

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Peran teknologi tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan kita sehari-hari. Bersama dengan kemajuan dan perkembangan teknologi terkini, perusahaan jasa berusaha menjadi yang terbaik dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, salah satunya adalah sektor perbankan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Priscilla *et al.* (2024) berjudul relasi manusia dan teknologi di era digital dalam perspektif humanisme - teknologi disebutkan bahwa teknologi membentuk dan mempengaruhi cara kita berinteraksi dengan lingkungan. Ketergantungan pada teknologi mencerminkan orientasi nekrofilik, dengan ketertarikan yang lebih pada teknologi yang tidak hidup dari pengalaman pada dunia fisik, hal ini berhubungan dengan *customer experience* yang diinginkan nasabah perbankan.

Bank menggunakan berbagai cara untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta berlomba memenangkan persaingan dan meningkatkan jumlah nasabah melalui layanan perbankan yang saat ini dapat diakses melalui aplikasi *mobile banking*. Berbagai fitur dalam aplikasi *mobile banking* ditawarkan untuk mempermudah berbagai aktifitas nasabah dalam menggunakan jasa perbankan dimanapun dan kapanpun. Berikut data layanan perbankan yang dapat diakses melalui aplikasi *mobile banking* yang diambil dari data beberapa bank terbesar di Indonesia :

	Functionality	Description
Basic Features	Open new domestic current accounts	User can open current accounts
	Open new domestic saving accounts	User can open saving accounts
	Open saving account international	Open saving account internationally
	Open new term deposit accounts	User can open deposit accounts
	Apply for new credit card	User can apply for new credit cards
	Registration Internet Banking Without Debit Card	User can register mobile banking account from apps without Debit Card
	Apply for new life insurance	User can apply for a new life insurance
	Apply for new non-life insurance	User can apply for a new non-life insurance
	Pay for life & non-life insurance	User can make payment for a new non-life insurance
	Create investments accounts	User can open investment accounts
	Account statement	User can view an electronic account statement, e.g. view the monthly overview of account activity
	Create international account	User can open account in 10 different currencies

Gambar 1.1 Fitur basic layanan pembukaan rekening melalui aplikasi mobile banking
 Sumber: *Benchmarking BRIImo vs Industry, Januari 2024*

Aplikasi BRIImo ialah sebuah aplikasi *mobile banking* yang dikembangkan oleh BRI untuk mempermudah nasabah dan masyarakat dalam mengakses segala bentuk layanan yang dimiliki BRI melalui *smartphone*. Diluncurkan pertama kali tahun 2019 aplikasi BRIImo diciptakan dengan menggabungkan aplikasi layanan *mobile banking*, internet banking dan uang elektronik yang pada awalnya diakses melalui sebuah aplikasi yang berbeda. BRIImo adalah terobosan *digital banking* yg menaruh kemudahan dan keamanan layanan transaksi perbankan. Pada pelaksanaan ini masih ada majemuk fitur menggunakan pilihan asal dana misalnya giro, tabungan dan uang elektronika guna bertransaksi.

Aplikasi BRIImo memiliki beberapa keunggulan dari segi kemudahan user, *dashboard* investasi, saham dan digital *lending* dan pembukaan rekening *online*. Dengan menawarkan berbagai fitur tersebut BRIImo saat ini memiliki 31.6 juta *user* yang berarti aplikasi *mobile banking* dengan *user* terbanyak dibandingkan dengan BCA 30,3 juta user dan Mandiri dengan 22,6 juta user (sumber : *Benchmark Brimo vs Industry, Januari 2024*). Produk pembukaan rekening secara *online* diluncurkan

pertama kali oleh BRI tahun 2021, saat pandemi mulai masuk ke wilayah Indonesia dan terjadi pembatasan sosial. Saat itu pembukaan rekening secara *online* menggunakan metode scan QR code. Produk ini sukses menambah *customer base* BRI dan sempat menjadi *top of mind* berkat metode pemasaran dan strategi yang dilakukan oleh BRI dengan memperoleh 1,1 juta rekening dan total saldo sebesar Rp 3,97 Triliun (sumber : Retail Funding Strategy Division BRI 2021). Seiring perjalanan waktu dan redanya pandemi COVID-19 pembukaan rekening secara *online* dikembangkan kembali melalui aplikasi *mobile banking* yang dimiliki oleh BRI yaitu BRImo. Tujuan BRI dalam melakukan pengembangan aplikasi *mobile banking* diantaranya untuk meningkatkan kualitas layanan secara digital. Berikut tampilan media komunikasi BRI untuk memperkenalkan fitur pembukaan rekening secara *online* sebagai berikut :



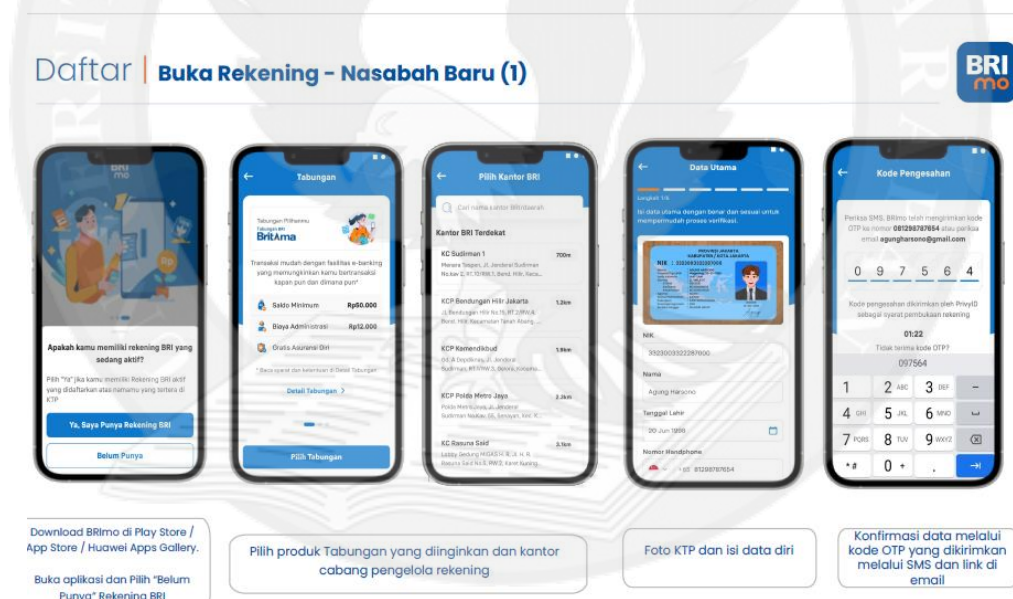
Gambar 1.2 Media Komunikasi BRImo untuk Pembukaan Rekening Online
Sumber: *money.kompas.com*, Januari 2024

Sebagai perbandingan, berikut ditampilkan data fitur pembukaan rekening BRItama pada aplikasi BRImo dibandingkan dengan fitur dan layanan pembukaan rekening pada aplikasi bank lain dengan *peers* yang sama :

	Functionality	Description	BRI	livin'	BCA	BNI
Basic Features	Open new domestic current accounts	User can open current accounts	✓	✓	✓	✓
	Open new domestic saving accounts	User can open saving accounts	✓	✓	✗	✓
	Open saving account international	Open saving account internationally	✓	✓	✗	✓
	Open new term deposit accounts	User can open deposit accounts	✓	✓	✓	✓
	Apply for new credit card	User can apply for new credit cards	✗	✓	✓	✓
	Registration Internet Banking Without Debit Card	User can register mobile banking account from apps without Debit Card	✓	✓	✗	✗
	Apply for new life insurance	User can apply for a new life insurance	✓	✓	✗	✓
	Apply for new non-life insurance	User can apply for a new non-life insurance	✓	✓	✗	✓
	Pay for life & non-life insurance	User can make payment for a new non-life insurance	✓	✓	✓	✓
	Create investments accounts	User can open investment accounts	✓	✓	✓	✓
	Account statement	User can view an electronic account statement, e.g. view the monthly overview of account activity	✓	✓	✓	✓
	Create international account	User can open account in 10 different currencies	✓	✓	✗	✓

Gambar 1.3 Fitur dan layanan aplikasi BRImo vs bank lain
Sumber : BRImo vs *Industry*, Funding Retail Strategy Division BRI

Pada gambar tersebut fitur pembukaan tabungan secara *online* dapat dilayani oleh berbagai aplikasi *mobile banking* perbankan saat ini seperti BRImo, Livin', BCA Mobile dan BNI Mobile Banking. Berikut langkah-langkah membuka rekening secara *online* melalui aplikasi BRImo pada gambar berikut :



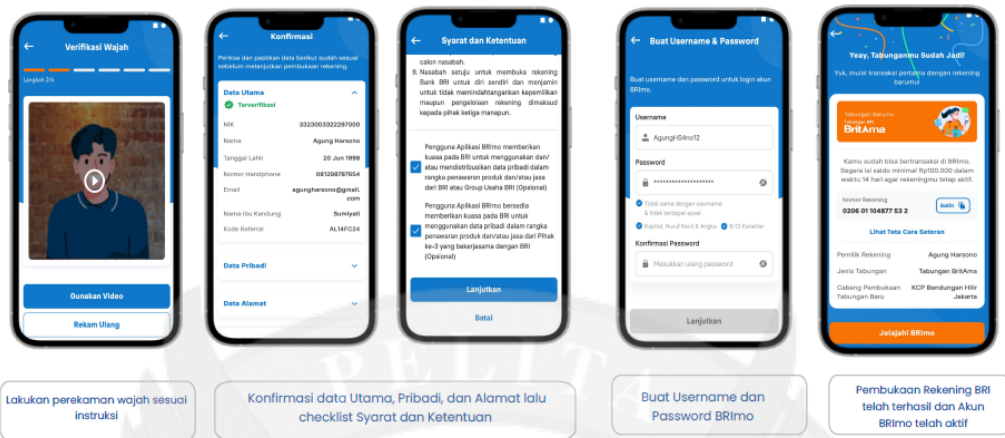
Download BRImo di Play Store / App Store / Huawei Apps Gallery.
 Buka aplikasi dan Pilih "Belum Punya" Rekening BRI

Pilih produk Tabungan yang diinginkan dan kantor cabang pengelola rekening

Foto KTP dan isi data diri

Konfirmasi data melalui kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan link di email

Gambar 1.4 Pembukaan rekening BRItama secara online melalui BRImo (1)
Sumber : BRImo vs *Industry*, Funding Retail Strategy Division BRI



Gambar 1.5 Pembukaan rekening BRItama secara online melalui BRImo (2)
Sumber : BRImo vs *Industry, Funding Retail Strategy Division BRI*

Langkah yang harus dilalui oleh nasabah sangat mudah dan praktis, dibandingkan apabila harus berkunjung ke salah satu cabang BRI untuk membuka rekening tabungan BRItama, selain hal tersebut berikut ditampilkan perbandingan 6 rekening *online* berdasarkan setoran awal, saldo minimum, biaya administrasi dan kartu, limit tarik tunai, transfer sesama serta transfer antar bank sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data Perbandingan Fasilitas Rekening Online Antar Bank

	Setoran Awal	Saldo Minimum	Biaya Adm + Kartu	Limit Tarik Tunai	Transfer ke Sesama	Transfer antar Bank
BRI	0	10,000	7,000	10,000,000	200,000,000	250,000,000
BCA	0	10,000	17,500	10,000,000	50,000,000	20,000,000
Mandiri	0	25,000	8,500	10,000,000	300,000,000	250,000,000
Seabank	0	0	0	0	500,000,000	250,000,000
Jago	100,000	25,000	5,000	15,000,000	Tanpa Limit	250,000,000
Bank Raya	0	0	0	10,000,000	100,000,000	100,000,000

Sumber : Perbandingan fasilitas *Digital Saving* antar bank (Santoso & Pasaribu 2022)

Berdasarkan data diatas rekening *online* BRI memiliki keunggulan diantaranya pada setoran awal, saldo minimum, biaya administrasi dan kartu serta transfer antar bank, sedangkan *competitive advantage* rekening *online* antar bank ialah sebagai berikut :

1) BRItama *Online*

Tabungan BRI BRItama *online* memiliki beberapa fasilitas diantaranya nasabah dapat memanfaatkan dan melakukan berbagai transaksi yaitu transfer otomatis (*AFT*), swap rekening dan pendebitan dana otomatis (*AGF*). Fitur ini dikembangkan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan segala aktifitas perbankan, seperti membayar tagihan maupun transfer dana. Selain fasilitas dan kemudahan tersebut diatas, rekening BRItama menyediakan asuransi kecelakaan gratis sesuai ketentuan. Nasabah harus memiliki NPWP sebagai persyaratan umum dalam membuka rekening BRItama secara *online*, serta harus berusia 17 tahun.

2) Tabungan BCA *online* Tahapan

BCA saat ini memiliki tabungan yang dapat dibuka secara online yang melalui *Mobile Banking* di *Play Store*. Jenis simpanan bank yang tersedia dalam aplikasi tersebut beragam mulai dari jenis tabungan *Platinum* (tahapan), tabungan *Gold* (tabungan), dan Tahapan Xpresi. Dengan berbagai pilihan yang ditawarkan, nasabah dapat memilih produk tabungan sesuai kebutuhan dan promo dari pedagang dan rekanan yang bekerjasama dengan BCA.

3) Tabungan Mandiri *Online*

Bank Mandiri ikut mengembangkan produk tabungan *online* yang bernama Tabungan Mandiri *Online*. Produk ini memiliki berbagai fitur yang memudahkan nasabahnya dalam melakukan berbagai aktifitas perbankan dengan berbagai keunggulan antara lain menawarkan Fiestapoin yang dapat ditukarkan dengan berbagai *reward* atau hadiah.

4) Seabank

Produk yang ditawarkan SeaBank adalah rekening tabungan yang memudahkan nasabah dalam pengelolaan aktivitas keuangan sehari-hari dan menawarkan tabungan dalam rekening berbunga tertinggi sebesar 3,75% p.a, bunga cair setiap hari dan tanpa saldo minimum. Seabank menetapkan bebas setoran awal untuk pembukaan rekening disamping limit transfer antar rekening Seabank yang mencapai Rp 500 juta.

5) Bank Jago

Produk Tabungan Jago merupakan salah satu produk simpanan pokok Bank Jago untuk dalam rangka penggalangan dana pihak ketiga. Informasi transaksi rekening dapat dilihat pada laporan keuangan elektronik atau *e-statement*. Rekening online Bank Jago memiliki keunggulan transfer tanpa limit untuk pengiriman kepada sesama rekening bank Jago, hal ini menjadi keunggulan yang tidak dapat disediakan oleh bank lain.

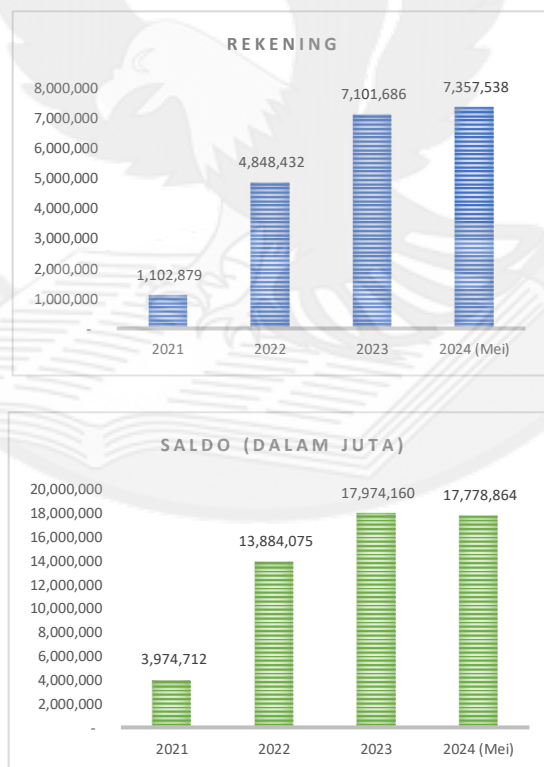
6) Bank Raya

Salah satu anak perusahaan BRI, yaitu bank Raya memiliki produk tabungan online bernama Saku Raya. Kelebihan produk tabungan online bank Raya diantaranya ialah tidak ada biaya admin tabungan dan biaya kartu debit gratis. Bank Raya menawarkan beberapa wallet seperti Saku Utama, Saku Jaga dll untuk mengakomodir kebutuhan nasabah dalam mengelola keuangan.

Melihat peta persaingan dengan membandingkan keunggulan fitur antar rekening *online* dari beberapa bank, BRI perlu melakukan langkah strategis berupa

pengembangan fitur dan aksesibilitas agar dapat lebih mempermudah nasabah dalam melakukan pembukaan rekening. Adapun fitur yang tersedia saat ini masih dapat disesuaikan kembali apabila melihat fasilitas yang diberikan oleh kompetitor sebagaimana data diatas, sedangkan bagi BRI memperbaiki fasilitas serta memperbaiki kualitas layanan BRImo merupakan cara agar produk pembukaan rekening secara *online* yang dimiliki oleh BRI dapat semakin dipercaya dan menjadi pilihan bagi masyarakat dalam pemilihan produk tabungan.

Adapun melalui fitur yang ada saat ini perkembangan produk pembukaan rekening secara *online* terus meningkat setiap tahun dengan peningkatan jumlah rekening dan saldo yang signifikan, berikut ditampilkan data tahunan jumlah rekening BRItama sebagai berikut :



Gambar 1.6 Total Pembukaan BRItama Digital tahun 2021-2024
Sumber: Divisi Funding and Retail Payment Strategy BRI

Perkembangan pembukaan rekening secara *online* di BRI dapat dilihat dari jumlah rekening per Mei 2024 sebanyak 7.357.538 rekening. Jumlah rekening tersebut mengalami peningkatan sebesar 3,60% (yoy) dibandingkan Mei 2023, dengan jumlah saldo sebesar Rp 17,77 Triliun per Mei 2024 (sumber: Funding & Retail Payment Strategy Division, Mei 2024). Sedangkan dari jumlah pengguna (*user*) BRImo merupakan aplikasi *mobile banking* yang memiliki pengguna terbanyak dibandingkan dengan bank pesaing dengan *peers* yang sama sesuai dengan data berikut :

Tabel 2.1 Jumlah Pengguna Aplikasi BRImo dibanding Peers

Kinerja Q4 2023	BCA Mobile		BRImo		Livin'	
	Jumlah	YoY	Jumlah	YoY	Jumlah	YoY
App User	30,3	13,9%	31,6	32,6%	22,8	44,3%
Transaction (Miliar)	25,6	27,3%	3,1	69,2%	2,8	45,4%
Volume Transaction (Triliun)	24.825	8,48%	4.158	55,8%	3.271	34,4%

Sumber: Benchmarking BRImo vs Industry, Januari 2024

Sebagai bank dengan aset lebih dari Rp 1.950 Triliun, BRI memiliki tanggung jawab kepada investor dan masyarakat untuk mengembangkan suatu layanan yang dapat berpengaruh positif kepada kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Menurut Santoso dan Pasaribu (2022) *E-satisfaction* memiliki peran yang signifikan terhadap *e-loyalty* pada layanan *Digital Saving* perbankan BRI di Kota Jakarta, Bandung dan Denpasar. Fenomena tersebut menjelaskan bahwa ketika konsumen semakin puas dalam bertransaksi dengan layanan *Digital Saving* BRI, maka kesetiaan konsumen terhadap layanan perbankan Bank BRI akan semakin baik. Menurut Depati dan Dharmmesta (2014) secara konsisten, dimensi produk, harga, dan promosi mempunyai peran positif pada kepuasan nasabah. Artinya, strategi produk, harga, dan promosi telah diterima nasabah BRI. Hal ini semakin memperbesar tingkat Kepuasan Nasabah terhadap BRI.

Dalam Tjahyono *et al.* (2024) sebuah bank dapat tetap bertahan dan berkembang dalam situasi yang kompleks, persaingan yang sangat ketat dan ekosistem yang disruptif dengan mengembangkan adaptasi melalui adopsi digitalisasi. Hal tersebut memvalidasi hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ketahanan organisasi adalah kunci keberhasilan transformasi digital dan menyatakan bahwa adopsi teknologi adalah salah satu strategi dalam mempertahankan eksistensi organisasi.

Selain kemajuan teknologi perkembangan media sosial di Indonesia telah mencapai perkembangan yang sangat signifikan, dengan memanfaatkan media sosial, perbankan dapat melakukan promosi dan pemasaran yang efektif, namun media sosial juga dapat menjadi sarana pemberitaan negatif apabila pelayanan yang diberikan oleh bank tidak sesuai harapan. Dibalik itu semua peran *user* atau pengguna media sosial yang merupakan nasabah suatu bank harus dijaga dengan baik melalui kualitas layanan yang prima, karena hal tersebut dapat menjadi faktor pemuas dan loyalitas para *user* yang juga nasabah dalam menyebarkan berita positif melalui media sosial, disamping bank juga tetap membuat *media campaign* berupa konten yang memuat promosi, edukasi dan himbauan bagi seluruh masyarakat.

Menurut Yaqin dan Ilfitriah (2014) melalui sebuah penelitian di Surabaya menyebutkan bahwa pada masa kini, bank menciptakan *e-banking* pada bentuk layanan serta kemudahan untuk bertransaksi fleksibel secara *online*. Dalam penelitian tersebut didapatkan sebuah kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif secara tidak signifikan, hal ini menunjukkan kondisi dimana semakin tinggi kualitas pelayanan tidak selalu meningkatkan loyalitas nasabah.

Sedangkan menurut Talumepa *et al.* (2023) melalui sebuah penelitian berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan promosi media sosial terhadap loyalitas pelanggan kopi kenangan disebutkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap promosi pada media sosial dan promosi pada media sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian tersebut membuktikan bahwa pada era masa kini peran media sosial sangat krusial dalam meningkatkan loyalitas.

Peran media sosial juga dapat dilihat melalui kutipan *website* resmi BRI, pada tanggal 1 April 2024 BRI dinobatkan menjadi bank dengan penilaian *feedback* terbaik di media sosial pada produk serta layanan berbasis digitalnya. Saat ini BRI memiliki 1,2 juta *followers* di Instagram, 246 ribu *followers* di Youtube serta 238 ribu *followers* di Twitter. Apabila ditangani dengan baik jumlah *followers* yang dimiliki BRI serta akun media sosial dari berbagai platform tersebut dapat menjadi kekuatan yang masif sebagai sarana promosi dan komunikasi, promosi melalui media sosial saat ini dinilai cukup efektif dan murah, namun dampaknya sangat besar karena dapat cepat tersebar dan menjadi top of mind di masyarakat.

Melihat hal-hal yang penulis sampaikan diatas, secara garis besar BRI memiliki kekuatan yang mumpuni sebagai penguasa pasar untuk mendominasi persaingan dalam hal memperebutkan dana murah berupa tabungan di masyarakat, namun apakah segala pencapaian tersebut langsung berpengaruh terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini akan dibahas pengaruh positif layanan *E- Banking*, Kualitas Layanan dan Media Sosial yang berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah serta Kepuasan Nasabah sebagai variabel mediasi.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan sejumlah hal yang penulis sebutkan diatas, terdapat beberapa fenomena yang harus diteliti terkait dengan variabel – variabel yang dituliskan. Berikut disampaikan daftar pertanyaan yang akan peneliti sampaikan pada penelitian ini :

- 1) Apakah Fasilitas *E-Banking* BRI berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada pembukaan fitur pembukaan rekening BRItama secara *online* (pada aplikasi BRImo) di kawasan Jabodetabek?
- 2) Apakah Kualitas Layanan yang diberikan BRI berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada fitur pembukaan rekening BRItama secara *online* (pada aplikasi BRImo) di kawasan Jabodetabek?
- 3) Apakah Media sosial berpengaruh positif kepada Kepuasan Nasabah pada fitur pembukaan BRItama secara *online* (pada aplikasi BRImo) di kawasan Jabodetabek?
- 4) Apakah Fasilitas *E-Banking* berpengaruh positif kepada Loyalitas Nasabah pada pembukaan BRItama secara online (pada aplikasi BRImo) di kawasan Jabodetabek?
- 5) Apakah Kualitas Layanan yang BRI tawarkan berpengaruh positif kepada Loyalitas Nasabah pada pembukaan BRItama secara *online* (pada aplikasi BRImo) di kawasan Jabodetabek?
- 6) Apakah Media Sosial dapat memberikan pengaruh positif kepada Loyalitas Nasabah pada pembukaan BRItama secara online (pada aplikasi BRImo) di kawasan Jabodetabek?

- 7) Apakah Kepuasan Nasabah mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada fitur pembukaan BRItama secara *online* (pada aplikasi BRImo) di kawasan Jabodetabek?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menguji apakah Fasilitas *E-Banking* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah kepada BRI di Jabodetabek.
- 2) Untuk menguji apakah Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah kepada BRI di Jabodetabek.
- 3) Untuk menguji apakah Media Sosial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah kepada BRI di Jabodetabek.
- 4) Untuk menguji apakah Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah kepada BRI di Jabodetabek.
- 5) Untuk menguji apakah Fasilitas *E-Banking* berpengaruh positif kepada Loyalitas Nasabah kepada BRI di Jabodetabek.
- 6) Untuk menguji apakah Kualitas Layanan berpengaruh positif kepada Loyalitas Nasabah kepada BRI di Jabodetabek.
- 7) Untuk menguji apakah Media Sosial berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah kepada BRI di Jabodetabek.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berikut beberapa manfaat dari penelitian yang dibuat oleh penulis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti memiliki harapan bahwa *output* penelitian ini mampu menjadi kajian ilmiah dalam bidang pemasaran, khususnya terkait dengan E-Banking, Kualitas

Layanan, Media Sosial, Kepuasan Nasabah serta Loyalitas Nasabah. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan variabel dan hipotesis pada penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap bahwa *output* data dan kesimpulan penelitian ini dapat menjadi rekomendasi untuk mengoptimalkan performa dan strategi BRI dalam menghimpun dan meningkatkan *marketshare* dana pihak ketiga melalui produk tabungan BRItama.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan hasil penelitian akan disusun dengan urutan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang terhadap fenomena dan *issue* yang dibahas, diikuti dengan deskripsi masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Bagian ini juga membahas keuntungan teoritis, keuntungan praktis, dan sistematisasi penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup tinjauan pustaka yang menjelaskan landasan teori dan penelitian sebelumnya, yang disusun menjadi ikhtisar komprehensif tentang berbagai variabel dalam penelitian ini. Bagian ini juga menjelaskan kerangka konseptual dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi metode penelitian yang memuat penjelasan lebih lanjut menjelaskan metode penelitian secara teknis yang dipaparkan melalui identifikasi objek dan tipe penelitian, operasionalisasi variabel penelitian yang menjadi dasar pembentukan kuesioner, metode penarikan dan pengumpulan data, serta metode analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas bagian dari hasil penelitian dan pembahasan. Bagian ini merinci analisis profil responden, temuan, penjelasan struktur survei, dan pembahasan hasil.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini merupakan bab terakhir berupa kesimpulan dan saran yang memuat kesimpulan serta temuan dari hasil analisis data. Bagian ini juga berisi alasan mengapa peneliti merasa penting untuk melakukan studi ini beserta implikasi manajerial dan saran untuk perusahaan sejenis, keterbatasan penelitian, dan bagaimana hal tersebut akan berdampak pada penelitian yang peneliti lakukan.