

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, pesatnya kemajuan teknologi informasi telah mendorong sektor perbankan untuk bertransformasi secara digital demi meningkatkan efisiensi operasional dan mutu layanan. Salah satu bentuk inovasi yang semakin banyak diterapkan adalah *self service technology* (SST), seperti mesin ATM dan *mobile banking*. Teknologi ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi secara mandiri, cepat, dan fleksibel tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Keberadaan SST dianggap mampu memperbaiki pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan bank, yang pada akhirnya dapat memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas mereka. Seiring dengan itu, perkembangan dan pertumbuhan perbankan di Indonesia juga semakin maju dan pesat, termasuk di sektor perbankan syariah yang mengalami peningkatan signifikan.¹

Perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang melarang praktik riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (perjudian). Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 130 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung (QS: Ali-Imran:130)*

¹ Tia Apriliana, "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology, Brand Image Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah (Studi Pada Generasi Z Kota Bandarlampung)," 2024.

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan bahwa ketika kita melakukan transaksi apapun, tidak terkecuali di dunia perbankan termasuk di dalamnya yaitu transaksi melalui *automatic teller machine* (ATM) dan *mobile banking* yang melarang umat Islam memakan riba yang berlipat ganda karena dapat menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi. Oleh karena itu, dalam mengadopsi teknologi digital seperti SST, perbankan syariah harus tetap memastikan bahwa inovasi layanan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat memberikan manfaat maksimal kepada nasabah tanpa menyimpang dari nilai-nilai Islam.²

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia terus berinovasi dalam menyediakan layanan digital yang mudah diakses dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu unit kerjanya, yaitu BSI KC Panorama, merupakan representasi penting dalam mengukur efektivitas penerapan teknologi layanan mandiri ini. Meskipun demikian, penerapan SST saja tidak cukup untuk membangun loyalitas nasabah secara berkelanjutan. Faktor lain seperti kualitas layanan, baik dari segi kecepatan, keramahan, maupun keandalan staf, juga berperan besar dalam membentuk persepsi dan kepuasan nasabah.³

Salah satu inovasi dalam teknologi yang diadopsi oleh sektor perbankan adalah pengenalan layanan perbankan digital. Sama seperti perbankan konvensional, perbankan syariah juga berperan sebagai lembaga intermediasi yang mengumpulkan dana dari masyarakat untuk

² Nurjuni Arnita, Miti Yarmunida, dan Yenti Sumarni, “Pengaruh Self Service Technology (Sst) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia),” 6 (2023).

³ Hendra dan Arry Halbadika Fahlevi, “Implementation of Good Corporate Governance Principles in Pt .,” 2024, hal. 1138–53.

disalurkan kembali. Di masa depan, pekerja akan membutuhkan keterampilan untuk mengoperasikan mesin dan beradaptasi dengan perkembangan digitalisasi.⁴

Di sisi lain, walaupun teknologi terus mengalami kemajuan, kualitas layanan tetap memegang peranan penting dalam membentuk pandangan nasabah terhadap suatu institusi keuangan. Nasabah masih sangat mengharapkan pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan tepat, terutama saat menghadapi kendala yang tidak dapat diselesaikan melalui layanan berbasis teknologi. Oleh sebab itu, perbankan tidak hanya perlu fokus pada pengembangan inovasi digital, tetapi juga harus terus mempertahankan dan meningkatkan mutu pelayanan secara keseluruhan.⁵

Loyalitas nasabah merupakan salah satu indikator utama keberhasilan jangka panjang sebuah lembaga keuangan, termasuk bank syariah. Dalam era persaingan perbankan yang semakin kompetitif, mempertahankan nasabah agar tetap setia menjadi tantangan tersendiri. Terlebih lagi, kemajuan teknologi dan kemudahan akses layanan digital membuat nasabah memiliki banyak alternatif dalam memilih layanan perbankan, sehingga loyalitas menjadi aspek yang sangat krusial untuk diperhatikan.⁶

Kepuasan nasabah menjadi variabel yang penting karena berfungsi sebagai jembatan antara kualitas layanan dan loyalitas. Nasabah yang puas cenderung memiliki loyalitas yang tinggi terhadap bank,

⁴ Siti Fatimah, “Nasabah Pengguna Layanan Bank Syariah Indonesia,” 7.2 (2024), hal. 74–88.

⁵ Choiru Umatin et al., “Urgensi Mutu Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah,” *Wadiah*, 8.2 (2024), hal. 324–45.

⁶ Silvy Permatasari dan Elfira Maya Adiba, “faktor-faktor penentu loyalitas nasabah bank syariah indonesia factors determining customer loyalty in bank syariah indonesia,” 10.2 (2024), hal. 177–90.

merekomendasikan-nya kepada orang lain dan enggan berpindah ke bank lain. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana *self service technology* dan kualitas layanan memengaruhi loyalitas nasabah secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan. Kepuasan nasabah merupakan salah satu tolok ukur utama dalam mengevaluasi keberhasilan layanan perbankan, baik yang berbasis teknologi maupun melalui interaksi tatap muka. Nasabah yang merasa puas biasanya akan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, merasa lebih aman, dan cenderung menunjukkan loyalitas terhadap bank. Loyalitas tersebut menjadi aset penting bagi bank dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah sekaligus meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.⁷

Dalam dunia bisnis, terutama di sektor jasa, tuntutan untuk memuaskan pelanggan adalah hal yang biasa. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, bank-bank syariah perlu menawarkan layanan yang lebih berkualitas dibandingkan pesaing untuk menciptakan kepuasan nasabah. Pelayanan mandiri yang ditawarkan oleh perbankan juga perlu diperhatikan, karena merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas dari nasabah. Buell yang menyatakan bahwa penggunaan *self service technology* (SST) akan mempengaruhi kepuasan dan retensi pelanggan serta

⁷ Venny Adhita Octaviani dan Runi Runi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia,” FOKUS : Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang, 21.1 (2023).

switching cost. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan yaitu kualitas pelayanan, yang mendasari kepuasan dari nasabah.⁸

Dalam konteks perbankan syariah, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI), adaptasi terhadap teknologi digital menjadi semakin penting. Hal ini tidak hanya untuk mengikuti arus perkembangan zaman, tetapi juga untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah yang menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing lembaga keuangan syariah. Namun demikian, penerapan SST tidak selalu berjalan mulus. Masih banyak nasabah yang mengeluhkan sistem digital yang tidak stabil, kurang ramah pengguna, serta keterbatasan sistem dalam menangani permasalahan yang kompleks. Selain itu, layanan konvensional atau tatap muka pun terkadang dianggap lamban dan kurang tanggap terhadap kebutuhan nasabah.⁹

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan, baik yang diberikan melalui teknologi maupun secara langsung oleh petugas bank, memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan nasabah, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas mereka. Dalam dunia perbankan yang kompetitif, nasabah yang puas cenderung akan tetap menggunakan layanan bank yang sama, merekomendasikannya kepada orang lain, dan memiliki komitmen jangka panjang.

Atas dasar permasalahan tersebut, penulis merasa penting untuk melakukan penelitian yang mendalam guna menganalisis sejauh mana pengaruh *self service technology* (SST) dan kualitas layanan terhadap

⁸ Fachrul Alfajar et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu,” *Jurnal Administration and Management Public Literation*, 1.1 (2021), hal. 37–50.

⁹ Hendroatmoko, “Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Berbasis Artificial Intelligence dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Perbankan Syariah di Indonesia,” *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2021.

loyalitas nasabah secara parsial maupun simultan, serta melihat apakah kepuasan nasabah dapat menjadi penghubung (*Intervening*) dalam hubungan tersebut.

Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih mendalam untuk memahami sejauh mana pengaruh *self service technology* dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, dengan kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi (*Intervening*) dalam hubungan tersebut. Berdasarkan pada latar belakang diatas peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Self Service Technology (SST) dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Panorama)”**

B. Batasan Masalah

Fokus penelitian penulis adalah terbatas pada nasabah yang menggunakan *self service technology* (SST) yakni ATM dan *mobile banking* pada Bank syariah Indonesia Kcp Panorama, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan untuk kelompok lain, seperti pengguna layanan digital bank syariah indonesia di luar konteks *self service technology* (SST). Penelitian ini akan mengeksplorasi jenis teknologi *self service*, yakni aplikasi *automatic teller machine* (ATM) dan *mobile banking* yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara mandiri.

C. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang ada, masalah temuan ini ialah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara *self service technology* (SST) terhadap loyalitas?

2. Apakah terdapat pengaruh antara *self service technology* (SST) terhadap kepuasan nasabah ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas?
6. Apakah terdapat pengaruh antara *self service technology* (SST) terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah?
7. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *self service technology* (SST) terhadap loyalitas.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *self service technology* (SST) terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *self service technology* (SST) terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.
7. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.

E. Kegunaan Penelitian

Diharapkan bahwa temuan ini akan berguna untuk banyak orang termasuk yang berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Secara aspek teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literature mengenai pengaruh *self service technology* (SST) dan kualitas layanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variable *intervening* yang dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam industri perbankan syariah

2. Kegunaan Praktis

Secara aspek kegunaan praktis, penelitian berguna untuk memecahkan masalah-masalah praktis bagi semua lembaga yang ada di masyarakat baik lembaga pemerintah maupun swasta. Adapun kegunaan praktis dari penelitian, yaitu:

a. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi serta meningkatkan pengetahuan masyarakat, tentang bagaimana teknologi *self service*, dapat meningkatkan kualitas layanan. Teknologi *self service* yang diterapkan di bank dapat memberikan kemudahan akses bagi nasabah dalam bertransaksi, khususnya bagi mereka yang berada di daerah terpencil yang memiliki mobilitas terbatas.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini dapat membantu lembaga keuangan syariah untuk lebih memperhatikan kualitas layanan yang diberikan, serta memahami pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Dengan memahami faktor-faktor yang

mempengaruhi loyalitas nasabah, bank syariah dapat merancang program yang lebih efektif untuk mempertahankan nasabah dan menarik nasabah baru, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing bank.

c. Bagi Pemerintah

Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah dalam mempermudah akses layanan digital *self service technology* (SST) di perbankan terutama bank syariah Indonesia serta dapat mendukung program inklusi keuangan yang bisa mengurangi kesenjangan dalam akses keuangan. Hasil penelitian dapat mendorong adopsi teknologi dalam sektor layanan digital *self service technology* (SST) di perbankan terutama bank syariah Indonesia.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Hasil- hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian yang dilaksanakan oleh Robby Syifa`ul Mahrun (2020), dengan judul penelitian “Pengaruh *Self Service Technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan 126 responden nasabah Erah.n.id. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam variabel *self service technology* terdapat 7 item semua berpengaruh positif dan signifikan, namun nilai modulus tertinggi *self service technology* terdapat pada item enjoyment. Pada variabel kualitas layanan terdapat 5 item semua item berpengaruh positif dan

signifikan. Secara simultan variabel *self service technology* dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah¹⁰. Temuan ini sama sama menggunakan layanan *self service technology* (SST) dengan pendekatan kuantitatif, Perbedaannya adalah dalam penelitian tersebut meneliti mengenai kualitas layanan dengan variable dependen ialah kepuasan, sedangkan penelitian penulis meneliti *self service technology*, kualitas layanan dan variable dependennya ialah loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variable penghubung atau variable *intervening*

Penelitian yang dilaksanakan oleh Lalu Riza Maulana Gafary (2024), dengan judul “Pengaruh *self service technology* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Ntb Syariah)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji f dan uji t dan diolah dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dampak *self service technology* memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah, yang berarti bahwa dampak *self service technology* memberikan kontribusi terhadap loyalitas nasabah secara parsial; variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah, yang berarti bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi terhadap loyalitas nasabah secara parsial; dan variabel *self service technology* dan kualitas layanan

¹⁰ Robby Syifa`ul Mahrun, “Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah,” 2020.

berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah¹¹. Persamaan penelitian adalah membahas mengenai *self service technology*, kualitas layanan dan loyalitas nasabah serta menggunakan pendekatan kuantitatif . Perbedaannya adalah temuan ini secara tidak langsung yaitu penelitian sebelumnya tidak membahas kepuasan nasabah sebagai *variable intervening* sedang penulis membahas mengenai kepuasan nasabah sebagai *variable intervening*.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Asyifa Primadita (2025) yang berjudul, “*Pengaruh Digitalisasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia*”. Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden di wilayah Tangerang Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dan data diolah menggunakan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi tidak memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah maupun kepuasan konsumen. Sebaliknya, kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan baik secara langsung terhadap loyalitas nasabah maupun secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen¹². Persamaan penelitian adalah membahas mengenai kualitas layanan, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah serta menggunakan pendekatan kuantitatif . Perbedaannya adalah

¹¹ Lalu Riza Maulana Gafary, “*Pengaruh Self Service Technology Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Ntb Syariah)*,” 2024.

¹² Asyifa Primadita, “*Pengaruh Digitalisasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia*” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2025).

temuan ini yaitu tidak membahas Digitalisasi sedangkan penulis membahas mengenai *self service technology*.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Mila Fursiana Salma Musfiroh, Wal Faizah , Titik Hinawati , dan Laila Sabrina (2024) yang berjudul, "*Customer Satisfaction Mediates the Effect of Marketing Mix and Self Service Technology on Customer Loyalty*". Penelitian tersebut menguji apakah kepuasan pelanggan menjadi perantara (mediator) dalam hubungan antara bauran pemasaran (*marketing mix*) dan SST dengan loyalitas pelanggan. Pada jurnal ini mencakup studi tentang *Self Service Technology* (SST) yang menunjukkan bahwa kemudahan, kecepatan, dan keandalan layanan mandiri berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor perbankan. Selain itu, terdapat penelitian mengenai kualitas layanan yang menemukan bahwa dimensi kualitas layanan seperti tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Beberapa penelitian juga menempatkan kepuasan sebagai variabel mediasi antara SST maupun kualitas layanan dengan loyalitas, di mana kepuasan terbukti memperkuat pengaruh kedua variabel bebas tersebut terhadap loyalitas pelanggan ¹³. Persamaan dengan penulis adalah sama- sama meneliti mengenai SST, loyalitas dan juga kepuasan nasabah. Perbedaannya adalah penelitian tersebut menggunakan bauran pemasaran (Marketing mix) sedangkan penulis menggunakan variabel intervening sebagai mediator.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Mochamad Yusuf, Hendri Hermawan Adinugraha, dan Muhammad Taufiq Abadi (2022) yang

¹³ Mila Fursiana Salma Musfiroh et al., "*Customer Satisfaction Mediates the Effect of Marketing Mix and Self Service Technology on Customer Loyalty*," *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking*, 4.1 (2024), hal. 103–19.

berjudul , “*The Effect Of Marketing Mix, Self-Service Technology, And Digital Banking On Customer Satisfaction At Indonesian Sharia Bank Of Pekalongan Pemuda*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran bauran, *Self Service Technology*, dan perbankan digital pada nasabah kepuasan di Bank Syariah Indonesia Pekalongan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Perolehan data menggunakan observasi, pencatatan, dan data mengumpulkan hubungan sebab akibat antara variabel independen bauran pemasaran, pelayanan mandiri teknologi, dan perbankan digital dan variabel dependen kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Penelitian ini memiliki Sampel sebanyak 100 responden dari populasi sebesar 48.200. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Selain itu, *Self Service Technology* mempunyai pengaruh besar yang berarti positif terhadap kepuasan pelanggan BSI. Sedangkan perbankan digital juga berpengaruh pada kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia¹⁴. Persamaan penelitian yaitu pada kepuasan penggunaan *Self Service Technology* dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaan penelitian yaitu penelitian terdahulu membahas mengenai pengaruh pemasaran bauran, dan perbankan digital pada nasabah kepuasan di Bank Syariah Indonesia Pekalongan sedangkan penelitian saat ini membahas mengenai *self service*, kualitas layanan dengan variable dependennya ialah loyalitas nasabah yang menggunakan kepuasan nasabah sebagai variable intervening.

¹⁴ Mochamad Yusuf, Hendri Hermawan Adinugraha, dan Muhammad Taufiq Abadi, “*the Effect of Marketing Mix, Self-Service Technology, and Digital Banking on Customer Satisfaction At Indonesian Sharia Bank of Pekalongan Pemuda*,” *Journal of Management and Islamic Finance*, 2.1 (2022), hal. 1–11.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menunjukkan bagaimana penulis berpikir dari awal sampai akhir. Sebuah pembahasan sistematis diperlukan untuk mempermudah pemahaman hasil penelitian. Temuan ini diklasifikasikan menjadi 5 bab, dengan tiap subbab yang saling berhubungan. Pembahasan sistematis tentang penelitian ini direncanakan untuk diuraikan dalam lima bab berikut ini:

Pada BAB I ini akan menjelaskan bagian penjelasan yang masih bersifat umum yakni terdapat beberapa sub penunjang diantaranya latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan yang terakhir terdapat sistematika penulisan.

Pada BAB II ini penulis akan membahas mengenai teori yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, serta kerangka berfikir penelitian yang akan digunakan dan tentunya berisikan Hipotesis penelitian.

Pada BAB III isi yang terkandung didalamnya merupakan metodologi penelitian yang berisikan jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan teknik pengambilan sampel yang digunakan, sumber data dan teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasional, serta teknik analisis data.

Pada BAB IV berisi analisis data yang memuat tentang deskripsi obyek penelitian, analisis data deskripsi responden, Analisis data untuk mengetahui kevalidan dan reliabel data responden dan hasil dari uji hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab V ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang dilanjutkan dengan bagian akhir tugas akhir