

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Awal tahun 2020 di Indonesia dibuka dengan mewabahnya virus corona, yaitu tepatnya pada bulan Maret tahun 2020. Pandemi dari virus corona ini yang kemudian dikenal sebagai Covid-19 memberikan dampak terhadap seluruh sektor termasuk pasar modal Indonesia. Pasar modal mengalami penurunan pertumbuhan. Pada bulan Maret tahun 2020, IHSG mengalami penurunan hingga 37%. Penurunan tersebut terjadi setelah Presiden mengakui terdapat kasus pertama Covid-19 (<https://finance.detik.com/> diunduh 2 Maret 2021).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pasar modal Indonesia dalam kondisi yang kurang baik. Dilain sisi, Menurut Otoritas Jasa Keuangan, jumlah investor pasar modal pada masa pandemi Covid-19 justru mengalami peningkatan. Pada bulan Juli tahun 2020 investor pasar modal sebesar 3,02 juta atau tumbuh lebih dari 3 kali lipat dari tahun 2016 (<https://www.bareksa.com/> diunduh 2 Maret 2021). Pada bulan Desember tahun 2020, jumlah investor kembali mengalami peningkatan hingga mencapai 3,87 juta atau mengalami peningkatan 56% dari jumlah investor di tahun 2019 (<https://market.bisnis.com/> diunduh 2 Maret 2021).

Kondisi pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia justru mendorong masyarakat untuk mengelola uangnya dalam bentuk investasi di pasar modal. Hal ini didukung dengan sarana infrastruktur yang disediakan oleh pemerintah selama pandemi Covid-19 yang gencar membangun platform teknologi

finansial. Direktur Utama KSEI mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan jumlah investor adalah adanya dukungan proses digitalisasi pasar modal Indonesia (<https://market.bisnis.com/> diunduh 2 Maret 2021). Salah satu bentuk digitalisasi yang berperan untuk peningkatan jumlah investor ini adalah proses pembukaan rekening investasi yang dapat dilakukan secara digital.

Platform teknologi finansial atau *fintech* ini memudahkan masyarakat untuk dapat membuka rekening investasi dari mana saja, termasuk dari rumah. Sebagaimana diketahui bahwa pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk membatasi aktivitas di luar rumah, sehingga memiliki banyak waktu untuk melakukan investasi pasar modal secara digital menggunakan platform *fintech*. Masyarakat yang menjadi investor baru di masa pandemi Covid-19 cenderung didominasi oleh investor yang berusia kurang dari 30 tahun yaitu sebesar 54,8%. Apabila ditambah dengan investor baru dengan usia 30 hingga 40 tahun mencapai 70% dari total investor baru pasar modal (<https://www.liputan6.com/> diunduh 2 Maret 2021).

Pertumbuhan investor pasar modal selama tahun 2020 ini juga memberikan dampak terhadap perusahaan sekuritas. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perusahaan sekuritas merupakan perusahaan yang memberikan layanan sebagai perantara pedagang efek atau sekuritas dan kegiatan layanan lain yang berkaitan dengan jual beli sekuritas dalam pasar modal. Perusahaan sekuritas dalam menyediakan layanan tersebut juga telah mendapatkan izin resmi juga dari OJK (<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/> diunduh 2 Maret 2021).

Selama pandemi Covid-19, terdapat beberapa perusahaan sekuritas yang terlihat aktif dalam pasar modal. Bursa Efek Indonesia mencatat bahwa terdapat 10 besar perusahaan sekuritas yang menunjukkan transaksi sekuritas tertinggi selama periode bulan Mei tahun 2020. Perusahaan yang dimaksud adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Perusahaan Sekuritas dengan Transaksi Tertinggi periode Mei 2020

No	Perusahaan Sekuritas	Asal	Nilai Transaksi (Rp triliun)
1	Mirae Asset Sekuritas Indonesia	Korea Selatan	5,82
2	Mandiri Sekuritas	Indonesia	4,17
3	Credit Suisse Sekuritas Indonesia	Swiss	4,06
4	Maybank Kim Eng Sekuritas	Malaysia	3,51
5	Macquarie Sekuritas Indonesia	Australia	3,16
6	J.P. Morgan Sekuritas Indonesia	Amerika	3,07
7	UBS Sekuritas Indonesia	Swiss	2,99
8	CLSA Sekuritas Indonesia	Hong Kong	2,97
9	Indo Premier Sekuritas	Indonesia	2,66
10	CGS-CIMB Sekuritas Indonesia	China	2,45

Sumber: <https://market.bisnis.com/> diunduh 2 Maret 2021.

Memperhatikan Tabel 1.1 diketahui bahwa perusahaan sekuritas dengan nilai transaksi tertinggi terdapat pada Mirae Asset Sekuritas Indonesia dengan nilai transaksi mencapai Rp 5,82 triliun. Perusahaan sekuritas berikutnya yang memiliki nilai transaksi tertinggi adalah Mandiri Sekuritas dengan nilai Rp 4,17 triliun. Perusahaan berikutnya adalah Credit Suisse Sekuritas Indonesia dengan nilai transaksi sebesar Rp 4,06 triliun. Secara keseluruhan, apabila memperhatikan kepemilikan perusahaan sekuritas yang terdapat di 10 perusahaan di Tabel 1.1, diketahui bahwa hanya terdapat 2 perusahaan sekuritas Indonesia, yaitu Mandiri

Sekuritas dan Indo Premier Sekuritas. Mandiri Sekuritas menjadi perusahaan sekuritas dalam negeri yang mampu bersaing dalam memberikan pelayanan jual beli saham dengan kinerja transaksi paling baik bila dibandingkan dengan perusahaan sekuritas dalam negeri lain. Mandiri Sekuritas juga berada pada posisi kedua dengan nilai transaksi terbesar dibawah perusahaan sekuritas dari Korea Selatan yaitu Mirae Asset Sekuritas Indonesia. Apabila dibandingkan dengan perusahaan sekuritas nasional, Mandiri Sekuritas menjadi perusahaan sekuritas yang memiliki nilai transaksi tertinggi dibandingkan Indo Premier Sekuritas.

Mandiri Sekuritas merupakan perusahaan sekuritas yang menawarkan layanan sebagai perantara pedagang efek dan penjamin emisi efek sejak tahun 2000. Mandiri Sekuritas sendiri merupakan bagian dari PT Bank Mandiri, yang merupakan Bank BUMN. Hingga saat ini Mandiri Sekuritas telah memiliki lebih dari 40 kantor layanan yang tersebar di Indonesia.

Kantor layanan Mandiri Sekuritas memiliki cakupan dari Sumatera hingga Sulawesi. Diantara kota besar yang ada di wilayah tersebut, terdapat dua kota yang memiliki kantor layanan Mandiri Sekuritas dengan jumlah yang besar. Pertama adalah DKI Jakarta dengan jumlah 13 kantor layanan, kemudian Kota Surabaya dengan 4 kantor layanan (<https://sekuritas.co.id/> diunduh 2 Maret 2021).

Mandiri Sekuritas juga telah memiliki perusahaan untuk pasar global dengan nama Mandiri Securities Singapore pada tahun 2017 (<https://www.mandirisekuritas.co.id/> diunduh 3 Maret 2021). Melalui Mandiri Securities Singapore, Mandiri Sekuritas dapat menyelesaikan 16 penerbitan global bond dari Pemerintah Republik Indonesia, Pertamina, PLN, Medco, Bumi Serpong

Damai, dan Indika Energy. Mandiri Sekuritas pada tahun 2020, menguasai pangsa pasar global bond sebesar 10% dengan nilai porsi penjaminan sebesar Rp 33,4 triliun (<https://market.bisnis.com/> diunduh 19 Maret 2021). Kondisi demikian menunjukkan bahwa Mandiri Sekuritas merupakan salah satu perusahaan sekuritas yang memiliki kapabilitas layanan sekuritas untuk pasar luar negeri.

Pada kuartal III tahun 2020, pertumbuhan jumlah nasabah Mandiri Sekuritas meningkat hingga 50% bila dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2019. Nilai transaksi harian nasabah Mandiri Sekuritas juga mengalami peningkatan hingga 70% bila dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2019 (<https://market.bisnis.com/> diunduh 3 Maret 2021). Kondisi demikian menunjukkan tinggi niat nasabah untuk melakukan pembelian ulang saham melalui layanan dari Mandiri Sekuritas.

Mandiri Sekuritas menyediakan layanan sekuritas kepada masyarakat menggunakan website <https://www.most.co.id/>, yaitu merupakan website yang dapat mendukung masyarakat untuk mudah dalam membuka rekening investasi dan melakukan transaksi sekuritas secara digital. Jumlah *traffic* kunjungan website <https://www.most.co.id/> selama pandemi Covid-19 mengalami peningkatan hingga 70% dan lebih dari 95% nasabah dari Mandiri Sekuritas melakukan transaksi melalui website <https://www.most.co.id/> (<https://market.bisnis.com/> diunduh 3 Maret 2021).

Website <https://www.most.co.id/> yang ditawarkan oleh Mandiri Sekuritas dalam memberikan layanan memiliki beberapa kelebihan, yaitu aman, nasabah memperoleh informasi pasar modal secara *real time*, memperoleh training pasar

modal secara gratis, platform yang beragam, baik website, aplikasi untuk laptop dan *smartphone*, hingga memperoleh *daily trading ideas* dari pakar (<https://sekuritas.co.id/> diunduh 3 Maret 2021). Mengacu pada keunggulan tersebut, dapat dijelaskan bahwa penyediaan layanan jual beli sekuritas dalam pasar modal belum banyak diketahui oleh masyarakat, sehingga layanan dalam bentuk konsultasi seperti *training* gratis tentang pasar modal dan *daily trading ideas* bagi nasabah baru menjadi perihal penting untuk dapat memberikan kepercayaan dan minat untuk melakukan investasi kembali ke Mandiri Sekuritas.

Berkaitan dengan layanan konsultasi dari Mandiri Sekuritas mengenai pasar modal, maka intensitas dalam interaksi yang terjalin antara nasabah dengan pihak Mandiri Sekuritas menjadi perihal penting. Hal ini dikarenakan intensitas yang sering dapat membantu nasabah memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang pasar modal. Herjanto & Gaur (2011) menjelaskan bahwa semakin sering intensitas komunikasi yang dilakukan antara pembeli dan penjual dapat meningkatkan arus informasi dan meminimalisir terjadinya ketidakpastian yang dirasakan oleh pembeli.

Intensitas komunikasi yang kemudian dijelaskan sebagai *interaction intensity* dapat menunjukkan tingkat hubungan yang terjalin antara nasabah dengan pihak Mandiri Sekuritas. Nasabah atau pelanggan cenderung untuk membangun hubungan yang dapat mendukung keyakinan dan meminimalkan interaksi yang kaku selama melakukan interaksi. Herjanto & Amin (2020) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang dapat mengurangi tingkat kekakuan dan meningkatkan rasa

nyaman selama menjalin interaksi antara nasabah dengan perusahaan adalah melalui *similarity* atau kesamaan yang dapat ditemukan oleh nasabah.

Similarity adalah bentuk kesamaan atau kemiripan yang dapat ditemukan oleh nasabah atau pelanggan terhadap perwakilan dari pihak perusahaan selama melakukan interaksi untuk memperoleh pelayanan (Herjanto & Amin, 2020). *Similarity* berkaitan dengan pelayanan sekuritas yang diberikan oleh Mandiri Sekuritas dapat ditemukan ketika nasabah melakukan interaksi dengan konsultan pasar modal dari Mandiri Sekuritas untuk memperoleh pengetahuan tentang pasar modal. Herjanto & Amin (2020) mengungkapkan bahwa *similarity* yang dapat ditemukan oleh pelanggan terdiri dari tiga bentuk, yaitu *appearance similarity*, *lifestyle similarity*, dan *status similarity*.

Appearance similarity dapat dijelaskan sebagai bentuk kemiripan yang dapat dilihat secara kasat mata, karena berkaitan dengan kemiripan dalam hal penampilan (Herjanto & Amin, 2020). Apabila dikaitkan dengan Mandiri Sekuritas, *appearance similarity* dapat dilihat ketika terjadi interaksi antara nasabah dengan pihak Mandiri Sekuritas, yang dapat ditunjukkan melalui Gambar 1.1 berikut.





Gambar 1.1 Acara Pendidikan Pasar Modal oleh Mandiri Sekuritas di Lingkungan Mahasiswa
Sumber: <https://www.google.com/> diunduh 3 Maret 2021.

Pada Gambar 1.1 diketahui bahwa pihak dari Mandiri Sekuritas menggunakan pakaian yang tidak jauh berbeda dengan calon nasabah dan nasabah dalam lingkungan mahasiswa. Menunjukkan penampilan yang seperti mahasiswa tersebut merupakan bagian dari wujud upaya Mandiri Sekuritas untuk dapat memberikan kenyamanan kepada nasabah untuk melakukan interaksi, sehingga setiap informasi mengenai pasar modal dapat diterima dengan baik oleh nasabah.

Bentuk *similarity* selanjutnya adalah *lifestyle similarity* yang dapat dijelaskan sebagai kemiripan dalam hal sudut pandang melihat sebuah kondisi permasalahan. Herjanto & Amin (2020) mencontohkan, *lifestyle similarity* dapat diketahui dari kondisi keluarga, pandangan politik, hingga nilai yang diyakini oleh pribadi. Apabila dikaitkan dengan layanan yang disediakan oleh Mandiri Sekuritas, *lifestyle similarity* dapat ditunjukkan melalui Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2 Diskusi Antara Pihak Mandiri Sekuritas dengan Nasabah setelah acara Seminar Pasar Modal

Sumber: <https://www.google.com/> diunduh 3 Maret 2021.

Pada Gambar 1.2 diketahui bahwa antara pihak Mandiri Sekuritas dengan pihak nasabah sedang melakukan interaksi yang non formal. Interaksi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk saling mengenal satu sama lain, sehingga dapat menemukan kemiripan yang berkaitan tentang sudut pandang terhadap kondisi tertentu. Tujuannya adalah merekatkan hubungan antara nasabah dengan pihak Mandiri Sekuritas.

Bentuk *similarity* yang ketiga adalah *status similarity* yang dapat dijelaskan sebagai salah satu komponen utama dari pembentukan hubungan interpersonal yang kuat (Herjanto & Amin, 2020). Lebih lanjut dijelaskan bahwa kemiripan dalam hal status berkaitan dengan status sosial, pekerjaan, pendapatan, hingga kesejahteraan ekonomi. Apabila dikaitkan dengan layanan yang disediakan oleh Mandiri Sekuritas, bentuk *status similarity* dapat ditunjukkan melalui Gambar 1.3 berikut.



Gambar 1.3 Pihak Mandiri Sekuritas Mengadakan Pertemuan Dengan Nasabah Prioritas
Sumber: <https://www.google.com/> diunduh 3 Maret 2021.

Pada Gambar 1.3 ditunjukkan bahwa salah satu nasabah Mandiri Sekuritas sedang melakukan interaksi mengenai kondisi pasar modal oleh dua orang konsultan pasar modal dari Mandiri Sekuritas. Dalam interaksi tersebut, diketahui bahwa 2 orang konsultan tersebut memiliki penampilan yang mirip dengan nasabah, yang rapi. Tujuannya adalah agar dapat menarik perhatian nasabah dan mengurangi rasa canggung dalam melakukan interaksi, karena dapat menimbulkan perasaan nyaman kepada nasabah.

Ketiga bentuk similarity yang telah dijelaskan tersebut, yaitu *appearance similarity*, *lifestyle similarity*, dan *status similarity* memiliki peran terhadap peningkatan *interaction intensity* untuk kemudian memberikan kepuasan kepada nasabah dan mendukung pembentukan perilaku untuk melakukan investasi kembali melalui Mandiri Sekuritas di masa yang akan datang. Menurut Hobman et al. (2003), *similarity* yang dapat dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan

kepercayaan kepada nasabah untuk melakukan interaksi secara lebih intens. Lebih lanjut dijelaskan bahwa ketika pelanggan atau yang dalam penelitian ini adalah nasabah, dapat melakukan interaksi secara lebih intens maka nasabah akan memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan kualitas yang lebih baik. Hal ini dikarenakan interaksi yang dilakukan begitu intens sehingga nasabah tidak takut untuk bertanya apapun yang belum dimengerti kepada perwakilan dari Mandiri Sekuritas. Dampaknya menimbulkan kepuasan terhadap nasabah yang bersangkutan dan nasabah akan dapat menunjukkan niat untuk membeli kembali efek yang ada dalam pasar modal melalui Mandiri Sekuritas. Kondisi demikian dikenal dengan istilah *repurchase intentions*. Menurut Hume & Mort (2010), *repurchase intentions* dalam industri finansial dapat dijelaskan sebagai keinginan pelanggan untuk mengeluarkan sejumlah uang agar dapat memperoleh pelayanan finansial dari sebuah perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, diketahui bahwa Mandiri Sekuritas merupakan salah satu perusahaan sekuritas dalam negeri yang memiliki pertumbuhan nilai transaksi yang besar selama masa pandemi Covid-19 di Tahun 2020. Kondisi demikian diikuti pula dengan peningkatan jumlah investor yang terdaftar di Mandiri Sekuritas pada tahun yang sama. Peningkatan yang terjadi sebesar 50%. Mandiri Sekuritas sendiri merupakan perusahaan penyedia layanan yang berkaitan dengan jual beli saham di pasar modal. Pelayanan yang dilakukan oleh Mandiri Sekuritas cenderung erat dengan proses interaksi untuk dapat memberikan informasi yang benar mengenai kondisi pasar modal dan memberikan masukan yang tepat bagi investor. Tingginya investor baru yang terdaftar di

Mandiri Sekuritas perlu dijaga melalui hubungan yang terjalin baik antara pihak nasabah dengan Mandiri Sekuritas. Tujuannya adalah agar nasabah melakukan investasi sekuritas di pasar modal dalam jangka panjang melalui layanan Mandiri Sekuritas. Bentuk upaya untuk dapat menjaga hubungan tersebut adalah dengan menciptakan *similarity* yang dapat dirasakan oleh nasabah Mandiri Sekuritas. Pada penelitian ini Mandiri Sekuritas menjadi obyek penelitian. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui pengaruh faktor *similarity* yang terdiri dari *appearance similarity*, *lifestyle similarity*, dan *status similarity* terhadap *interaction intensity*, *satisfaction*, dan *repurchase intentions* pada nasabah Mandiri Sekuritas.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti dan menganalisis pengaruh dari *similarity*, yang terdiri dari *appearance similarity*, *lifestyle similarity*, dan *status similarity* terhadap *interaction intensity*, *satisfaction*, dan *repurchase intentions* pada nasabah Mandiri Sekuritas yang terdapat di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk melakukan pengumpulan data yang didistribusikan kepada nasabah Mandiri Sekuritas. Nasabah yang dipilih merupakan individu yang telah menjadi nasabah minimal 6 bulan dan pernah berkomunikasi minimal 2 kali dengan konsultan dari Mandiri Sekuritas dalam 2 tahun terakhir. Nasabah yang dipilih juga berdasarkan usia, yaitu nasabah dengan rentang usia 18 hingga 60 tahun.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah *appearance similarity* berpengaruh signifikan terhadap *interaction intensity* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya?
2. Apakah *lifestyle similarity* berpengaruh signifikan terhadap *interaction intensity* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya?
3. Apakah *status similarity* berpengaruh signifikan terhadap *interaction intensity* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya?
4. Apakah *interaction intensity* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya?
5. Apakah *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intentions* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Meneliti dan menganalisa *appearance similarity* berpengaruh signifikan terhadap *interaction intensity* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya.
2. Meneliti dan menganalisa *lifestyle similarity* berpengaruh signifikan terhadap *interaction intensity* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya.
3. Meneliti dan menganalisa *status similarity* berpengaruh signifikan terhadap *interaction intensity* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya.

4. Meneliti dan menganalisa *interaction intensity* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya.
5. Meneliti dan menganalisa *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intentions* pada nasabah Mandiri Sekuritas di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari adanya penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk penelitian yang akan datang dengan permasalahan yang serupa sehingga dapat memperkaya studi yang berhubungan dengan *similarity*, yang terdiri dari *appearance similarity*, *lifestyle similarity*, dan *status similarity*. Kemudian *interaction intensity*, *satisfaction*, dan *repurchase intentions*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dan pembaca tentang keilmuan manajemen.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menjadi media untuk mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh selama berkuliah dan dapat menambah wawasan mengenai keterkaitan antara *similarity*, yang terdiri dari *appearance similarity*, *lifestyle similarity*, dan *status similarity* dengan *interaction intensity*, *satisfaction*, dan *repurchase intentions*.

2. Bagi Perusahaan Mandiri Sekuritas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan dan masukan untuk dapat menentukan kebijakan yang tepat untuk menjaga hubungan dengan nasabah melalui *similarity*, yang terdiri dari *appearance similarity*, *lifestyle similarity*, dan *status similarity*, sehingga dapat menimbulkan kedekatan dengan nasabah dalam bentuk *interaction intensity*, dan menimbulkan *satisfaction* serta *repurchase intentions* terhadap layanan dari Mandiri Sekuritas.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memudahkan pembaca mengetahui alur penelitian yang dilakukan. Sistematika penulisan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai teori yang diperoleh dari literatur dan jurnal yang digunakan sebagai landasan teori, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan topik dan variabel yang serupa, pengembangan hipotesis yang digunakan sebagai kerangka dasar untuk melakukan analisis dan pembahasan, hingga memberikan kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang dipakai meliputi jenis penelitian, populasi penelitian, sampel dan pengambilan sampel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, pengumpulan data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu Mandiri Sekuritas; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan mengenai simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.