

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dengan terus berkembangnya teknologi tidak akan terelakkan bahwa pengguna *Smartphone* akan terus bertambah oleh karena itu Telkomsel terus mengembangkan layanan-layanan digital salah satunya adalah MyTelkomsel Apps di mana aplikasi tersebut dapat langsung diunduh pada *Play Store* untuk Android dan *Apps Store* untuk para pengguna *handset* sistem operasi iOS dengan aplikasi tersebut Telkomsel memberikan fitur-fitur untuk memudahkan para pelanggan setianya dalam menikmati layanan Telkomsel di antaranya ada pembelian pulsa ataupun pembayaran kartu pasca bayar dan lainnya berikut gambar MyTelkomsel v.1 saat pertama kali resmi dipublikasikan oleh Telkomsel ke publik

Gambar 1.1 MyTelkomsel Apps Ver.1.1



Sumber : Aplikasi MyTelkomsel Apps Android ver.1

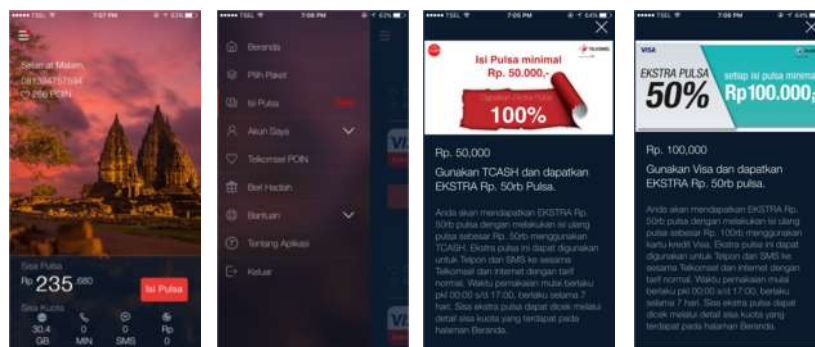
My Telkomsel *APPS* mulai diperkenalkan pertama kali pada 25 Mei 2015 kepada seluruh karyawan Telkomsel dan baru dikenalkan kepada masyarakat umum berbarengan dengan acara ulang tahun Telkomsel pada tanggal 1 Juli 2015.

MyTelkomsel Apps adalah *mobile Apps* berupa layanan berbentuk aplikasi yang diluncurkan Telkomsel untuk memberikan kemudahan akses pelayanan pelanggan yang menggunakan *Smartphone* atau Tablet. Aplikasi MyTelkomsel memberikan layanan ke Pelanggan yaitu Informasi terkait nomor telpon (pemakaian, kuota, dan

pulsa) dan mempermudah isi pulsa serta pembelian paket. Bersama aplikasi MyTelkomsel ini pengguna bisa mengecek sisa kuota internet, mengaktifkan paket Internet maupun membagi data internet (*Flash Gift*), mengecek sisa pulsa, isi ulang pulsa, unduh tagihan kartuHalo sekaligus membayar tagihannya, membeli paket nelpon, paket SMS dan *roaming* sampai mengecek nomor PUK kalau kartu secara tak sengaja terblokir. Ada lagi fitur *Promo & Notification* yang sangat berguna bagi pelanggan yang ingin mengetahui berbagai promo terbaru yang dikeluarkan Telkomsel serta notifikasi pemakaian paket internet dari kartu yang dipakai.

Aplikasi MyTelkomsel adalah aplikasi *self-service* yang memberikan pengalaman baru dan kemudahan untuk pelanggan Telkomsel yang memberikan layanan berbentuk aplikasi yang diluncurkan Telkomsel untuk memberikan kemudahan akses pelayanan pelanggan yang menggunakan *Smartphone* atau Tabet. Aplikasi MyTelkomsel Apps ini bisa diunduh di *Smartphone* dengan *Operating System* (OS) Android dan iOS ini dianggap sebagai sebuah inovasi baru bagi pelanggan Telkomsel yang menggunakan *Smartphone*. MyTelkomsel memberikan informasi *profile* pelanggan, memudahkan isi ulang pulsa, informasi promo Telkomsel, pembayaran tagihan Telkomsel dan pembelian paket layanan Telkomsel lainnya. (www.telkomsel.com).

Gambar 2.2 MyTelkomsel Apps V.2 – Telkomsel *Digital World*



Sumber : Aplikasi MyTelkomsel Apps 2016

Dengan beragamnya cara untuk melakukan pengisian saldo atau pulsa kartu Prabayar Telkomsel dan beragamnya juga harga yang berada dipasar membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam melakukan pembelian pulsa. Memanfaatkan pelanggan yang mengakses internet yang cukup besar seperti Gambar demografi pengguna internet Indonesia dapat dilihat bahwa yang mengakses menggunakan

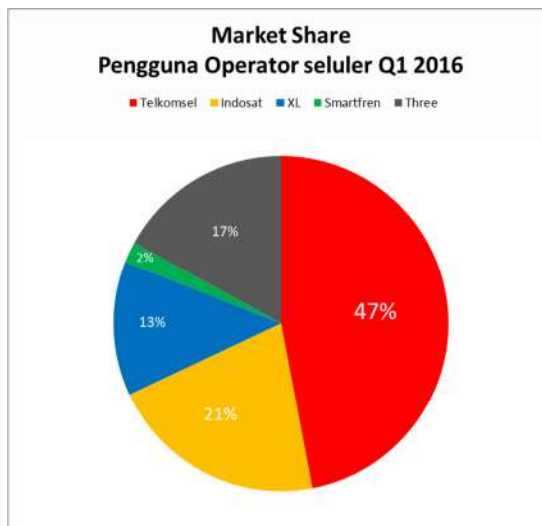
telepon selular atau *Smartphone* lebih dominan dan seiring kebutuhan pelanggan akan internet cukup menjadi seperti kebutuhan pokok maka akan berbanding lurus dengan kebutuhan pulsa untuk melakukan pembelian paket internet yang akan digunakan oleh pelanggan.

1.2 Latar Belakang

Pada tahun 2016, Indonesia yang memiliki populasi 258 juta jiwa (www.bps.go.id) menjadikannya sebagai negara terbesar ke empat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Selain itu, Indonesia yang terletak di garis khatulistiwa juga merupakan sebuah negara yang memiliki 17.508 pulau dan menjadikannya sebagai negara kepulauan terbesar di dunia (www.Indonesia.go.id). Dengan kondisi geografis yang seperti ini, maka penduduk Indonesia membutuhkan sarana telekomunikasi yang memadai di mana saat ini lima besar operator selular terus meningkatkan pengguna serta layanan agar lebih memadai di mana saat ini *market share* dari ke lima operator tersebut seperti Gambar 1.3

Dari total ke lima operator tersebut *market share* pengguna masih didominasi oleh Telkomsel sebesar 157.39 juta pelanggan dengan besaran persentase 47% dari total keseluruhan pelanggan lima operator seperti Gambar 1.3:

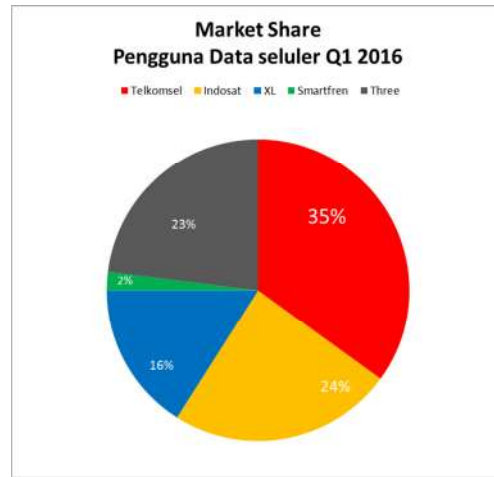
Gambar 3.3 *Market share* user operator selular Q1 2016



Sumber : Annual Report operator selular Q1 2016

Dengan *market share* pengguna data pada kelima operator masih di dominasi oleh Telkomsel sebesar 35% yang diikuti oleh Indosat 24% lalu Three 23% maupun XL 16% seperti Gambar 1.4.

Gambar 4.4 *Market share* pengguna data selular Q1 2016



Sumber : Annual Report operator seluler Q1 2016

Telkomsel memiliki jaringan *coverage* yang cukup luas dibanding dengan para kompetitornya seperti terlihat pada gambar *coverage* area jaringan Smartfren, Indosat dan Telkomsel dibawah membuat Telkomsel menjadi Operator Nomor 1 di Indonesia yang memiliki akses ke berbagai pelosok daerah di Indonesia.

Gambar 5.5 *Coverage* area jaringan Smartfren, Indosat dan Telkomsel

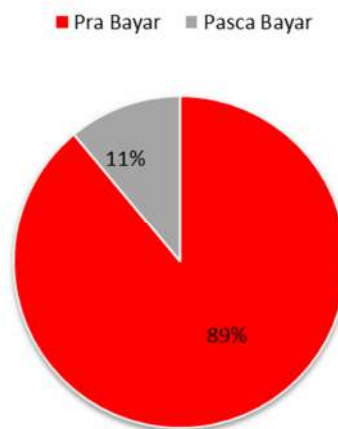


Sumber: aplikasi nPerf

Pada tahun 1997 kartu Prabayar baru diluncurkan oleh Telkomsel sebagai terobosan. Isi ulang pun dilakukan dengan pembelian *voucher* gosok. Ini merupakan

titik yang menjadi awal mula bermunculannya outlet-outlet pulsa. Tidak lama, Telkomsel mengeluarkan *Autorefill* atau B2B berupa EDC (*Electronic Data Capture*) yang khusus mengisi ulang saldo simPATI tepatnya pada bulan Maret 2002. Ini memungkinkan pengisian pulsa tanpa kode gosok dan tentu mempermudah pembeli. M-KIOS pun lahir pada bulan Juni 2004 untuk semakin mempermudah outlet guna melayani pengisian ulang prabayar pelanggan Telkomsel di berbagai wilayah. Berkembangnya cara untuk melakukan isi ulang saldo kartu *prepaid* dapat dilakukan di *channel-channel* bank maupun *modern channel* untuk memudahkan pelanggan *prepaid* (pra bayar) di mana saat ini mendominasi dari total pelanggan Telkomsel seperti Gambar 1.6.

Gambar 6.6 Pelanggan Telkomsel Q1 2016

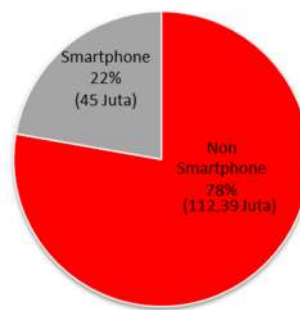


Sumber : Annual Report Telkomsel Q1 2016

Seiring berkembangnya zaman serta teknologi komunikasi, proses komunikasi dapat dilakukan tanpa batasan waktu, jarak dan tempat. Awalnya *Smartphone* hanya tenar di kalangan pebisnis yang mencoba mengganti perangkat penunjang aktivitasnya dengan *Smartphone*. Tetapi seiring berjalannya waktu *Smartphone* yang tidak hanya memiliki fungsi penunjang aktivitas bisnis, mulai merambah ke kalangan di luar pebisnis. *Smartphone* dapat digunakan untuk menjadi asisten pribadi, dikarenakan alat ini dapat menyimpan data-data penting untuk perihal bisnis maupun menjadi sebagai pengingat apa yang harus dilakukan selanjutnya oleh si penggunanya. *Smartphone* dapat masukan berbagai aplikasi untuk keperluan chat, email, telepon, media sosial, dan hiburan. Fitur penjelajahan internet yang di *Smartphone* menjadikan peningkatan *mobile* internet, tanpa data internet sebuah

Smartphone pasti terasa kurang lengkap. Keinginan pengguna *Smartphone* untuk selalu *online* ini menyebabkan meningkatnya penggunaan paket data operator seluler tidak terelakkan juga pengguna *Smartphone* pelanggan Telkomsel saat ini sudah berjumlah 22% dari total pelanggan Telkomsel seperti pada gambar 1.7 tidak terelakkan jumlah pengguna *Smartphone* akan selalu terus meningkat seiring dengan berkembangnya teknologi *Smartphone* yang semakin hari semakin berkembang dan terjangkau.

Gambar 7.7 Handset pelanggan Telkomsel



Sumber : News <http://www.telkomsel.com>

Di dunia digital yang semakin *mobile*, Telkomsel menyadari bahwa semakin banyak pelanggan yang menggunakan *Smartphone*. Dengan begitu, pulsa sebagai satuan biaya yang dibayar di depan untuk dapat menggunakan layanan data dan komunikasi sudah menjadi salah satu bagian penting dari kebutuhan sehari-hari untuk menunjang aktivitas dan komunikasi mereka. Saat ini pengguna data Telkomsel didominasi berasal dari *mobile*, tentunya kebutuhan pulsa atau paket data selalu ada. Operator menyediakan aplikasi untuk kemudahan pelanggan dengan fitur-fitur seperti pada Tabel 1.1 dan untuk pelanggan Telkomsel dengan menggunakan MyTelkomsel Apps maka pelanggan tidak perlu antri atau berpergian untuk membeli pulsa atau membayar tagihan Telkomsel sehingga bisa menghemat waktu mereka yang sangat berharga.

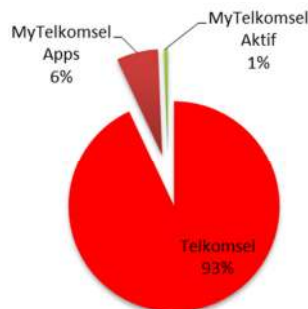
Tabel 1.1 Fitur *APPS* Operator Selular 2016

				
Isi Pulsa Pra Bayar				
Kode Voucher			v	v
Bayar via Debit	v			v
Bayar via CC	v	v		v
Bayar via eMoney	T-Cash	XL Tunai		
Bayar Pasca Bayar	v			
Bayar via Debit	v			
Bayar via CC	v			
Bayar via eMoney	T-Cash			
Beli Paket				
Paket Internet	v	v	v	v
Paket Telepon	v	v	v	v
Pake SMS	v	v	v	v
Informasi SimCard				
Profile SimCard	v	v	v	v
Balance Pulsa	v	v	v	v
Balance Internet	v	v	v	v
Balance Bonus	v	v	v	v
Benefit Lainnya				
Reedem Point	v			
Info Promo	v	v		v

(sumber: MyTelkomsel, MyCare Ooredoo, Bima Tri, myXL)

Sebagai mana disampaikan Salman Teguh Pratista, Selaku Digital Product & Channel Development Telkomsel yang peneliti wawancarai pada tanggal 21 September 2016 “Bahwa user MyTelkomsel sudah mencapai 11 juta atau sekitar 7% dari total keseluruhan pelanggan Telkomsel seperti terlihat pada gambar 1.8 Juta dan user aktif saat ini rata-rata perbulan mencapai 1 juta atau 1% dari total pelanggan yang mengakses MyTelkomsel”

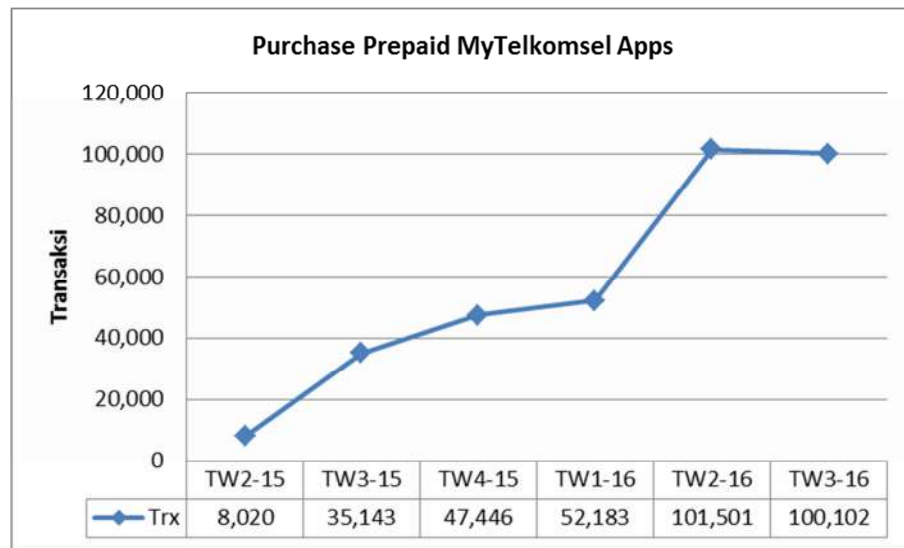
Gambar 8.8 Pengguna MyTelkomsel



Sumber : Pengolahan hasil wawancara & Annual Report Telkomsel

Pengguna data Telkomsel didominasi berasal dari *mobile* dan pelanggan prabayar tentunya kebutuhan pulsa atau paket data akan selalu ada seiring positifnya kebutuhan tersebut berdampak pada penggunaan aplikasi MyTelkomsel yang dominan dengan pembelian pulsa prabayar yang terus meningkat seperti pada Gambar 1.9 di mana terlihat perkembangan yang cukup baik sejak Telkomsel mempublikasikan layanan aplikasi MyTelkomsel Apps, peningkatan transaksi tersebut didukung dengan promosi yang dilakukan oleh Telkomsel hal itu menjadi salah satu dampak yang meningkatkan penggunaan MyTelkomsel Apps.

Gambar 9.9 Performansi Purchase Pulsa *Prepaid* MyTelkomsel Apps



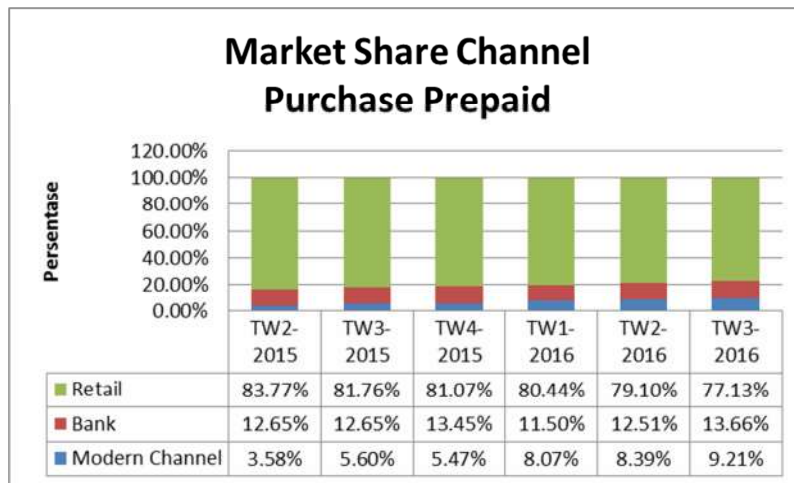
(sumber: dashboard performansi finnet indonesia)

Hal ini berlaku juga pada layanan MyTelkomsel Apps. Sebelum melakukan pembelian, pelanggan akan membandingkan faktor-faktor yang dimiliki oleh layanan tersebut. Jika persepsi pelanggan terhadap layanan tersebut adalah positif, maka besar kemungkinan Pelanggan akan menggunakan layanan tersebut untuk melakukan pembelian. Bagi sebagian Pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian dan mereka telah mendapatkan pengalaman serta referensi dari pembelian awal akan lebih mudah dalam menentukan pembelian berikutnya.

Seberapa besar dan *variable* apa saja yang berpengaruh dalam menggunakan aplikasi MyTelkomsel Apps diharapkan dapat terjawab. Harga bukanlah satu-satunya faktor penting dalam menentukan pembelian akan tetapi juga kualitas pelayanan dan kenyamanan. Berdasarkan berbagai keinginan Pelanggan tersebut dan

ketatnya persaingan di industri telekomunikasi selular ini, maka perusahaan selular harus dapat memenuhi kebutuhan Pelanggan untuk memenangkan persaingan dengan kompetitornya. Untuk itu, perusahaan harus dapat mempelajari perilaku kosumen, terutama faktor-faktor yang berhubungan dalam keputusan menggunakan aplikasi MyTelkomsel Apps. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor penting yang mempengaruhi keputusan pelanggan menggunakan MyTelkomsel Apps dengan mengembangkan variabel- variabel yang sudah ada untuk mengevaluasi jumlah pelanggan dengan melakukan perubahan pada faktor-faktor yang signifikan.

Gambar 10.10 *Market share Channel Purchase Prepaid*



(sumber : dashboard performansi finnet indonesia)

Layanan seluler telah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat sehingga dengan memperluas *channel* distribusi produk dan layanan Telkomsel melalui MyTelkomsel Apps diharapkan dapat terus memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. MyTelkomsel Apps yang tersedia pada *Smartphone* Android dan iOS diharapkan dapat mendukung gaya hidup digital yang semakin diadopsi masyarakat.

Keputusan pelanggan dalam mengambil suatu keputusan dalam menggunakan suatu layanan terdapat banyak faktor yang berperan penting antara lain *Trust*, *Trust* merupakan persepsi yang timbul pertama kali ketika akan atau setelah menggunakan layanan baru. Hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam perilaku pelanggan yaitu *performance* dari sebuah produk dengan harapan dengan menggunakan MyTelkomsel Apps memudahkan dan mempercepat layanan. Kemudahan dalam menggunakan suatu layanan, termasuk di dalamnya ketersediaan sumber daya dalam

menggunakan layanan teknologi di antaranya adalah edukasi melalui berbagai sumber informasi seperti informasi cara penggunaan maupun informasi melalui media digital yang sangat efektif di era serba digital dan media penyiaran seperti radio dan televisi yang mampu menyampaikan pesan atau informasi secara luas ke berbagai lapisan pelanggan Telkomsel, hal tersebut merupakan faktor lain yang perlu diteliti pengaruhnya terhadap perilaku Pelanggan. Pada sisi lain pelanggan mengadopsi sebuah layanan atau teknologi baru dapat dikarenakan dorongan motivasi untuk mencoba hal baru dari layanan atau fitur yang terdapat pada teknologi tersebut, atau dikarenakan *Social Influence*. Perilaku pelanggan dapat juga dipengaruhi oleh kebiasaan sehingga membuat pelanggan merasa nyaman untuk terus menggunakan layanan tersebut selain itu kepercayaan seseorang terhadap teknologi baru masih minim ada rasa kekhawatiran dan ketidakpercayaan akan keamanan jika transaksi pembayaran online, selain itu faktor usia juga memiliki peranan yang menentukan seseorang dalam menggunakan aplikasi MyTelkomsel Apps.

Pelanggan yang mengadopsi layanan aplikasi MyTelkomsel Apps masih sangatlah kecil di mana baru 1% user aktif dari total keseluruhan pelanggan Telkomsel untuk itu perlu penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan menggunakan aplikasi MyTelkomsel Apps sehingga dapat meningkatkan pengguna MyTelkomsel Apps tersebut agar sejalan dengan misi Telkomsel untuk membangun ekosistem digital di Indonesia. Faktor-faktor tersebut perlu dicermati dan diteliti sehingga dapat diketahui faktor-faktor manakah yang berpengaruh terhadap adopsi layanan aplikasi MyTelkomsel Apps. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk melakukan analisa dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang diuraikan sebelumnya yaitu: *Trust, habit*, motivasi, performansi layanan, keamanan serta kemudahan dalam penggunaan dan pengaruh orang sekitar, maka metode yang tepat mengenai perilaku Pelanggan dalam mengadopsi suatu layanan atau teknologi baru adalah dengan menggunakan modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Berdasarkan kajian *literature* dinyatakan bahwa model penelitian menggunakan UTAUT dapat memberikan hasil yang lebih baik dan komprehensif dalam mereprekasikan adopsi teknologi.

Berdasarkan fenomena yang ada dalam latar belakang permasalahan yang sudah diuraikan, serta mempertimbangkan salah satu teori yang dapat digunakan dalam mengetahui perilaku pelanggan dalam mengadopsi layanan aplikasi MyTelkomsel Apps, adalah menggunakan teori *the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan menyesuaikan variabel moderator.

Hal lain yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah pengaruh dari jenis kelamin dan usia. Karena perbedaan jenis kelamin dan usia dapat memberikan dorongan perilaku yang berbeda pada setiap orang. Sehingga dengan memasukan variabel umur (*age*) dan jenis kelamin (*Gender*) diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang lebih detail komprehensif.

1.3 Perumusan Masalah

MyTelkomsel Apps adalah *mobile Apps* berupa layanan berbentuk aplikasi yang diluncurkan Telkomsel untuk memberikan kemudahan akses pelayanan pelanggan yang menggunakan *Smartphone* atau Tablet. Aplikasi MyTelkomsel memberikan layanan ke Pelanggan yaitu Informasi terkait nomor telpon (pemakaian, kuota, dan pulsa) dan mempermudah isi pulsa serta pembelian paket. Aplikasi MyTelkomsel Apps ini bisa diunduh di *Smartphone* dengan *Operating System* (OS) Android dan iOS ini dianggap sebagai sebuah inovasi baru bagi pelanggan Telkomsel yang menggunakan *Smartphone*.

Telkomsel sebagai operator terbesar di Indonesia menyediakan aplikasi MyTelkomsel Apps dengan berbagai fitur dan layanan yang dapat membantu pelanggan terkait layanan Telkomsel tetapi adopsi saat ini belum cukup signifikan dari total pelanggan Telkomsel di mana saat ini jumlah user MyTelkomsel mencapai 11 juta atau 7% dan rata-rata per bulan yang mengakses berkisar di angka 1 juta atau 1% dari total pelanggan Telkomsel.

Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan Telkomsel dalam menggunakan aplikasi MyTelkomsel Apps belum dipahami secara baik. Studi mengenai layanan MyTelkomsel Apps belum banyak. Sehingga belum ada acuan yang cukup untuk menentukan formula yang tepat dalam keputusan pelanggan terhadap aplikasi MyTelkomsel Apps sehingga tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi tersebut belum dapat ditingkatkan dengan maksimal.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya pertanyaan yang muncul dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar penilaian responden terhadap Variabel - Variabel dalam penelitian ini (*Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Price Value (PV)*, *Habit (H)*, *Trust (T)*, *Behavior Intention (BI)* dan *Use Behavior (UB)*)
2. Apakah Variabel *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Price Value (PV)*, *Habit (H)*, dan *Trust (T)* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavior Intention* ?
3. Apakah Variabel *Age (A)* dan *Gender (G)* menjadi moderator dalam hubungan *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Price Value (PV)*, *Habit (H)*, dan *Trust (T)* terhadap *Behavior Intention (BI)*?
4. Apakah Variabel *Behavior Intention (BI)* berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavior to Use (BU)*

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai 3 (tiga) tujuan utama yang ingin dicapai, yaitu:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan variabel yang terbukti berpengaruh terhadap perilaku pelanggan dalam mengadopsi aplikasi MyTelkomsel Apps.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor dalam model modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang telah dimodifikasi apakah memiliki pengaruh dalam adopsi aplikasi MyTelkomsel Apps.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan jenis kelamin dan usia dalam penggunaan aplikasi MyTelkomsel Apps memiliki dampak terhadap pengaruh dari faktor-faktor dalam model modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang telah dimodifikasi.

1.6 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, selain dimaksudkan untuk menambah pengetahuan peneliti mengenai

customer behaviour, customer preferences, ataupun penelitian tentang adopsi teknologi sejenis.

Secara garis besar penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik dari aspek teoritis maupun aspek praktis sebagai berikut :

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Bagi akademisi Para akademisi diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam mengetahui perkembangan strategi pemasaran produk atau layanan baru berdasarkan perkembangan teknologi digital atau teknologi ICT dan perkembangan perilaku pelanggan terhadap minat atau ketertarikan serta tanggapan pelanggan dalam penggunaannya.
2. Bagi peneliti berikutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan sebagai bahan masukan untuk penelitian berikutnya, khususnya bahan kajian empiris terutama menyangkut keputusan terhadap penggunaan sebuah aplikasi.

1.6.2 Aspek Praktis

Pengambil kebijakan Bahan masukan bagi para pengambil kebijakan dalam merumuskan kebijakan sebagai salah satu sumber informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat keputusan pelanggan dalam menggunakan aplikasi MyTelkomsel Apps.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah pembaca mengetahui urutan pembahasan penelitian, disusun pengorganisasian penulisan. Berikut ini penjelasan masing-masing bab:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijabarkan gambaran umum objek penelitian, latar belakang perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tinjauan pustaka terkait dengan permasalahan dan *variable* yang ingin ditelaah secara lebih mendalam untuk kemudian digunakan dalam menyusun kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, teknik sampling, teknik pengumpulan data, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pengolahan data dan pengujian hipotesis dengan menggunakan data yang telah berhasil dikumpulkan. Pada bab ini juga berisi penjelasan detail mengenai hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan mengenai hasil-hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.

