

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengacu pada data Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO, pada periode 12 hingga 18 Juli 2021 kasus Covid-19 secara global mengalami peningkatan 12% dibandingkan pekan sebelumnya hingga mencapai 3,42 juta kasus penularan, dengan rata-rata sebanyak 400.000 kasus per hari meningkat menjadi 490.000 kasus per hari. Hal ini juga diikuti dengan angka kematian pada periode tersebut yang juga ikut meningkat 1% dibandingkan pekan sebelumnya hingga mencapai 56.767 kasus kematian per harinya. Jumlah kasus Covid-19 secara global terhitung lebih dari 190 juta kasus dan sangat mungkin untuk melebihi angka 200 juta dalam tiga minggu ke depan (<https://newssetup.kontan.co.id> diunduh pada 25 Juli 2021).

Tabel 1. 1 Kasus Mingguan Covid-19

No.	Negara	Kasus Baru	Peningkatan
1.	Indonesia	350.273	44%
2.	Inggris	296.447	41%
3.	Brasil	287.610	14%
4.	India	268.843	8%
5.	Amerika Serikat	216.433	68%

Sumber: <https://newssetup.kontan.co.id> diunduh pada 25 Juli 2021

Pada periode yang sama, hal tersebut juga terjadi di wilayah Pasifik Barat yang juga mengalami peningkatan hingga 30% dan Eropa 21%. Tabel 1.1 menunjukkan peningkatan angka penularan virus telah meletakkan Indonesia pada peringkat satu negara di dunia dengan kasus Covid-19 paling tinggi.

Meningkat drastis 44% dibandingkan dengan waktu yang sebelumnya, pada periode 12 hingga 18 Juli 2021 penularan virus Covid-19 telah mencapai 350.273 kasus (<https://newssetup.kontan.co.id> diunduh pada 25 Juli 2021).



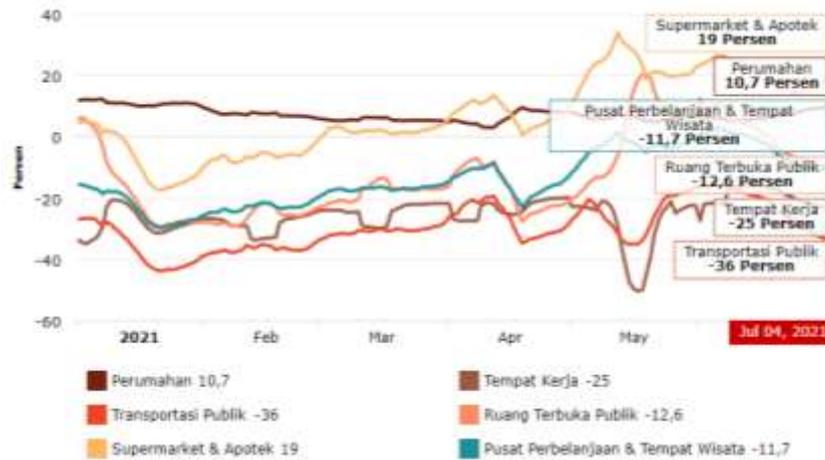
Gambar 1. 1 Kasus Kematian Akibat Covid-19 di Indonesia
Sumber: <https://nasional.kompas.com> diunduh pada 25 Juli 2021

Kurang lebih satu setengah tahun virus Covid-19 melanda Indonesia, namun hal itu tidak menghalangi virus ini untuk berhenti menyebar, bahkan kasusnya masih terus bertambah. Bahkan pada tanggal 24 Juli 2021, sebanyak 45.416 orang terjangkit virus Covid-19 lagi sehingga pasien korban Covid-19 di Indonesia mencapai 3.127.826 orang sejak Maret 2020 dimana virus ini mulai masuk dan melanda Tanah Air. Seperti yang terlihat pada gambar 1.1, hal ini juga diikuti oleh pasien meninggal dunia akibat Covid-19 di Indonesia yang masih terus meningkat. Pada hari yang sama, masih terjadi penambahan kematian akibat Covid-19 lagi sebanyak 1.415 orang per harinya sehingga total korban Covid-19 yang meninggal di Indonesia telah mencapai 82.013 orang (<https://nasional.kompas.com> diunduh pada 25 Juli 2021).



Gambar 1. 2 Pemerintah Memberlakukan PPKM Darurat
Sumber: <https://setkab.go.id> diunduh pada tanggal 25 Juli 2021

Dengan peningkatan kasus varian baru Covid-19 berkembang dengan sangat cepat, maka dari itu pemerintah akhirnya memutuskan untuk memberlakukan PPKM Darurat (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang awalnya dimulai pada tanggal 3 hingga 20 Juli 2021 bagi wilayah Jawa dan Bali, kini diperpanjang bahkan juga berlaku bagi wilayah luar Jawa Bali. Gambar 1.2 memperlihatkan Presiden Joko Widodo mengumumkan hal tersebut serta menegaskan bahwa keputusan ini berdasarkan kajian dari para menteri, ahli kesehatan, hingga para kepala daerah dan bertujuan untuk menyelamatkan bangsa Indonesia dengan mencegah peningkatan penularan virus Covid-19. Jokowi berharap agar masyarakat tetap tenang dan waspada serta disiplin dalam mematuhi ketentuan seperti menjalankan protokol kesehatan dan mendukung aparat dan relawan negara dalam menangani pandemi Covid-19 ini (<https://setkab.go.id> diunduh pada tanggal 25 Juli 2021).



Gambar 1.3 Penurunan Aktivitas Masyarakat di Tempat Umum
 Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> diunduh pada tanggal 25 Juli 2021

Gambar 1.3 menunjukkan penurunan aktivitas masyarakat ke luar rumah yang disebabkan oleh PPKM Darurat yang diberlakukan sejak tanggal 3 Juli 2021. Aktivitas di ruang terbuka publik menurun 12,6% dan transportasi publik menurun hingga 36%. Selain itu aktivitas di pusat perbelanjaan dan tempat wisata juga menurun 11,7% dan begitupun dengan aktivitas di tempat kerja yang juga menurun hingga 25% karena diberlakukannya WFH (*work from home*) atau berkerja dari rumah di beberapa sektor pekerjaan yang ditentukan oleh pemerintah. Hal tersebut didukung oleh peningkatan mobilitas di residensial atau perumahan yaitu 10,7% namun mobilitas masyarakat ke supermarket dan apotek meningkat 19%, hal ini dimungkinkan terjadi karena masyarakat lebih lagi dalam memperhatikan keperluannya saat dirumah saja dan membeli obat-obatan serta vitamin untuk menjaga kesehatan mereka agar terhindar dari virus Covid-19 varian Delta yang penyebarannya lebih cepat. Namun, masyarakat harus juga tetap disiplin menerapkan protokol kesehatan 3M yaitu menjaga jarak, memakai masker, dan mencuci tangan (<https://databoks.katadata.co.id> diunduh pada tanggal 25 Juli 2021).



Gambar 1. 4 Transaksi Digital Era Covid Terus Tumbuh

Sumber: <https://investor.id/market-and-corporate> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021

Dapat diperkirakan bahwa PPKM Darurat yang diberlakukan sejak tanggal 3 Juli 2020 akan meningkatkan *traffic* penggunaan internet sampai dengan 20% karena semakin banyaknya kegiatan yang dilakukan secara *online*. Data BPS (Badan Pusat Statistik) menyatakan bahwa pengguna internet pada tahun 2010 sebanyak 10,92% meningkat secara signifikan menjadi 43,52% pada tahun 2019. Gambar 1.4 menunjukkan bahwa PPKM Darurat ini semakin meningkatkan tren transaksi ekonomi digital karena masyarakat semakin berpikir bagaimana cara agar kebutuhan tetap terpenuhi walaupun dalam kondisi seperti ini. Berdasarkan data *Google* dan Kementerian Perdagangan menyatakan bahwa sejak awal mula pandemi bulan Maret 2020, konsumen digital meningkat hingga 37% sepanjang tahun 2020. Hal ini menyebabkan valuasi ekonomi digital Indonesia turut meningkat hingga lebih dari 40% pertahun sejak tahun 2015, bahkan penyedia layanan digital telah memroses transaksi mencapai US\$ 40 miliar pada pertengahan tahun 2020 (<https://www.suaramerdeka.com> diunduh pada tanggal 26 Juli 2021).

Hal tersebut juga diikuti dengan transaksi perbankan digital di Indonesia yang juga ikut melesat akibat dari meningkatnya kegiatan masyarakat untuk berbelanja secara daring. Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa transaksi perbankan digital pada bulan April 2021 meningkat 60,27% dari tahun sebelumnya hingga mencapai 572,8 juta transaksi. Begitupun juga nilai transaksi yang mencapai Rp 3.114,1 triliun atau melonjak 46,36%. Di tengah kondisi seperti ini, BI akan terus berusaha mendorong sistem digitalisasi ekonomi menuju keuangan yang lebih inklusif dan efisien. Selain itu, BI juga memperluas elektronifikasi pendistribusian bantuan sosial serta transaksi keuangan pemerintah daerah (<https://keuangan.kontan.co.id> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021).



Gambar 1. 5 Logo Bank Central Asia

Sumber: <https://www.pngfind.com> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021

Gambar 1.5 menunjukkan salah satu bank swasta terbesar dan telah dipercaya oleh jutaan masyarakat Indonesia, yaitu Bank Central Asia atau Bank BCA yang awal mulanya berasal dari nama NV Bank telah resmi berubah nama menjadi PT Bank Central Asia pada 21 Februari 1957, didirikan oleh Soedono Salim atau yang dikenal juga dengan Liem Sioe Liong dan menjadi bagian dari Salim Group, kini telah sepenuhnya menjadi milik Robert Budi Hartono dan Michael Bambang Hartono yang juga merupakan salah satu pemilik produsen

rokok di Indonesia yaitu Djarum (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021).

Pada tahun 1977, Bank BCA menjadi bank devisa karena telah melakukan penggabungan dengan bank lain yang salah satunya adalah Bank milik Yayasan Kesejahteraan Angkatan Bersenjata Republik Indonesia yaitu Bank Gemari. Pada tahun 1980-an, dengan senjata status bank devisanya, Bank BCA meminta izin kepada Bank Indonesia untuk meluncurkan kartu kredit yang akan diberlakukan secara internasional. Pada tahun yang sama, Bank BCA juga mengeluarkan Tabungan Hari Depan atau Tahapan BCA. Pengembangan terus dilakukan seperti memperluas sistem teknologi informasi, memperluas jaringan kantor cabang, memaksimalkan teknologi ATM, terus mengembangkan berbagai produk dan layanan dengan tujuan menjangkau lebih banyak masyarakat. Pada awal tahun 2000, BCA telah jauh lebih maju dengan mengembangkan sangat banyak sistem bisnis miliknya. Bank BCA pun terus melakukan pengembangan-pengembangan drastis seperti meluncurkan kartu prabayar Flazz, mobile banking, internet banking, serta penyaluran kredit rumah, mobil, dan sebagainya melalui anak perusahaan Bank BCA yaitu BCA Finance. Kini Bank BCA telah memiliki delapan anak perusahaan perbankan yang bergerak dalam berbagai macam sektor lainnya (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021).



Gambar 1. 6 Bank dengan Aset Terbesar di Indonesia
 Sumber: <https://mycity.co.id> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021

Gambar 1.6 menunjukkan Bank BCA menjadi nomor satu bank swasta dengan urutan ketiga terbesar dan terpercaya di Indonesia, namun hal ini tidak menghindari Bank BCA juga turut merasakan dampak dari pandemi Covid-19, misalnya seperti banyak kredit macet dan pastinya sangat merugikan pihak bank. Namun hal tersebut tidak membuat Bank BCA lengah, justru karena Bank BCA telah dipercaya oleh jutaan masyarakat, BCA harus turut andil untuk menyelamatkan perekonomian rakyat. Maka dari itu, Bank BCA terus berusaha agar kegiatan perekonomian masyarakat dapat terus berjalan secara normal di tengah PPKM yang sedang diterapkan oleh pemerintah demi kesembuhan bangsa ini. Kegiatan operasional Bank BCA yang memang harus tetap berjalan, namun Bank BCA terus menerapkan protokol kesehatan demi nasabah dan karyawan misalnya seperti *physical distancing*, melakukan pemeriksaan suhu

tubuh, serta memberlakukan *work from home* bergilir dan sebagainya (<https://www.cnbcindonesia.com> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021).



Gambar 1. 7 Banking From Home BCA

Sumber: <https://www.bca.co.id> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021

Sesuai dengan komitmen Bank BCA yaitu senantiasa di sisi nasabah dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, Bank BCA mendengar semakin tingginya kebutuhan nasabah untuk bertransaksi secara digital karena adanya PPKM ini. Seperti yang terlihat pada gambar 1.7, untuk itu Bank BCA melakukan kampanye #BankingFromHome dengan berusaha memaksimalkan layanan perbankan melalui berbagai *online channels* dengan tujuan memberikan kepuasan pada nasabah. Hal yang dilakukan oleh Bank BCA adalah meningkatkan limit transaksi harian, termasuk *mobile banking* melalui BCA Mobile dan *internet banking* melalui Klik BCA hingga Rp 500 juta yang dilengkapi dengan Key BCA untuk sebagai sistem keamanan untuk menjamin keamanan transaksi nasabah. Selain untuk melakukan transfer dalam jumlah besar dan membayar tagihan, nasabah juga dapat menikmati berbagai

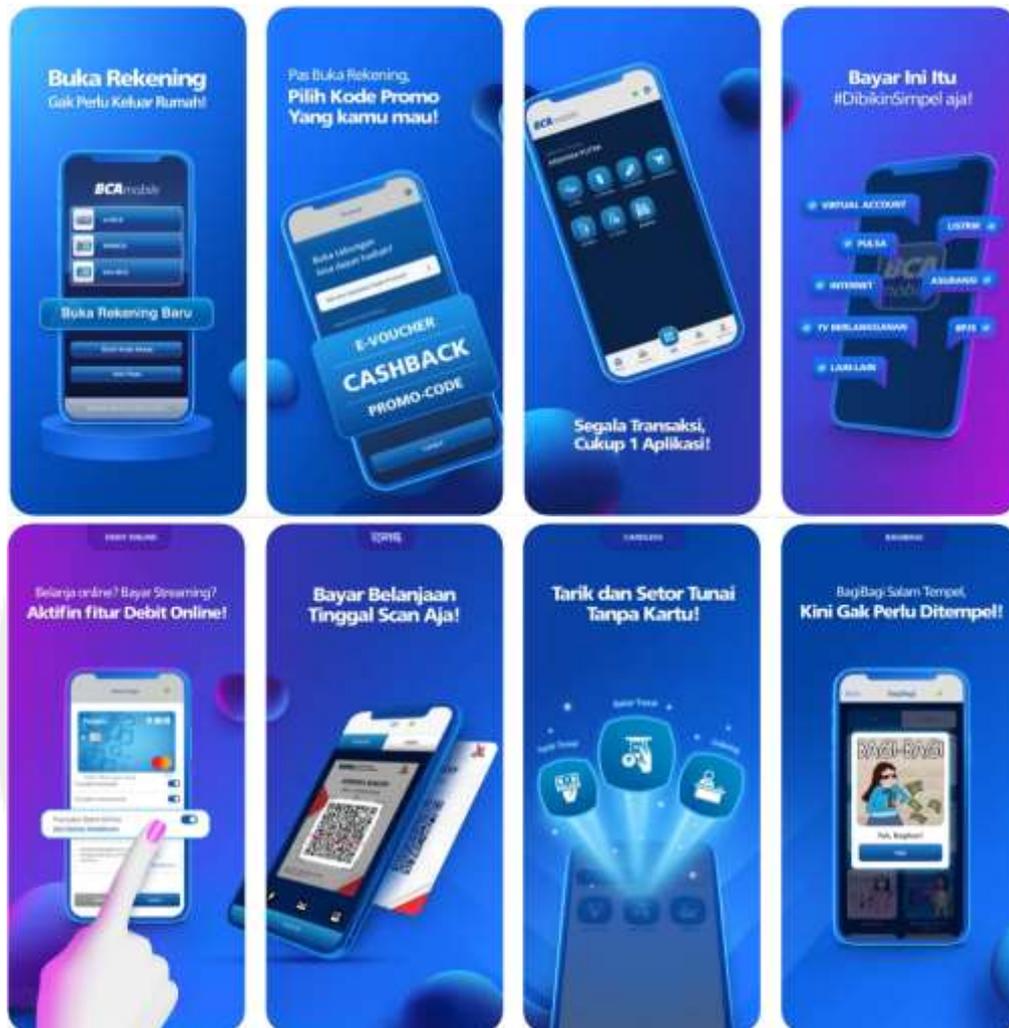
fitur misalnya seperti blokir kartu ATM, pembukaan rekening, melihat mutasi rekening hingga lima tahun terakhir, serta membeli produk investasi, dan semuanya itu dapat dilakukan secara *online* sehingga nasabah dapat melakukan transaksi digital dengan lebih mudah karena dapat dilakukan di manapun dan kapanpun. Kini nasabah dapat merasakan kemudahan bertransaksi hanya dalam satu genggam tanpa perlu pergi ke ATM maupun kantor cabang serta layanan Halo BCA yang siap melayani nasabah 24 jam (<https://www.theconomics.com> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021).



Gambar 1. 8 Bank dengan Performa Terbaik *Mobile Banking*
Sumber: <https://news.detik.com> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021

Gambar 1.8 menunjukkan bahwa performa aplikasi digital Bank BCA berada pada peringkat kedua dalam perbankan Indonesia sehingga penulis melihat terdapatnya kesinambungan dalam penelitian akademik tentang *customer satisfaction* atau kepuasan pelanggan dan *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penulis memasukkan beberapa variabel dalam penelitian ini seperti *product quality* atau kualitas produk, *service quality*

atau kualitas pelayanan, *environment quality* atau kualitas tampilan, dan *product assortment* atau keragaman produk dari BCA Mobile.



Gambar 1. 9 Aplikasi BCA Mobile

Sumber: <https://apps.apple.com> diunduh pada tanggal 31 Juli 2021

Product quality atau kualitas produk yaitu kekuatan suatu produk menunjukkan kemampuannya secara menyeluruh, baik dalam durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan reparasi produk (Kotler dan Armstrong, 2008). Kualitas produk dapat digunakan sebagai strategi yang mampu mengalahkan para pesaing. Produk yang ditawarkan oleh BCA Mobile

adalah produk aplikasi yang berkualitas baik, baik dari kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan aplikasi, dan aplikasi tidak mudah *error*.

Service quality atau bahwa kualitas layanan berhubungan dengan ukuran perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan serta ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2014). Layanan yang diberikan oleh BCA Mobile adalah layanan transfer secara *real time*, menampilkan data transaksi dengan akurat, serta memberikan keamanan data transaksi nasabah.

Environment quality atau kualitas tampilan merupakan segala hal yang dinilai dari pengelihatan, misalnya seperti warna, bentuk, model, dan lain-lain (Lovelock *et al.*, 2010). Seperti yang terlihat pada gambar 1.9, tampilan pada aplikasi BCA Mobile menggunakan warna biru yang nyaman dipandang dan tidak mencolok, penggunaan *icon* sesuai dengan fitur yang diberikan, serta tampilan aplikasi terlihat sederhana dan tidak rumit.

Product assortment atau keragaman produk merupakan keseluruhan produk yang ditawarkan penjual kepada konsumen (Kotler dan Keller, 2015). Gambar 1.9 menunjukkan bahwa BCA Mobile memiliki beragam fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa BCA Mobile menyediakan transaksi perbankan yang bervariasi seperti cek saldo, cek mutasi rekening, transfer, pembayaran tagihan, pembukaan rekening baru, dan lain-lain; menyediakan transaksi non-perbankan yang bervariasi seperti belanja harian, tiket pesawat/kereta, hotel, donasi, dan lain-lain; memiliki beragam fitur yang menarik seperti *cardless transaction*.

Customer satisfaction atau kepuasan konsumen yaitu perilaku dimana konsumen melakukan perbandingan kinerja layanan dengan harapan konsumen (Kotler dalam Indrata *et al.*, 2017). Sedangkan *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan yang juga bisa disebut sebagai kesetiaan pelanggan yaitu kemauan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu merek yang sama secara berulang (Tjiptono, 2011). *Customer loyalty* BCA Mobile akan tercipta dari *product quality*, *service quality*, *environment quality*, dan *product assortment* yang dirasakan oleh konsumen melalui *customer satisfaction*.

Dari latar belakang yang telah dituliskan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap aplikasi BCA Mobile karena aplikasi ini mengandung semua variabel yang akan diteliti dan juga karena penggunaan aplikasi BCA Mobile yang saat ini masih terus meningkat dan semakin dibutuhkan, terutama karena pandemi Covid-19 yang belum juga selesai, ditambah lagi dengan masih diterapkannya pembatasan mobilitas yang mengharuskan masyarakat mengurangi kegiatan di luar rumah dan memaksimalkan kegiatan di dalam rumah, termasuk transaksi digital.

Selain itu, penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh *research gap* seperti pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bei dan Chiao (2006) yang menyatakan bahwa *product quality* tidak signifikan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada industri perbankan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Agus *et al.* (2016) menunjukkan bahwa *product quality* signifikan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*). *Research gap* juga ada antara penelitian Bei dan Chiao (2006) yang

menyatakan bahwa *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada industri SPBU, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani *et al.* (2012) yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada restoran.

Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian ini dalam rangka mengetahui pengaruh dari *product quality*, *service quality*, *environment quality*, dan *product assortment* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada aplikasi BCA Mobile.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian tentang aplikasi BCA Mobile ini dilakukan dengan tujuan utamanya yaitu pengaruh dari *product quality*, *service quality*, *environment quality*, dan *product assortment* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada aplikasi BCA Mobile. Pada penelitian ini, pengumpulan data serta informasi hanya terbatas pada konsumen pria dan wanita khusus berdomisili di Surabaya dan berusia 18-60 tahun yang dimana usia tersebut adalah masa dewasa dini (Kotler dan Armstrong, 2010) dan pernah melakukan transaksi dital melalui BCA Mobile minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka penulis menggunakan rumusan masalah sebagai berikut.

- 1) Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile?
- 2) Apakah *product quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile?
- 3) Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile?
- 4) Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile?
- 5) Apakah *environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile?
- 6) Apakah *environment quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile?
- 7) Apakah *product assortment* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile?
- 8) Apakah *product assortment* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile?
- 9) Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meneliti secara mendalam tentang *customer satisfaction* serta *customer loyalty* aplikasi BCA Mobile. Selain itu, adapun tujuan yang lebih spesifik dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

- 1) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile.
- 2) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product quality* terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile.
- 3) Meneliti dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile.
- 4) Meneliti dan menganalisa pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile.
- 5) Meneliti dan menganalisa pengaruh *environment quality* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile.
- 6) Meneliti dan menganalisa pengaruh *environment quality* terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile.
- 7) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product assortment* terhadap *customer satisfaction* pada nasabah BCA Mobile.
- 8) Meneliti dan menganalisa pengaruh *product assortment* terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile.
- 9) Meneliti dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada nasabah BCA Mobile.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari *product quality*, *service quality*, *environment quality*, dan *product assortment* terhadap variabel terkait yang terdiri dari *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Manfaat lainnya yaitu penelitian ini diharapkan akan berguna sebagai sumber informasi, pengetahuan, pedoman bagi pembaca bahkan penelitian di masa depan, khususnya dengan permasalahan yang sama ataupun dalam objek yang berbeda.

1.5.2 Manfaat Praktis

Selain dari manfaat di atas, penulis juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat juga bagi pihak Bank Central Asia itu sendiri, dapat digunakan sebagai acuan untuk mempertahankan maupun meningkatkan *product quality*, *service quality*, *environment quality*, dan *product assortment* dalam rangka menghasilkan *customer satisfaction* dan *customer loyalty* yang lebih baik lagi.

1.6 Sistematika Penelitian

Dalam rangka memudahkan pembaca dalam urutan pembahasan, penyusunan penelitian ini akan dilakukan secara sistematika sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab yang pertama ini, akan dimulai dengan menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, lalu rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Selanjutnya, pada bab yang kedua ini, penulis menyertakan beberapa teori ataupun jurnal yang digunakan sebagai dasar teori, penelitian terdahulu yang sejenis, dan juga ada pembentukan hipotesis menjadi kerangka utama dalam melakukan analisis, serta memberikan kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab yang ketiga, penulis akan membahas detail tentang metodologi penelitian yang digunakan seperti jenis penelitian, populasi penelitian, sampel dan teknik pengambilannya, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, instrument penelitian, metode pengumpulan data serta yang terakhir adalah metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data, meliputi statistik deskriptif, karakteristik responden, tanggapan responden, pengujian data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data.

BAB V: KESIMPULAN

Pada bagian akhir dijelaskan kesimpulan dari temuan, keterbatasan penelitian, implikasi, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.