengan meluncurkan *Buku Petunjuk Telepon* (BPT) untuk lima kota besar di Indonesia. Pertumbuhan teknologi informasi dan telekomunikasi pada era 1990-an mendorong perusahaan untuk mengidentifikasi peluang baru dalam penyediaan informasi.

Tahun 1984 menjadi momen penting bagi perusahaan saat bergabung dengan PT Elnusa Yellowpages untuk memproduksi buku direktori *Yellowpages*. Pada tahun 1995, terjadi transformasi signifikan ketika perusahaan resmi bergabung dengan PT Telkom Indonesia dan berubah nama menjadi PT Infomedia Nusantara.

Pada tahun 2009, PT Infomedia Nusantara mulai memfokuskan bisnis pada *Digital Rich Media Content (DRMC)* serta *Contact Center & Outsourcing Service (CC & OS)*. Dua tahun kemudian, perusahaan mengembangkan tiga pilar bisnis utama, yaitu *Business Process Outsourcing/Knowledge Process Outsourcing (BPO/KPO)*, *Directory Advertising*, serta *Printing & Publishing*. Perubahan struktur kepemilikan saham terjadi pada tahun 2012, dengan komposisi kepemilikan menjadi 51% oleh Metra dan 49% oleh Telkom Indonesia.

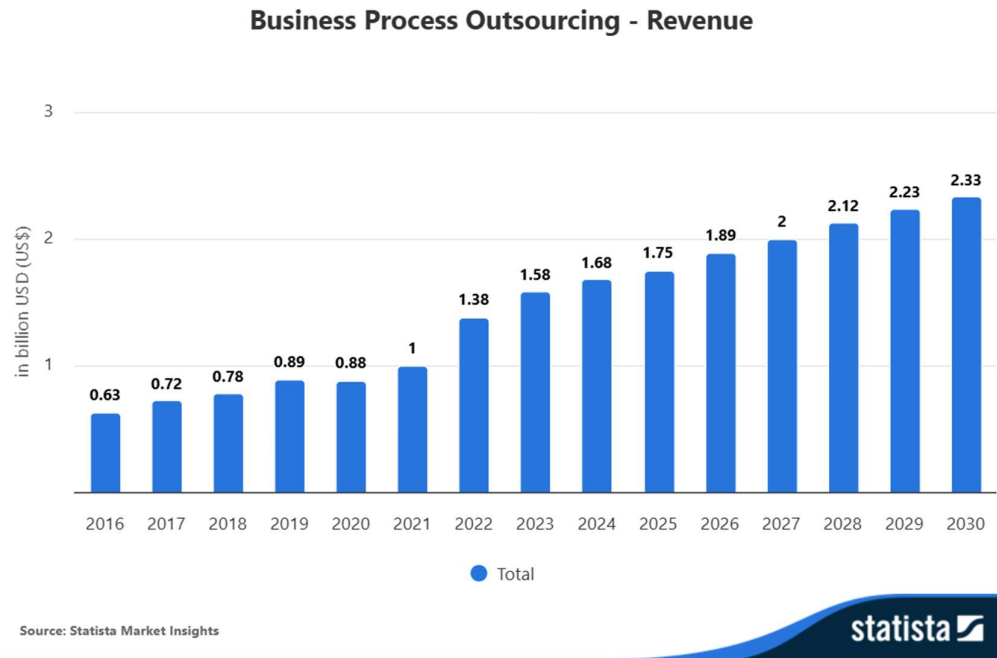
Tahun 2013 menandai restrukturisasi perusahaan untuk memperkuat fokus pada *Business Process Management*, yang secara signifikan meningkatkan posisi perusahaan di industri. Salah satu inovasi penting yang dilakukan adalah pengembangan situs web *yellowpages.co.id*, yang dapat diakses melalui lebih dari 60.000 jaringan di 150 negara, menjadikannya platform iklan global yang efektif.

Saat ini, perusahaan memiliki tiga pilar bisnis utama, yaitu *Business Process Outsourcing*, *Knowledge Process Outsourcing*, dan *IT Operation*. Komitmen perusahaan untuk terus berinovasi dalam bidang teknologi, sistem, dan pengembangan sumber daya manusia mengukuhkannya sebagai pusat informasi nasional di Indonesia, yang siap menghadapi berbagai tantangan dan peluang di era digital.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri layanan pelanggan memiliki peran yang sangat penting di era digital saat ini. *Call center* (pusat panggilan) dibutuhkan tidak hanya untuk menjawab kebutuhan pelanggan, tetapi juga untuk memaksimalkan penjualan produk dan layanan perusahaan. Berdasarkan data dari Statista (2025), disebutkan bahwa industri *Business Process Outsourcing (BPO)*, khususnya *call center* akan mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia. Proyeksi pendapatan mencapai 5,84% dari tahun 2025 hingga 2030, menghasilkan volume pasar sekitar US\$2,33 miliar pada akhir tahun 2030. Pertumbuhan ini mencerminkan peningkatan kebutuhan perusahaan terhadap layanan pelanggan yang efisien dan mampu menghadapi persaingan yang ketat. Namun, dibalik pertumbuhan tersebut, muncul tantangan yang kompleks dalam

pengelolaan sumber daya manusia, salah satunya adalah tingkat *turnover* karyawan.



Gambar 1. 2 Proyeksi Keuntungan Business Process Outsourcing di Indonesia
Sumber: (Statista, 2025)

Angka di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan pasar *Business Process Outsourcing* (BPO) didorong oleh meningkatnya kebutuhan perusahaan akan layanan pelanggan yang berkualitas dan efisien. Sumber daya manusia merupakan aset utama dalam keberhasilan perusahaan, terutama di industri *call center* yang sangat bergantung pada interaksi manusia. Tanpa sumber daya manusia yang kompeten dan termotivasi, organisasi tidak dapat mencapai tingkat produktivitas dan keunggulan kompetitif yang optimal. Sumber daya manusia memiliki karakteristik khas berupa perasaan, pemikiran, emosi, dan harapan. Kinerjanya sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan kerja. Karyawan cenderung memiliki motivasi berprestasi apabila prestasinya dihargai. Apabila sumber daya manusia memiliki motivasi yang tinggi, kreatif, dan mampu memberikan kontribusi positif lainnya, maka kinerjanya pun akan semakin meningkat. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk meningkatkan kepuasan kerja.

Kepuasan kerja (*job satisfaction*) mencerminkan tingkat kepuasan karyawan dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan. Kepuasan kerja tidak hanya berdampak pada kesejahteraan individu, tetapi juga berpengaruh terhadap

produktivitas, kualitas layanan, dan retensi karyawan. Dalam industri *call center* yang dikenal dengan tingkat *turnover* yang tinggi, peningkatan kepuasan kerja menjadi strategi penting untuk mempertahankan *talent* serta menekan biaya rekrutmen dan pelatihan (Dickens, 2023). Dalam konteks ini, kualitas interaksi dengan pelanggan tidak hanya menentukan kepuasan pelanggan, tetapi juga berdampak pada kepuasan kerja karyawan, yang pada akhirnya memengaruhi kualitas layanan dan profitabilitas organisasi.

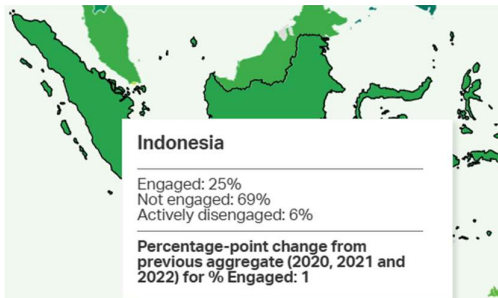
Hasil wawancara dan tanggapan dari responden dalam berbagai posisi seperti *supervisor*, *trainer*, *team leader sales support*, *administration*, *sales support*, dan *agent* pada divisi *outbound call center* PT Infomedia Nusantara Bandung menunjukkan bahwa aspek kepuasan kerja seperti dukungan rekan kerja (*interaction*), kebanggaan terhadap profesi (*professional status*), dan tantangan kerja (*task requirements*) memperoleh tanggapan positif. Namun, aspek kompensasi (*pay*) dan kebijakan organisasi (*organizational policies*) masih dirasakan kurang memadai, terutama dalam hal kesesuaian upah dengan beban kerja serta keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan. Fenomena ini menunjukkan bahwa *job satisfaction* belum sepenuhnya optimal dan dapat berdampak pada produktivitas, loyalitas, serta tingkat *turnover* karyawan di divisi tersebut. *Turnover* yang tinggi dapat berdampak negatif pada stabilitas organisasi dan kualitas pelayanan. Kondisi ini menegaskan bahwa industri *call center* memiliki tekanan kerja yang tinggi, sehingga peningkatan kepuasan kerja harus menjadi perhatian utama dalam strategi pengelolaan tenaga kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Andrade et al., (2024) menunjukkan bahwa meningkatnya *turnover* dapat menimbulkan beban tambahan dan tekanan psikologis bagi karyawan. Lalu, Cole & Castro, (2023) menegaskan bahwa ketidakpuasan kerja menjadi faktor dari *turnover intention* dalam industri yang memiliki beban kerja tinggi seperti BPO. Peran pemimpin dalam organisasi memiliki pengaruh yang sangat penting, terutama dalam menanggapi sebuah tantangan (Syarifuddin et al., 2025). Pendekatan kepemimpinan yang mengedepankan aspek kemanusiaan masih sangat diharapkan oleh karyawan. Implementasi *servant leadership* dalam industri *call center* dapat menjadi strategi efektif untuk memitigasi masalah ini dalam membangun semangat kerja, dan meningkatkan produktivitas karyawan.

Ketidakpuasan kerja dan rendahnya keterlibatan karyawan merupakan faktor utama yang mendorong niat karyawan untuk keluar dari perusahaan. Oleh karena itu,

dibutuhkan pendekatan yang mampu mengatasi kedua aspek tersebut secara bersamaan. Kepemimpinan yang melayani (*servant leadership*) merupakan salah satu pendekatan yang dapat diadopsi oleh perusahaan. Pemimpin dengan gaya *servant leadership* dapat menumbuhkan komitmen perusahaan sehingga karyawan terdorong meningkatkan kinerjanya. Fakhri et al., (2024) menekankan bahwa efektivitas *servant leadership* ditentukan oleh kemampuan pemimpin dalam membantu bawahan untuk tumbuh dan berhasil (*helping subordinates grow and succeed*). Penelitian lain oleh Firmansyah & Hersona (2021) menunjukkan bahwa gaya ini memiliki dampak signifikan terhadap kualitas pendidikan tinggi dan keberhasilan organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Hamdan et al. (2020) menemukan pengaruh positif dan signifikan antara *servant leadership* dan *job satisfaction*. Oleh karena itu gaya kepemimpinan ini dapat berperan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif. Kondisi tersebut akan memperkuat keterlibatan karyawan secara emosional dan psikologis, seperti penelitian yang dilakukan oleh Muzakki & Heryyanto, (2023) yang menunjukkan bahwa *servant leadership* secara signifikan mampu meningkatkan keterlibatan karyawan dan mampu menurunkan *turnover intention*, khususnya dalam organisasi layanan seperti *call center*. Karakteristik seperti empati, pemberdayaan, dan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan menjadikan *servant leadership* mendukung pencapaian kepuasan kerja yang lebih tinggi.

Kurangnya keterlibatan karyawan dalam pekerjaan dapat menjadi penyebab tingginya *turnover*. Penelitian yang dilakukan oleh Otoo, (2024) menunjukkan bahwa karyawan yang tidak *engaged* akan cenderung memiliki niat keluar lebih tinggi. Hal tersebut disebabkan karena tidak memiliki hubungan secara emosional maupun komitmen terhadap organisasi. Sebaliknya, karyawan yang *engaged* akan memiliki kecenderungan lebih besar untuk merasa puas terhadap pekerjaannya. *Engagement* yang tinggi membuat individu merasa memiliki tujuan, kontrol, dan makna ketika melakukan pekerjaannya yang akhirnya akan berdampak positif terhadap kepuasan kerja karyawan.



Gambar 1. 3 Data *Employee Engagement* Indonesia Tahun 2020-2023
Sumber: (Gallup, 2024)

State of the Global Workplace: 2024 Report Southeast Asia 

Southeast Asia

Employee Engagement

Gallup Q¹² items; see "Appendix 3: Support Information" for item wording.

Rank	Country	Change	% Engaged	Rank	Country	Change	% Engaged
1	Philippines	5	35	6	Myanmar	-1	20
2	Thailand	4	29	7	Cambodia	-5	16
3	Laos	3	27	8	Vietnam	-5	16
4	Indonesia	1	25	9	Singapore	0	13
5	Malaysia	1	23				

Gambar 1. 4 Data *Employee Engagement* Indonesia Tahun 2024
Sumber: (Gallup, 2024)

Berdasarkan laporan *State of the Global Workplace 2024* oleh Gallup (2024) diketahui bahwa 16% pekerja di Indonesia merasakan stres. Laporan tersebut menunjukkan bahwa Indonesia berada di peringkat keempat dalam hal *employee engagement* yang masih tergolong rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas karyawan belum sepenuhnya merasa terlibat secara positif terhadap organisasi tempat mereka bekerja. Meskipun tingkat stres ini relatif rendah dibandingkan negara lain, hal ini tetap menjadi perhatian untuk menurunkan tingkat stres karyawan. Menurut (Nurnida et al., 2020) tingkat *employee engagement* yang rendah akan berdampak pada turunnya kinerja organisasi, kepuasan pelanggan, serta meningkatnya tingkat ketidakhadiran dan niat untuk keluar dari pekerjaan. Hal tersebut dapat diketahui karena *employee engagement* mencerminkan dedikasi dan keterikatan positif karyawan terhadap pekerjaannya yang dapat mempengaruhi keberhasilan organisasi dalam mencapai target-target yang telah ditetapkan (Pringgabaya & Satiadharma, 2023). Karakteristik pekerjaan di industri *call center* yang cenderung membosankan menjadi tantangan tersendiri bagi pemimpin dan manajemen untuk mempertahankan dan meningkatkan keterlibatan karyawan.

Permasalahan seperti tingginya beban target, repetisi tugas, dan kurangnya partisipasi dalam pengambilan keputusan dapat semakin menurunkan *engagement* karyawan. Rendahnya keterlibatan karyawan dapat meningkatkan *turnover* dan rendahnya produktivitas. Peningkatan *employee engagement* menjadi kebutuhan perusahaan, terutama dalam menghadapi dinamika kerja yang berorientasi pada target pekerjaan. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan ketidakpuasan kerja dan menurunkan keterlibatan karyawan dalam kontribusi terhadap organisasi. Penelitian oleh Lee et al. (2020) menunjukkan bahwa karyawan yang dipimpin dengan gaya *servant leadership* mengalami tingkat stres yang signifikan lebih rendah dan kepuasan kerja lebih tinggi dibandingkan dengan gaya kepemimpinan transaksional. Penelitian oleh Song et al. (2022) mengungkapkan bahwa *servant leadership* berpengaruh positif terhadap *employee engagement* melalui mekanisme psikologis seperti peningkatan *psychological safety*, pemberdayaan psikologis, dan pemenuhan kebutuhan psikologis dasar. Namun, dalam penelitian di industri jasa oleh Canavesi & Minelli (2021) ditemukan bahwa hubungan antara *servant leadership* dan *employee engagement* bersifat positif melalui berbagai mediator. Dengan mempertimbangkan data dan temuan tersebut, *employee engagement* dalam penelitian ini dianggap sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh antara *servant leadership* dan *job satisfaction*.

Meskipun penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi hubungan antara *job satisfaction*, *servant leadership*, dan *employee engagement*, terdapat beberapa *research gap* yang perlu diisi. Selain itu, mayoritas penelitian menempatkan *job satisfaction* sebagai variabel mediasi. Penelitian di industri *Business Process Outsourcing* (BPO) di Indonesia, khususnya di PT Infomedia Nusantara, masih terbatas. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur perilaku organisasi dengan menganalisis hubungan antara *servant leadership*, *employee engagement*, dan *job satisfaction* dalam konteks yang lebih spesifik pada divisi *outbound call center*. Dengan menempatkan *employee engagement* sebagai variabel mediasi, penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam memahami bagaimana *servant leadership* dapat mendorong peningkatan *job satisfaction* secara tidak langsung melalui keterlibatan karyawan. Ketika keterlibatan (*engagement*) karyawan meningkat karena merasa dihargai, didukung, dan diberdayakan, hal tersebut akan mendorong peningkatan kepuasan kerja (*job satisfaction*). Dengan kata lain, *servant leadership* tidak hanya berdampak langsung pada kepuasan kerja, tetapi juga membentuk lingkungan kerja

yang meningkatkan *employee engagement*, yang pada akhirnya turut berkontribusi terhadap kepuasan kerja karyawan.

Oleh karena itu, *employee engagement* relevan untuk dijadikan variabel mediasi yang menjelaskan pengaruh antara *servant leadership* dan *job satisfaction* dalam penelitian ini. Keterlibatan karyawan dapat menjembatani hubungan antara gaya kepemimpinan yang melayani dan kepuasan kerja. *Servant leadership* yang mendukung, memberdayakan, dan peduli terhadap kesejahteraan karyawan memiliki potensi untuk mendorong keterlibatan emosional dan komitmen karyawan terhadap pekerjaan mereka, yang pada akhirnya berkontribusi ada meningkatnya kepuasan kerja. Pemahaman ini dapat menjadi landasan yang lebih efektif dan tepat sasaran, khususnya pada industri *call center* yang memiliki tingkat *turnover* dan tekanan kerja yang tinggi. Selain itu, penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi manajemen PT Infomedia Nusantara Bandung dalam mengembangkan program kepemimpinan yang berfokus pada *servant leadership* serta strategi peningkatan *employee engagement* dan *job satisfaction*. Dengan mempertimbangkan urgensi dan relevansi topik serta *research gap* dalam studi sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *servant leadership*, *job satisfaction*, dan *employee engagement* sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh *Servant Leadership* Terhadap *Job Satisfaction* Melalui *Employee Engagement* Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan Divisi *Outbound Call Center* PT Infomedia Nusantara Bandung”**.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian pada bab ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *servant leadership* pada *leader* bagi karyawan di Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung?
2. Bagaimana *job satisfaction* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung?
3. Bagaimana *employee engagement* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung?
4. Apakah terdapat pengaruh *servant leadership* terhadap *job satisfaction* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung?

5. Apakah terdapat pengaruh *servant leadership* terhadap *employee engagement* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung?
6. Apakah terdapat pengaruh *employee engagement* terhadap *job satisfaction* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung?
7. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung *servant leadership* terhadap *job satisfaction* melalui *employee engagement* sebagai variabel mediasi pada karyawan Infomedia Nusantara Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hal berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *servant leadership* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *job satisfaction* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *employee engagement* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *servant leadership* terhadap *job satisfaction* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *servant leadership* terhadap *employee engagement* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *employee engagement* terhadap *job satisfaction* pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh tidak langsung *servant leadership* terhadap *job satisfaction* melalui *employee engagement* sebagai variabel mediasi pada karyawan Infomedia Nusantara divisi *Outbound Call Center* Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kepemimpinan, kepuasan kerja, dan keterikatan bagi karyawan yang ada dalam sebuah organisasi. Selain itu diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan disiplin ilmu manajemen khususnya pada bidang manajemen sumber daya manusia.

1.5.2 Aspek Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori dan memperluas wawasan dalam bidang perilaku organisasi terutama terkait konsep *servant leadership*, *job satisfaction*, dan *employee engagement*. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sarana implementasi konsep-konsep teoritis yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan menganalisis fenomena yang sebenarnya.

b. Bagi Organisasi

PT Infomedia Nusantara dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai evaluasi dan pengembangan kebijakan organisasi.

c. Bagi Karyawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada karyawan terkait aspek-aspek profesional dalam lingkungan perusahaan, yang berpotensi meningkatkan tingkat kepuasan kerja dan mengoptimalkan kontribusi kepada perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam sistematika penelitian terdapat beberapa bab yang terdiri dari materi-materi yang telah ada, dan berikut adalah sistematika penulisannya :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan gambaran umum perusahaan, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang didapatkan dari beberapa sumber yang berupa definisi atau pengertian, hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, metode penelitian yang digunakan, variabel penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan pembahasan mengenai hasil pengujian, hasil analisa, dan pembahasan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa berdasarkan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya.