

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

*Smartphone* pada saat ini merupakan suatu industri yang sangat kompetitif dan cepat berkembang, meskipun pasar global terus tumbuh, kompetisi diantara perusahaan terkemuka terus meningkat juga. Untuk mempertahankan daya saing mereka dalam membuat produk *smartphone* dengan menawarkan fitur-fitur yang lebih baru dan membedakan dengan pesaing *smartphone* lainnya. *Smartphone* sangat diandalkan oleh para penggunanya karena mampu melakukan banyak hal yang baik dan mampu mendukung dalam berbagai aktivitas-aktivitas mereka.

Di tahun 2013 ini *smartphone* telah memiliki standart dengan kualitas teknologi tinggi yang ditawarkan oleh setiap perusahaan baik dari perusahaan Samsung, Apple, Google dan juga nama-nama besar lainnya termasuk Nokia, HTC, Sony, dan Motorola yang telah merajahi pasar *smartphone*. Tidak hanya perusahaan besar saja yang pada saat menjalankan bisnisnya di dunia *smartphone* tetapi perusahaan-perusahaan lokal ikut meramaikan pasar *smartphone* di tanah air dengan menawarkan harga yang murah dan kualitas yang tidak kalah dari produsen *Smartphone* yang telah memiliki citra merek di kalangan konsumen, sehingga banyak yang menjadi pilihan untuk konsumen yang berniat untuk memiliki atau membeli *smartphone* yang terbaik di tahun 2013 ini.

Pada saat ini terdapat dua ponsel yang beredar di pasar Indonesia, yakni *feature phone* dan *Smartphone*. Menurut beritateknologi.com terdapat perbedaan antara *feature phone* dengan *Smartphone*, *feature phone* merupakan transisi antara handphone biasa dengan *smartphone* dan biasanya *feature phone* hanya memiliki satu fitur yang menjadi keutamaan sebuah handphone misalnya kemampuan kamera yang mampu menghasilkan gambar dengan resolusi tinggi. Sedangkan, ***Smartphone*** merupakan telepon genggam yang dilengkapi dengan sebuah sistem operasi, prosesor, jaringan seluler (wifi dan 3G), kamera resolusi tinggi dan serta tersedianya GPS yang layaknya seperti komputer. Menurut wahana komputer, **sistem operasi** adalah seperangkat program yang mengelola

sumber daya perangkat keras komputer dan menyediakan layanan umum untuk aplikasi perangkat lunak. Pada saat ini pengembang sistem operasi terbesar untuk *smartphone*, yakni: Apple (iOS), Google (Android), RIM (blackberry), dan Microsoft (Windows Phone).

Dalam tabel 1.1 dan tabel 1.2 berikut ini merupakan produk *smartphone* global dan china-lokal yang baru saja diperkenalkan di bulan September 2013 dan telah tersedia di berbagai Negara belahan dunia ini dan *smartphone* yang akan meramaikan pasar *smartphone* diIndonesia.

Tabel 1.1 New Smartphone Global

No	Merek dan Jenis Smartphone	Sepesifikasi
1.	<p>LG Nexus 5</p> 	<p>1. <b>Display:</b> 4.92" 16M- color 1080P TrueHD                  2. <b>Chipset:</b> Quad-core 2.3 GHz Krait 400 CPU, GPU Adreno 330                  3. <b>Memory:</b> 16GB, 2GB of RAM                  4. <b>OS:</b> Android 4.4.2 KitKat                  5. <b>Camera:</b> 8MP, 1.3MP front-facing                  6. <b>Harga:</b> Rp. 5.799.000</p>
2.	<p>Apple iPhone 5s</p> 	<p>1. <b>Display:</b> 4" 16M-color LED-backlit IPS                  2. <b>Chipset:</b> 1.3 GHz dual-core ARMv8 64-bit CPU                  3. <b>Memory:</b> 16,32,64GB, 1GB of LPDDR3                  4. <b>OS:</b> iOS 7 With iCloud integration                  5. <b>Camera:</b> 8MP, 1,2MP front-facing                  6. <b>Harga:</b> mulai dari Rp. 10.499.000</p>
3.	<p>Blackberry Z30</p> 	<p>1. <b>Display:</b> 5" 16M-color Super AMOLED 720p                  2. <b>Chipset:</b> 1.7 GHz dual-core CPU, GPU Adreno 320                  3. <b>Memory:</b> 16GB, 2GB of RAM, MicroSD                  4. <b>OS:</b> Blackberry OS 10.2                  5. <b>Camera:</b> 8MP, 2MP front-facing                  6. <b>Harga:</b> Rp. 7.850.000</p>

Sumber: Dikelolah oleh peneliti dari tabloid pulsa dan gsmarena.

Tabel 1.2 New smartphone China and lokal

No	Merek dan Jenis Smartphone	Spesifikasi
1.	<p>Polytron Crystal 4</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Display:</b> 4.8” Super AMOLED 720P</li> <li>2. <b>Chipset:</b> Quad core 1.5 Ghz CPU, GPU PowerVR SGX544</li> <li>3. <b>Memory:</b> 16 GB, 1 GB of RAM</li> <li>4. <b>OS:</b> Android 4.2 Jelly Bean</li> <li>5. <b>Camera:</b> 8 MP, 5 MP Front-facing</li> <li>6. <b>Harga:</b> Rp 3.600.000</li> </ol>
2.	<p>Advan Vandroid S5G</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Display:</b> 5.7” LCD IPS Panel 1080P</li> <li>2. <b>Chipset:</b> Quad core 1.5 GB MTK Cortex A7 CPU, GPU PowerVR SGX 544</li> <li>3. <b>Memory:</b> 32GB, 1 GB of RAM</li> <li>4. <b>OS:</b> Android 4.2 Jelly Bean</li> <li>5. <b>Camera:</b> 18MP, 5MP Front-facing</li> <li>6. <b>Harga:</b> Rp 3.500.000</li> </ol>
3.	<p>Smartfren Andromax Z</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Display:</b> IPS LCD 5.5” 16M-color 720P</li> <li>2. <b>Chipset:</b> Quad-core 1.5GHz MTK6589, GPU PowerVR SGX 544</li> <li>3. <b>Memory:</b> 8 GB, 1GB of RAM, MicroSD</li> <li>4. <b>OS:</b> Android 4.2 Jelly Bean</li> <li>5. <b>Camera:</b> 8MP, 2MP front-facing</li> <li>6. <b>Harga:</b> Rp. 2.750.000</li> </ol>

Sumber: Dikelolah oleh peneliti dari tabloid pulsa dan gsmarena.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi *smartphone* pada saat ini mengalami kemajuan sangat pesat, baik itu dari desain produk, kualitas dari *smartphone* itu sendiri, harga yang bervariasi, dan serta ketersediaan pembaruan sistem operasi di teknologi *smartphone*. *Smartphone* pada saat ini bisa dipersepsikan sebagai barang pribadi yang berharga tidak hanya sebagai alat komunikasi saja tetapi melainkan telah mencerminkan gaya hidup bagi para penggunanya di dalam kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan data penjualan *smartphone* di kuartal ke 2 tahun 2013 menurut lembaga riset gartner.com (diakses pada tanggal 23 April 2014) yang mengatakan

penjualan *smartphone* secara global dilaporkan naik hingga 225 juta unit *smartphone* atau meningkat sebesar 46,5% di banding kuartal kedua 2012. Penjualan dari *feature phone* mencapai 210 juta unit dan mengalami penurunan hingga 21% dari tahun ke tahun. Samsung mempertahankan posisi pertama di pasar *smartphone* global dimana pangsa pasarnya naik dari 29,7% di kuartal kedua 2012 menjadi 31,7% di kuartal kedua 2013. Penjualan *smartphone* Apple mencapai 32 juta unit pada kuartal kedua 2013, dan mengalami kenaikan sebesar 10,2% dari tahun sebelumnya.

**Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2Q13 (Thousands of Units)**

<b>Company</b>	<b>2Q13 Units</b>	<b>2Q13 Market Share (%)</b>	<b>2Q12 Units</b>	<b>2Q12 Market Share (%)</b>
Samsung	71,380.9	31.7	45,603.8	29.7
Apple	31,899.7	14.2	28,935.0	18.8
LG Electronics	11,473.0	5.1	5,827.8	3.8
Lenovo	10,671.4	4.7	4,370.9	2.8
ZTE	9,687.6	4.3	6,331.4	4.1
Others	90,213.6	40.0	62,704.0	40.8
<b>Total</b>	<b>225,326.2</b>	<b>100.0</b>	<b>153,772.9</b>	<b>100.0</b>

Source: Gartner (August 2013)

Gambar 1.1 Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2Q13

(Sumber : Gartner.com diakses pada tanggal 23 april 2014)

Menurut Anshul Gupta sebagai analis utama penelitian di gartner mengatakan *smartphone* menyumbang penjualan ponsel sebesar 51,8% penjualan di kuartal kedua 2013 dan melampaui penjualan *feature phone* untuk pertama kalinya. Asia pasifik, amerika latin dan eropa timur menunjukkan tingkat pertumbuhan *smartphone* yang tertinggi yakni: 74,1%, 55,7%, dan 31,6%. Menurut gartner.com, faktor yang paling menentukan atas kemenangan *smartphone* atas *feature phone* adalah sistem operasi Android karena OS milik google memegang 79% dari pangsa pasar *smartphone* di kuartal kedua tahun 2013.

**Table 2****Worldwide Smartphone Sales to End Users by Operating System in 2Q13 (Thousands of Units)**

<b>Operating System</b>	<b>2Q13 Units</b>	<b>2Q13 Market Share (%)</b>	<b>2Q12 Units</b>	<b>2Q12 Market Share (%)</b>
Android	177,898.2	79.0	98,664.0	64.2
iOS	31,899.7	14.2	28,935.0	18.8
Microsoft	7,407.6	3.3	4,039.1	2.6
BlackBerry	6,180.0	2.7	7,991.2	5.2
Bada	838.2	0.4	4,208.8	2.7
Symbian	630.8	0.3	9,071.5	5.9
Others	471.7	0.2	863.3	0.6
<b>Total</b>	<b>225,326.2</b>	<b>100.0</b>	<b>153,772.9</b>	<b>100.0</b>

Source: Gartner (August 2013)

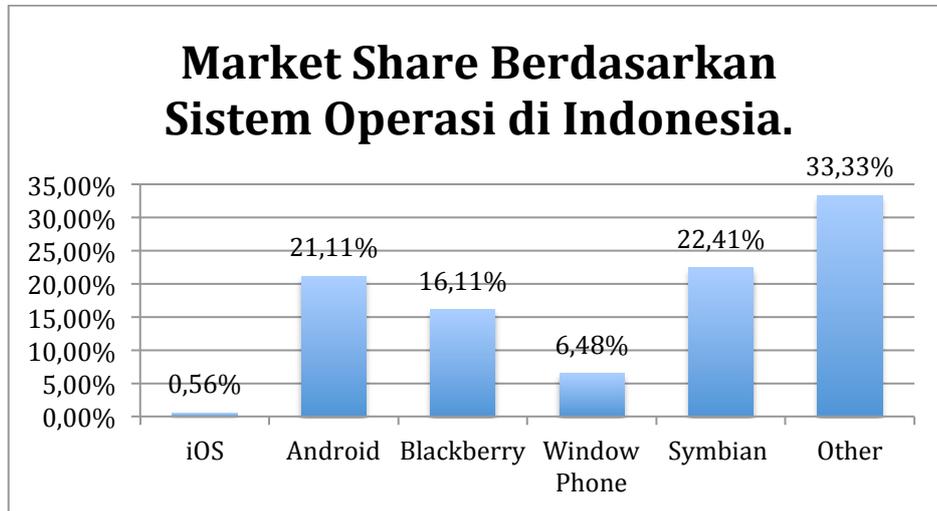
Gambar 1.2 worldwide Smartphone Sales to End Users by Operating System in 2Q13

(Sumber : Gartner.com diakses pada tanggal 23 april 2014)

Penjualan *smartphone* Android telah terjual lebih dari 177 juta *smartphone* di seluruh dunia. Di posisi ke dua Apple iOS dengan pangsa pasar 14.2% dan mengalami penurunan 4.6%, meski Apple mengalami peningkatan penjualan di kuartal kedua 2013 menjadi 32 juta unit *smartphone* dari kuartal kedua tahun sebelumnya yang sebesar 28,9%. Di posisi ketiga di isi oleh Microsoft dengan pangsa pasar 3.3% dan mengalami peningkatan 0.7% dari kuartal kedua tahun sebelumnya. Lalu disusul oleh blackberry mengalami penurunan penjualan di kuartal kedua tahun 2013 dibanding tahun sebelumnya dan kehilangan pangsa pasar sebelumnya sebesar 2.5%. posisi terakhir ada Bada OS dan OS Symbian dengan pangsa pasar 0.3% dan 0.2%.

Menurut riset jana.com (diakses pada tanggal 24 April 2014), kepemilikan *smartphone* di Indonesia masih 45% dari keseluruhan masyarakat. Dibandingkan beberapa Negara tetangga, Indonesia masih tertinggal, Vietnam mencapai 55% dan di Philipina sudah 63%, sehingga perang *smartphone* berdasarkan sistem operasi masih sangat terbuka di Indonesia. Sementara jika dilihat dari kepemilikan ponsel berdasarkan sistem operasinya, kepemilikan ponsel di masyarakat Indonesia, OS Symbian masih mendominasi pasar sebesar 22.41%, Diikuti

Android dengan 21.11%, lalu disusul oleh Blackberry sebesar 16%, Windows Phone sebesar 6.48%, dan iOS berada di posisi yang paling kecil, yakni sebesar 0.56%.



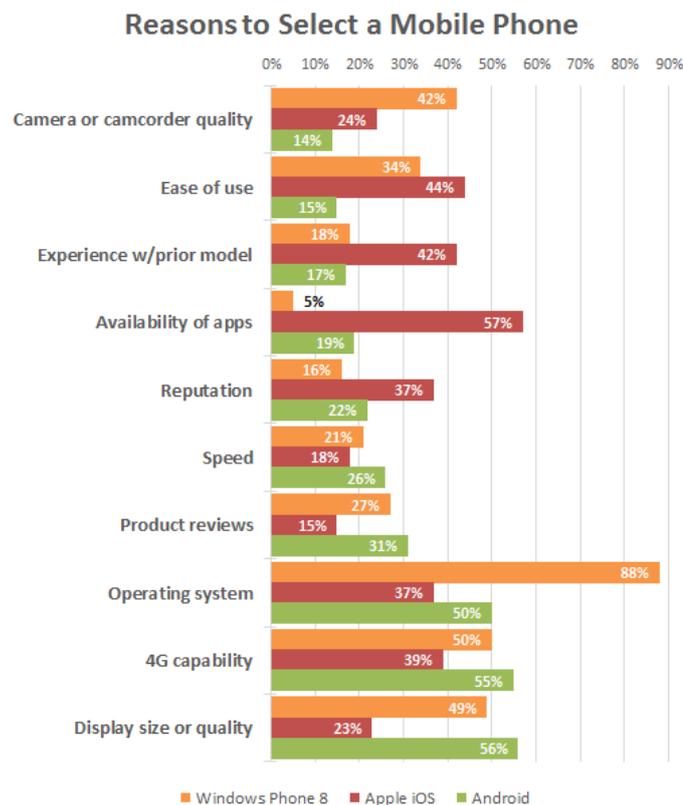
Gambar 1.3 Market Share Smartphone Berdasarkan Sistem Operasi di Indonesia Tahun 2013

(Sumber : Jana.com pada tanggal 24 April 2014)

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh pcmag.com (diakses tanggal 9 desember 2013), ada beberapa alasan dalam memilih *platform smartphone*. Hasil dari survai tersebut, menunjukkan ada beberapa pertimbangan dari pembaca yang cenderung bervariasi ketika ingin membeli ponsel dengan OS tertentu. Misalnya, 56% pengguna Android yang membeli smartphone mereka pada tahun lalu yang mengatakan bahwa ukuran layar dan kualitas tampilan sebagai alasan utama untuk memilih telepon mereka. Untuk Apple, tercatat 23% yang menjadikan ukuran layar sebagai alasan untuk memilih ponsel mereka, karena faktanya ponsel Apple memiliki layar yang lebih kecil dari *smartphone* Android dan Smartphone Windows Phone.

Di sisi lain, pengguna Apple mengatakan ketersediaan aplikasi dan kemudahan penggunaan adalah faktor pendorong yang signifikan. Tak satupun dari karakteristik tersebut yang dikutip sebagai kunci oleh banyak pengguna Android. Sepertiga pengguna Android menunjukkan *review* produk dapat

membantu dalam membuat pilihan mereka, hanya 15% dari pengguna Apple mengatakan hal sama. Sementara itu, 44% dari pengguna Apple menunjukkan kemudahan penggunaan sangat penting dibandingkan dengan pengguna Android yang hanya 15% saja.

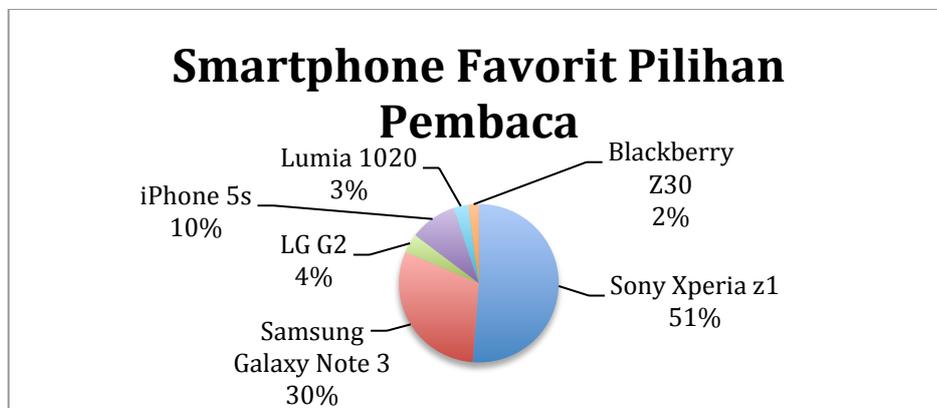


Gambar 1.4 Alasan Memilih Smartphone  
(Sumber: pcmag.com diakses 9 Desember 2013)

Grafik di atas menunjukkan presentase yang menunjukkan pengguna yang memilih *platform* berdasarkan motivator tertentu. Fitur-fitur yang ditawarkan *platform smartphone* berdasarkan menjadi alasan konsumen dalam memilih *smartphone* berdasarkan fitur yaitu kamera, ketersediaan aplikasi, operating sistem, kemampuan mengakses 4G, dan ukuran layar serta kualitas layar. Menurut USAtoday.com dikutip di antaranews.com (diakses tanggal 29 April 2014), terdapat 10 fitur serbaguna yang wajib dimiliki *smartphone* yakni: daya tahan baterai, kecepatan prosesor, layar yang jernih, kamera, *Near Field*

*Communications* (NFC), Multitasking, ruang penyimpanan, remote infra merah, sensor sidik jari, dan pengisian nirkabel.

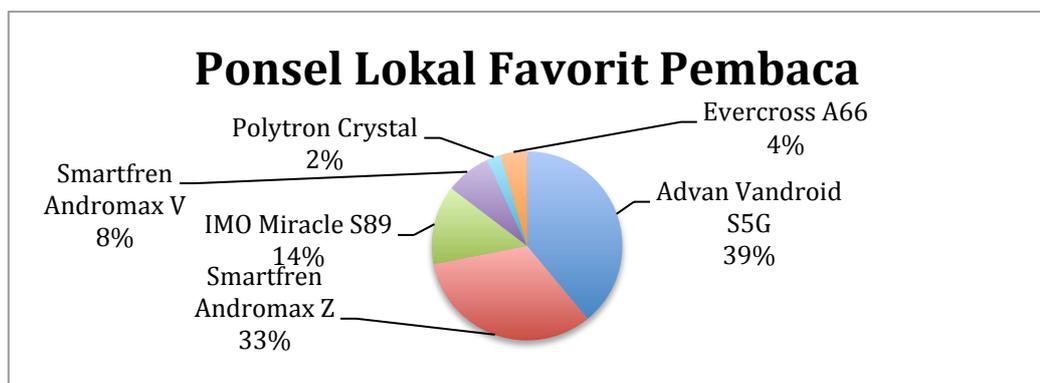
Hasil polling pembaca pulsa (dikutip dalam tabloid pulsa edisi 276 tahun 2014 halaman 18) yang terkumpul dalam seminggu sekitar 12.000 data valid yang merupakan gabungan sms dan online, mengatakan *smartphone high end* terfavorit pilihan pembaca adalah Sony Xperia Z1 dengan meraih 51% suara pembaca. Hal ini dianggap wajar karena selain penilaian editor di edisi sebelumnya yang sedikit banyak yang mempengaruhi keputusan pembaca dalam memilih *smartphone*, ponsel berlayar lebar, kualitas kamera, dan OS Android Jelly Bean-nya.



Gambar 1.5 Smartphone Favorit Pilihan Pembaca

(Sumber: [tabloidpulsa.co.id](http://tabloidpulsa.co.id) diakses tanggal 8 Januari 2014)

Selain itu dalam polling yang dilakukan tabloid pulsa untuk kategori *smartphone* lokal, dari hasil polling mengatakan Vandroid S5G dari Advan berhasil head to head dengan Andromax Z milik Smartfren. Keduanya sudah oke, tetapi Advan lebih unggul ketimbang Andromax Z.



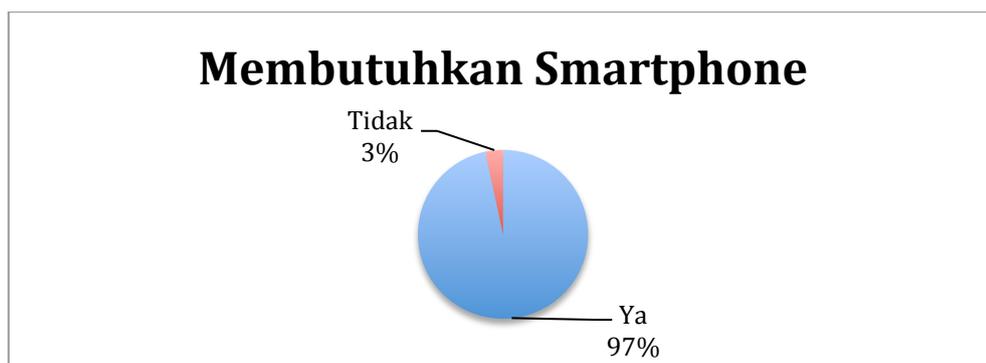
Gambar 1.6 Ponsel Lokal Favorit Pembaca  
(Sumber : [tabloidpulsa.co.id](http://tabloidpulsa.co.id) diakses 8 januari 2014)

Dari hasil polling yang dilakukan tabloid pulsa diatas, dapat dilihat bahwa minat konsumen di Indonesia terhadap tipe produk *smartphone* global dan *smartphone* lokal di pegang oleh sistem operasi Android dan iOS yang paling difavoritkan oleh pembaca tabloid pulsa. Sejumlah riset empiris (dikutip dari buku manajemen dan strategi merek karangan Fandi Tjiptono (2011:235)) yang melaporkan bahwa merek-merek global lebih disukai dibandingkan dengan merek-merek lokal, setindaknya di kalangan segmen-segmen konsumen tertentu. Secara umum, preferensi terhadap merek global dikarenakan citra superior, kualitas actual, dan perseptual yang lebih unggul, hasrat meniru gaya hidup di Negara maju, preferensi terhadap status simbolik, kosmopolitanisme, *world mindedness*, dan seterusnya.

Penggunaan *Smartphone* awalnya banyak digunakan oleh pengusaha dan eksekutif muda, tapi pada saat ini hampir semua kalangan telah banyak menggunakannya dikarenakan harga *smartphone* yang relatif terjangkau oleh kalangan masyarakat baik dari pelajar, mahasiswa, pelaku usaha, karyawan, dan ibu rumah tangga. Hal itu wajar karena *Smartphone* merupakan suatu hal yang penting dalam kehidupan bermasyarakat karena tidak hanya untuk sebagai alat telekomunikasi saja melainkan sudah menjadi suatu gaya hidup dan dapat membantu pekerjaan sehari-hari para penggunanya dengan memanfaatkan fitur-fitur dari *smartphone* baik dari kamera, *media player*, dan ketersediaan aplikasi media sosial (Facebook, Twitter, Path, *Blackberry Messenger*, dll) yang bisa di akses kapan saja dan dimana saja. Menurut studi yang dilakukan ComScore, masyarakat Indonesia terbilang lebih sering dalam urusan mengakses jejaring sosial, bahkan lebih tinggi ketimbang indeks rata-rata dunia. Bila indeks dunia hanya bertengger di angka 79%, indeks jejaring sosial masyarakat Indonesia mencapai 87%. Angka tersebut bahkan lebih tinggi dari indeks Asia Pasifik yang menembus 67% (Darussalam, 2013:24).

Yahoo! dan Mindshare mengumumkan hasil riset yang dilakukan pertengahan tahun 2013 terkait pengguna *smartphone* di Indonesia, terdapat 41 juta orang Indonesia yang memiliki *smartphone*. Segmen anak muda masih menjadi basis kuat dari perangkat pintar ini. Sebanyak 39%, alias terbesar dalam survey, pengguna adalah anak muda di kisaran usia 16 sampai 21 tahun. “hal itu wajar mengingat anak muda adalah segmen yang amat adaptif terhadap teknologi baru. Pasar *smartphone* di Indonesia di kuasai oleh mereka yang berusia belum mencapai 30 tahun,” ujar Head of Insights Yahoo! India dan Asia Tenggara David Jeffs. (dikutip dari [www.the-marketeers.com](http://www.the-marketeers.com) pada tanggal 9 desember 2013).

Untuk dapat mengetahui minat beli mahasiswa terhadap *smartphone* yang berdasarkan sistem operasi dari kualitas produk yang ditawarkan oleh produsen, pada tanggal 25 april 2014 peneliti melakukan observasi awal di Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, Sampel diambil acak dengan 30 responden yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi. Dalam observasi awal, terdapat empat pertanyaan sebagai berikut: Point pertama peneliti bertanya, “Apakah anda membutuhkan *smartphone* dalam menjalankan aktivitas anda sehari-hari?”, dari 30 responden, 97% mengatakan “Ya” dan 3% yang mengatakan “Tidak”.

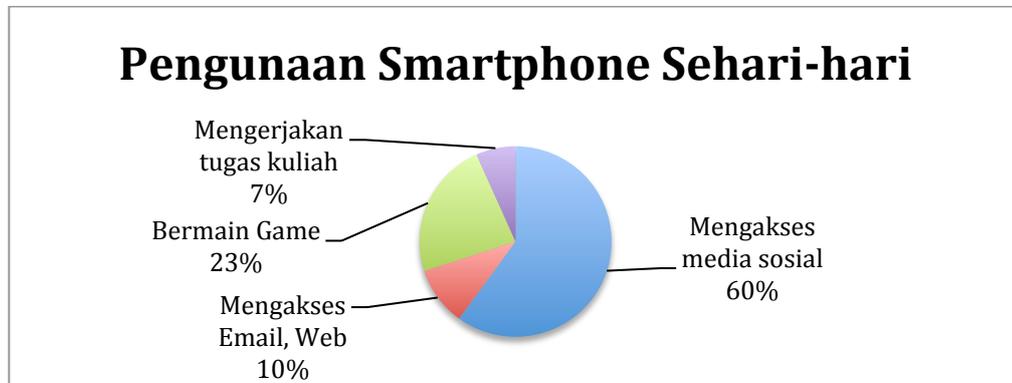


Gambar 1.7 Membutuhkan Smartphone

Sumber : Penelitian dan Observasi

Di point kedua, peneliti bertanya, “apakah yang anda sering lakukan dengan *smartphone* anda dalam sehari-hari?” jawaban responden yakni 60% yang

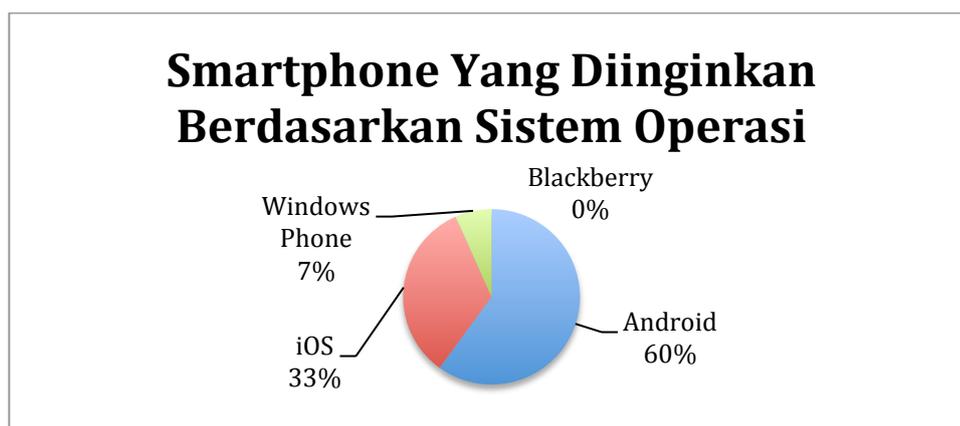
mengatakan menggunakan smartphonenya untuk mengakses media sosial, 23% bermain game, 10% mengakses web dan 7% mengerjakan tugas kuliah.



Gambar 1.8 Pengunaan Smartphone Sehari – Hari

Sumber : Penelitian dan observasi

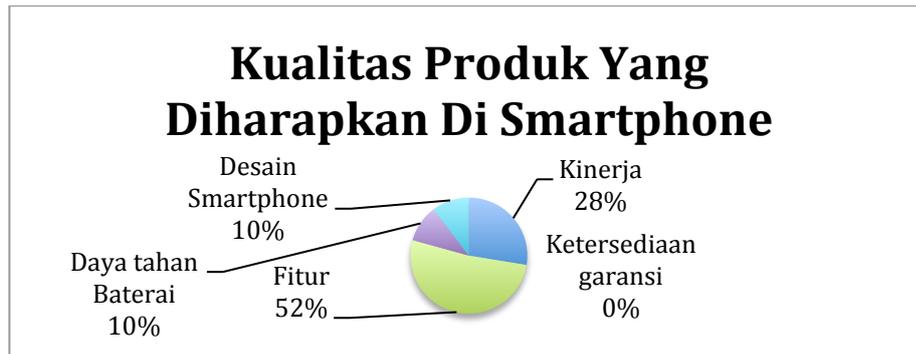
Point ketiga peneliti bertanya ”Untuk beberapa bulan kedepannya, jika anda berminat membeli *smartphone*, *Smartphone* dengan sistem operasi apa yang anda inginkan?”. Responden menjawab 60% mereka menginginkan *smartphone* dengan basis Android, 33% menginginkan iOS dan 7% menginginkan *smartphone* dengan Windows Phone.



Gambar 1.9 Smartphone Yang Diinginkan Berdasarkan Sistem Operasi

Sumber : Penelitian dan Observasi

Point keempat merupakan point terakhir dari observasi yang dilakukan peneliti, Bertanya “Kualitas produk apa yang anda harapkan dari sebuah *smartphone*?” jawaban dari 30 responden, 52% mengatakan fitur yang menjadi harapan mahasiswa terhadap kualitas produk, 28% mengatakan Kinerja, 10% daya tahan baterai, 10% mengatakan desain produk, dan 0 ketersediaan garansi.



Gambar 1.10 Kualitas Produk Yang Diharapkan Di Smartphone

Sumber : Penelitian dan Observasi

Dari hasil observasi awal diatas, peneliti mengetahui bahwa responden (mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom) membutuhkan *smartphone* untuk menjalankan berbagai aktivitas mereka sehari-hari, mahasiswa lebih sering menggunakan *smartphone* mereka untuk mengakses media sosial, Mayoritas minat beli mahasiswa terhadap *smartphone* berdasarkan system operasi adalah *smartphone* berbasis Android dan iOS, dan mayoritas kualitas produk yang diharapkan dari sebuah *smartphone* adalah fitur.

Berdasarkan uraian dari latar belakang, peneliti ingin melakukan sebuah penelitian yang berjudul “**Pengaruh Fitur Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom**”.

### 1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom mengenai fitur produk *smartphone*?

2. Bagaimana minat beli *smartphone* di mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom?
3. Seberapakah besar pengaruh fitur produk terhadap minat beli *smartphone* di mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom mengenai fitur produk *smartphone*.
2. Minat beli *smartphone* di mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
3. Seberapa besar pengaruh fitur produk dalam mempengaruhi minat beli *smartphone* pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah kepustakaan dan bisa digunakan sebagai sarana pembandingan bagi rekan-rekan mahasiswa, khususnya terhadap bidang pemasaran yang terkait dengan pengaruh fitur produk terhadap minat beli.

##### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan dapat memberikan informasi kepada pengguna *smartphone* mengenai pemasaran khususnya tentang pengaruh fitur produk terhadap minat beli.

#### **1.6 Sistematika Penelitian.**

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran penelitian penulis dalam penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

**BAB I. Pendahuluan.** Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap objek penelitian, Latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

**BAB II. Tinjauan Pustaka.** Pada bab ini memaparkan kajian pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dan ruang lingkup penelitian.

**BAB III. Metode Penelitian.** Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, variable operasional, pengukuran skala, teknik pengumpulan data, teknik sampling, pengajuan instrumen penelitian, analisis data, serta pengujian hipotesis

**BAB IV. Analisis dan Pembahasan.** Pada bab ini dijelaskan cara pengumpulan data melalui kuisioner yang disebar dan telah diisi oleh responden serta pengelolahannya dengan menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu di bab ini akan dijelaskan mengenai analisa dari hasil pengolahan data responden dan data penelitian berdasarkan data yang di peroleh.

**BAB V. Kesimpulan dan Saran.** Pada bab ini akan menyajikan kesimpulan dan saran. Melalui kesimpulan, peneliti akan berusaha menyimpulkan apa yang menjadi hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Setelah memberikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, pada akhirnya peneliti memberikan saran sebagai masukan untuk objek yang diteliti.