

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Headline pada salah satu berita yang ditulis pada halaman elektronik <https://m.tempo.co/> pada 2 Maret 2016 berbunyi demikian “Industri Kreatif Sumbang Rp 642 Triliun dari Total PDB RI”. Ekonomi kreatif dinyatakan berkontribusi nyata terhadap perekonomian Indonesia. Bahkan sekarang banyak negara fokus pada perkembangan ekonomi kreatif di negara mereka masing-masing.

Indonesia dengan potensi kekayaan yang sangat besar baik potensi sumberdaya alam, keragaman budaya, maupun sumberdaya manusia, perlu mengedepankan kreativitas dan inovasi dalam pembangunan nasional untuk mengoptimalkan berbagai potensi kekayaan yang dimilikinya. Ekonomi kreatif yang berbasis kepada modal kreativitas sumberdaya manusia, berpeluang mendorong daya saing bangsa Indonesia di masa depan. Jika sumberdaya manusia Indonesia yang jumlahnya sangat besar memiliki kemampuan untuk berkreasi untuk menciptakan inovasi dan nilai tambah, maka kreativitas tersebut akan menjadi sumberdaya terbarukan yang tidak ada habisnya. Kreativitas akan mendorong dihasilkannya produk-produk manufaktur dan jasa yang inovatif dan bernilai tambah tinggi sehingga kelak Indonesia tidak akan lagi bergantung pada ekspor bahan mentah, tetapi juga akan mampu mengeksport produk yang bernilai tambah tinggi. Kreativitas dan inovasi juga akan menjadikan warisan budaya dan kearifan lokal berkontribusi besar tidak hanya bagi perekonomian nasional namun juga bagi peningkatan citra bangsa Indonesia di mata dunia internasional.

Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang sub-sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor, yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Sektor musik telah ditetapkan sebagai Sektor Prioritas oleh Badan Ekonomi Kreatif RI, yaitu badan negara yang mengurus pengembangan industri musik. Industri musik menyumbang Rp5,237 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sepanjang 2013 dengan jumlah usaha dan serapan tenaga kerja yang terus meningkat (sumber: <http://www.antaranews.com/berita/447102/industri-musik-hasilkan-rp5237-triliun-untuk-pdb>). Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu (2013), kontribusi sektor musik terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) dalam tiga tahun terakhir mengalami pertumbuhan signifikan. Pada tahun 2010, kontribusi sektor tersebut terhadap PDB nominal sebesar Rp3,9triliun, naik menjadi Rp5,2 triliun pada 2013 atau meningkat rata-rata 11 persen per tahun. Oleh sebab itu, industri musik tidak boleh dipandang sebelah mata karena merupakan salah satu sub-sektor dalam ekonomi kreatif yang cukup memberi andil besar dan ternyata memiliki peran yang cukup signifikan bagi perekonomian nasional dan memiliki efek berganda bagi aktivitas perekonomian lainnya.

Efek ganda industri musik ini dapat dikatakan besar dan dihasilkan melalui penyelenggaraan pagelaran, festival, dan *merchandise*. Pada dasarnya, *output* dari seluruh rangkaian proses kreatif dalam industri musik adalah konten musik, atau lagu. Namun hingga saat ini, konser musik masih menjadi media promosi yang sangat diminati oleh para musisi dan pelaku industri musik. Konser merupakan salah satu sumber pendapatan bagi musisi dan kebanyakan pelaku industri musik. Perkembangan ini membuat industri musik menjadi suatu hal yang sangat menguntungkan dan menjanjikan, tidak hanya bagi para musisi tetapi juga bagi para penyelenggara *event* musik. Pelaku bisnis industri musik mengembangkan bisnis musik dengan menciptakan lahan baru yang dapat mendatangkan keuntungan besar bagi para musisi, salah satunya adalah pertunjukkan langsung atau *live concert*. Berdasarkan fakta bahwa penyelenggaraan *event* musik merupakan salah satu penyumbang keuntungan terbesar dalam industri musik, tidak sedikit pelaku bisnis industri musik yang mulai melirik peluang menjadi promotor atau penyelenggara *event* musik. Orang-orang bahkan rela menginap dengan menggunakan *sleeping bag* hanya untuk mendapatkan kursi konser yang

depan demi melihat idolanya. Inilah industri budaya yang sangat kental akan kepuasan manusia.

Musik jazz tergolong *genre* musik yang cukup populer dan digandrungi banyak kalangan, terutama anak muda. Beberapa pertunjukan jazz sering diadakan di kampus-kampus di Indonesia, saat ini sangat gampang mendengar lagu-lagu dengan *genre* jazz diputar di tempat nongkrong seperti kafe-kafe yang mayoritas tempat kumpulnya anak muda. Komunitas jazz pun berkembang di berbagai kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan Denpasar. Idang Rasjidi seorang musisi jazz senior yang terakhir mengeluarkan album studio pada 2005 mengapresiasi perkembangan jazz di Indonesia. Menurutnya sejak 15 tahun terakhir dunia jazz Indonesia sudah hebat sekali, terlebih saat ini sudah banyak anak muda yang bagus kualitasnya sehingga hal tersebut yang membuat industri musik jazz semakin cerah. Buktinya, banyak musisi jazz yang saat ini menjadi penyanyi favorit masyarakat seperti Raisa, Tompi, Citra Scholastika, Sandhy Sando, dan Indra Lesmana.

Pertunjukan musik jazz di Indonesia sangat sering diadakan di beberapa kota di Indonesia, sebut saja Prambanan Jazz International Music Festival 2015. Beberapa acara pertunjukan jazz tersebar di berbagai kota di Indonesia, seperti Jazz Market by the Sea Tanjung Benoa, Bali, Maratua Jazz & Dive Fiesta Kabupaten Berau, Kalimantan Timur, NgayogJazz, Sleman Jogja.

Selain itu, ada Jazz Goes To Campus (JGTC) yang merupakan rangkaian acara tahunan bertema musik jazz yang diprakarsai oleh Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi UI. Kegiatan ini berlangsung sejak tahun 1978, satu tahun setelah dimulainya festival jazz tertua di dunia, North Sea Jazz Festival, dan diklaim sebagai festival jazz tertua di Indonesia. Bersama dengan Jakarta International Java Jazz Festival, Jazz Goes to Campus menjadi tolak ukur industri musik Jazz di Indonesia.

Java Jazz Festival mulai menarik musisi dunia untuk datang ke Indonesia. Acara jazz terbesar tahunan yang digelar di Jakarta berhasil mendatangkan beberapa musisi dunia seperti Christina Perri, Jessi J, Chris Botti, Chaka Khan, dan Kenny Lattimore. Festival yang rutin diadakan tiap bulan maret ini diakui sebagai salah satu festival jazz terbesar di dunia. Pada tahun 2013, *YouTube*

menempatkan Java Jazz diperingkat keempat *live streaming* yang paling banyak ditonton.

Beberapa tahun terakhir, pertunjukan jazz mulai ramai diadakan di beberapa tempat spesial dan tak biasa. Kehadiran *event* Jazz Gunung membawa warna baru dalam industri musik jazz Indonesia. Sesuai dengan namanya, konsep pertunjukan jazz ini terbilang unik. Jazz Gunung yang sesuai dengan namanya yaitu diadakan di gunung adalah pagelaran musik jazz yang digagas oleh Butet Kertaredjasa, Djaduk Ferianto, dan Sigit Pramono. Mereka dengan sengaja mengambil keindahan Gunung Bromo - Jawa Timur sebagai background panggung Jazz Gunung. Ketiganya paham betul ranah nusantara memiliki keunggulan alam dan seni budaya pertunjukan yang luar biasa. Mereka bertiga memiliki visi untuk meningkatkan apresiasi musik jazz etnik. Ketiganya sukses menjadikan jazz gunung sebagai satu festival seni budaya andalan pariwisata Indonesia di dunia internasional. Jazz Gunung dihadirkan untuk mengenalkan Musik Jazz dalam kearifan masyarakat lokal sekaligus memasarkan potensi wisata Indonesia di mata dunia, khususnya keindahan panorama Gunung Bromo di Jawa Timur. Walaupun bertempat di Pegunungan Bromo di Jawa Timur, bukan berarti *event* ini tidak kaya akan musisi Jazz yang main di *event* ini. Nama seperti Rieka Roeslan, Endah&Rhesa, Raisa, Andien, dan Tulus pernah berpartisipasi di acara Ini.

Festival jazz bertaraf internasional ini mampu mengubah Gunung Bromo yang tadinya cuma sekadar destinasi wisata menjadi gunung yang jazzy. Sejak digelar sembilan tahun lalu, Jazz Gunung Bromo dicatat sebagai festival jazz terindah dengan sejuknya aroma jazz khas pegunungan. Jazz Gunung menghadirkan perubahan dalam menikmati suguhan konser musik jazz. Kalau biasanya para penikmat jazz mendengarkan musik jazz di club, kafe, atau festival, di Jazz Gunung musik ini dibalut keindahan panorama alam. Ini satu-satunya acara musik di Indonesia yang digelar di kawasan pegunungan. Daftar musisi yang ditampilkan pun selalu menarik penikmat jazz di seantero negeri. Tidak heran Jazz Gunung selalu kehabisan kursi kosong selama diselenggarakan delapan tahun belakangan ini.

Walaupun Jazz Gunung ini memiliki daya tarik untuk penggemar musik jazz, akan tetapi jika ingin terus bertahan dan menarik semakin banyak lagi orang untuk datang dan menonton *event* Jazz Gunung, maka pihak penyelenggara *event* perlu meningkatkan *revisit intention* dari penonton *event*. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi *revisit intention* penonton *event* Jazz Gunung. Dalam penelitian ini, adapun faktor-faktor yang diteliti yaitu, *social benefits*, *social cost*, *access quality*, *venue quality*, *event quality*, dan *satisfaction* di dalam mempengaruhi *revisit intention*.

*Revisit intention* menurut Fishbein & Ajzen (1975), berarti kemauan wisatawan untuk mengunjungi kembali tempat tujuan yang sama dan adalah konstruksi intervensi antara sikap dan perilaku. Selain itu, *revisit intention* yang merupakan bentuk dari loyalitas memang paling sering didefinisikan oleh niat perilaku (Mason & Paggiaro, 2012), yang mencakup niat untuk meninjau kembali festival (Choo et al., 2016) dan merekomendasikannya kepada orang lain (Croes & Lee, 2015). Jazz Gunung memiliki *track record* jumlah penonton yang mencapai dua ribu (2.000) orang sesuai dengan kapasitas *venue* yang sudah disiapkan.

Kepuasan didefinisikan sebagai respons terhadap proses evaluasi (Oliver, 1980; Fornell, 1992). Oliver, Rust dan Varki (1997) menguraikan kepuasan pelanggan sebagai respon pemenuhan yang menyenangkan terhadap manfaat, layanan, keuntungan atau penghargaan yang baik. Kepuasan pelanggan dinyatakan sebagai ringkasan keadaan psikologis yang timbul segera dari pengalaman konsumsi (Oliver et al., 1997). Tiket dan paket akomodasi *event* Jazz Gunung sudah habis terjual pertanggal 12 Agustus 2017, yang membuktikan bahwa antusiasme dari penggemar jazz terhadap *event* ini sangat tinggi.

Adapun secara keseluruhan variabel-variabel yang mempengaruhi *satisfaction* terbagi menjadi dua bagian yaitu *social impacts* (Yuruk et al., 2017) dan *service quality* (Tzetzis et al., 2014). Di dalam penelitian ini *social impacts* dibagi menjadi dua yaitu: *social benefits* dan *social cost* (Yuruk et al., 2017). Selanjutnya, *service quality* terbagi menjadi tiga yaitu: *access quality*, *venue quality*, dan *event quality* (Tzetzis et al., 2014).

Untuk mencapai *satisfaction* dari penonton Jazz Gunung, penyelenggara perlu memperhatikan *social impacts* yang dirasakan oleh komunitas pecinta jazz yang hadir di *event* Jazz Gunung. Menjelajahi dampak sosial dari sebuah *event* mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar pada masyarakat (Kim, Jun, Walker, & Drane, 2015). Dampak sosial didefinisikan sebagai cara dimana dampak wisata dan perjalanan berubah secara kolektif dan sistem nilai individu, pola perilaku, struktur komunitas, gaya hidup dan kualitas hidup (Balduck, Maes, & Buelens, 2011). Untuk memperoleh dukungan sepenuhnya dari masyarakat, penyelenggara acara harus lebih memahami bagaimana masyarakat merasakan dampak positif dan negatif yang diberikan oleh acara tersebut (Kim & Morrision, 2005; Kim & Walker, 2012; Park, 2009; Prayag, Hosany, Nunkoo, & Alders, 2013). Delamere dan Hinch (1994) menemukan manfaat sosial seperti menciptakan kebanggaan sosial, mempromosikan interaksi sosial, memfasilitasi asosiasi / berbagi gagasan, dan menciptakan identitas sosial dan kesejahteraan. Delamere dan Hinch (1994) menemukan *social cost* termasuk sistem yang *overload*, gangguan untuk warga, ketidaknyamanan fisik atau penggunaan fasilitas yang berlebihan, dan dampak untuk masyarakat. Oleh sebab itu, dengan diadakannya *event* Jazz Gunung ini apakah membawa dampak positif untuk penggemar musik jazz yang hadir atau malah dengan adanya *event* tersebut pengunjung yang hadir malah mengalami kesulitan atau ketidaknyamanan. *Event* Jazz Gunung pastinya membuka wawasan dan memberikan suasana baru dalam menikmati musik jazz bagi penggemarnya karena suasana pegunungan yang indah disertai dengan dinginnya hawa pegunungan. Akan tetapi sisi lainnya adalah dengan membludaknya penonton Jazz Gunung, otomatis aktivitas di kawasan wisata Gunung Bromo meningkat pula sehingga dapat menimbulkan ketidaknyamanan misalnya saja dengan meningkatnya arus kendaraan di kawasan Gunung Bromo.

*Service quality* juga merupakan faktor penting yang menentukan kepuasan seseorang terhadap sebuah *event*. Di industri manufaktur dan jasa, peningkatan kualitas merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan keinginan membeli konsumen (Oliver, 1980). Beberapa ilmuwan sepakat bahwa kualitas sangat penting untuk kepuasan konsumen (Omar dan Schiffman, 1995; Gremler et al., 2001; dan Radwin, 2000). Banyak definisi *service quality* dari

dimensi yang berbeda-beda, seperti kualitas teknis dan kualitas fungsional (Groenroos, 1984), kualitas proses dan kualitas hasil (Lehtinen dan Lehtinen, 1983); *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* (Parasuraman et al., 1994); Kualitas fisik, kualitas interaktif dan kualitas perusahaan (Lehtinen dan Lehtinen, 1991); Produk layanan, layanan pengiriman dan lingkungan pelayanan (Rust and Oliver, 1994); Aspek fisik, reliabilitas dan interaksi pribadi (Dabohlkar et al., 1996); Kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil (Brady dan Cronin, 2001); Lingkungan pelayanan, kualitas interaksi, empati, reliabilitas, kepuasan pelanggan, niat pembelian dan *tangibles*, kesopanan, reliabilitas, pemahaman pelanggan, dan kepastian (Karatepe et al., 2005). Dimensi yang digunakan untuk penelitian ini sekaligus yang menjadi variabel adalah *access quality, venue quality, dan event quality* (Shonk dan Chelladurai, 2008). Lokasi acara berada di ketinggian 2.000 meter di atas permukaan laut yang tentu saja sangat jauh dari perkotaan. Pemilihan *venue* Jazz Gunung yaitu berbentuk amfiteater terbuka di Jiwa Jawa Resort Bromo, Desa Wonotoro, Kecamatan Sukapura, Kabupaten Probolinggo, dengan latar belakang keindahan pegunungan Tengger merupakan panggung spektakuler. Konsep panggung adalah mendekatkan penikmat jazz dengan alam. Dari segi dekorasi, dekorasi tahun ini pun tidak jauh berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Segala instalasi seni terbentuk dari bambu yang merupakan karya seniman Jogja akan dipajang sebagai pemanis mata. Tempat duduk penonton juga masih menampung jumlah penonton yang tidak jauh berbeda dari tahun lalu, yaitu sekitar 2.000 penonton. Untuk pengisi acara tidak perlu diragukan karena musisi yang didatangkan merupakan musisi jazz nasional maupun internasional. Dokumentasi acara Jazz Gunung seperti terlihat pada gambar 1.1.



**Gambar 1.1: Dokumentasi event Jazz Gunung**

Sumber: (<http://www.thecolourofindonesia.com>)

Penelitian ini dilakukan berdasarkan *research gap*. Dalam kasus *Kirkpinar Oil Wrestling Festival*, *community benefits* dan masalah sumber daya masyarakat tidak mempengaruhi kepuasan peserta (Yuruk et al., 2017). Akan tetapi Fredline dan Faulkner (2000) menyelidiki dampak *events* pada sebuah komunitas di Australia dan menemukan bahwa masyarakat diuntungkan secara menyeluruh, termasuk kebanggaan, semangat komunitas, peluang bisnis dan perdagangan yang meningkat, dan tingkat layanan yang lebih tinggi, dan dampak negatif jangka pendek, terutama yang termasuk masalah fisik seperti kebisingan, kepadatan penduduk, kemacetan lalu lintas, dan gangguan pada gaya hidup tidak berdampak pada peserta.

Sebagai salah satu *event* musik jazz yang tengah naik daun dan bisa bertahan sampai pada tahun ke-10, sangat penting bagi penyelenggara Jazz Gunung untuk meningkatkan *revisit intention* dari penontonnya yang nantinya akan berujung pada kedatangan kembali pada *event* yang sama di masa mendatang. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat pengaruh dari variable *social benefits*, *social cost*, *access quality*, *venue quality* dan *event quality*



terhadap *revisit intention* dan pengaruh variabel *satisfaction* sebagai variabel intervening di dalam mempengaruhi *revisit intention*.

## 1.2 Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *social benefits*, *social cost*, *access quality*, *venue quality*, dan *event quality* yang mempengaruhi *revisit intention* pada *event Jazz Gunung Bromo* di Jawa Timur.
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuisioner kepada objek yang diteliti.
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut: responden yang berdomisili di seluruh Indonesia, responden yang pernah menonton *event Jazz Gunung*. Baik pria maupun wanita, dari umur 18-60 tahun (Kotler & Armstrong, 2010).
4. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan alat bantu *software AMOS (SEM)* versi 22.0.

## 1.3 Rumusan Masalah

Adapun masalah dalam penelitian ini adalah “Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi *revisit intention* terhadap *event Jazz Gunung Bromo* di Jawa Timur selanjutnya untuk menjawab pertanyaan pada penelitian tersebut akan digunakan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Social Benefits* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* penonton pada *event Jazz Gunung Bromo* di Jawa Timur?
2. Apakah *Social Cost* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* penonton pada *event Jazz Gunung Bromo* di Jawa Timur?
3. Apakah *Access Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Satisfaction* penonton pada *event Jazz Gunung Bromo* di Jawa Timur?
4. Apakah *Venue Quality* signifikan terhadap *Satisfaction* penonton pada *event Jazz Gunung Bromo* di Jawa Timur?
5. Apakah *Event Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* penonton pada *event Jazz Gunung Bromo* di Jawa Timur?

6. Apakah *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Revisit Intention* penonton pada *event* Jazz Gunung Bromo di Jawa Timur?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *social benefits* terhadap *satisfaction* penonton pada *event* Jazz Gunung Bromo di Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *social cost* terhadap *satisfaction* penonton pada *event* Jazz Gunung Bromo di Jawa Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *access quality* terhadap *satisfaction* penonton pada *event* Jazz Gunung Bromo di Jawa Timur.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *venue quality* terhadap *satisfaction* penonton pada *event* Jazz Gunung Bromo di Jawa Timur.
5. Untuk mengetahui pengaruh dari *event quality* terhadap *satisfaction* penonton pada *event* Jazz Gunung Bromo di Jawa Timur.
6. Untuk mengetahui pengaruh dari *satisfaction* terhadap *revisit intention* penonton pada *event* Jazz Gunung Bromo di Jawa Timur.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan pemasaran yang ada khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *revisit intention* yaitu *social benefits*, *social cost*, *access quality*, *venue quality*, *event quality*, dan *satisfaction* dalam mempengaruhi *revisit intention* serta bagaimana masing-masing teori mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Selain itu hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Penyelenggara *event* yang terkait dengan penelitian ini yaitu *event* Jazz Gunung, agar bisa menjadikan penelitian ini sebagai salah satu sumber data untuk mengembangkan *revisit intention* bagi penonton *event* Jazz Gunung kedepannya agar lebih banyak lagi peminatnya.
2. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi pihak penyelenggara *event* Jazz Gunung dalam pengambilan keputusan guna menentukan kebijakan terkait pelaksanaan *event* Jazz Gunung pada masa-masa mendatang dengan memperhatikan *Social Impacts* dan *Service Quality* dari *event* Jazz Gunung agar penontonnya bisa selalu setia untuk menghadiri *event* ini di masa-masa mendatang.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang ulasan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : Tujuan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Bab ini berisi tentang uraian dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

#### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan pengukuran variabel juga metode analisis data.