

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan kemajuan zaman yang semakin canggih, masyarakat harus mengikuti perkembangan teknologi yang terus berkembang. Meskipun teknologi dan komunikasi memberikan keuntungan dan kemudahan bagi masyarakat, tidak bisa dipungkiri bahwa ada kelebihan dan kekurangan. Era ini dikenal sebagai era digital yang menjadi pondasi dari munculnya sistem pembayaran online (Azizah, 2024). Sistem pembayaran yang sedang berkembang di Indonesia yaitu *financial technology* (fintech). Sebelum adanya fintech dalam melakukan transaksi harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, namun dengan kehadiran fintech, transaksi dapat dilakukan secara online dengan kecepatan yang sangat cepat, hanya dalam hitungan detik (Indonesia, 2020). Sejak tahun 2017, Fintech telah menjadi penyumbang utama dalam pembiayaan bagi startup di Indonesia. Saat ini, *e-commerce* menjadi salah satu kebutuhan yang umum digunakan untuk berbelanja. *E-commerce* merujuk pada aktivitas jual-beli barang dan jasa secara online, termasuk transaksi pemasaran, penjualan, dan pembayaran yang dilakukan melalui platform elektronik atau internet. (Yuswita, 2022). Ada beberapa platform *e-commerce* yang populer digunakan di Indonesia, seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia. Platform-platform *e-commerce* tersebut kini telah menjadi tempat berbisnis yang penting bagi para pelaku usaha. Berikut data tingkat penggunaan *e-commerce* :



(Sumber : Databoks, 2024)

Data gambar 1.1 menunjukkan bahwa *e-commerce* yang digunakan oleh Gen Z pada platform Shopee mencapai sebesar 76%, sedangkan Milenial sebesar 60%. Platform Lazada yg digunakan oleh Gen Z mencapai sebesar 8%, sedangkan Milenial sebesar 10%. Platform Tokopedia yang digunakan oleh Gen Z mencapai sebesar 15%, sedangkan Milenial sebesar 26%. Berdasarkan dari data diatas, maka dapat diketahui bahwa platform Shopee yang paling banyak diminati oleh Gen Z dan Milenial. Lalu yang kedua adalah platform Tokopedia, dan yang terakhir adalah platform Lazada. Belakangan ini, *e-commerce* mempunyai fitur sistem pembayaran nanti atau *paylater* yang telah menjadi salah satu layanan fintech yang banyak dibicarakan. *Paylater* yaitu opsi pembayaran di mana pengguna menerima dana talangan finansial dari perusahaan aplikasi terkait dan selanjutnya membayar langsung ke perusahaan aplikasi. Berikut data penggunaan *paylater* Shopee, Lazada, Tokopedia dan Tiktokshop.



(Sumber : CNN Indonesia, 2024)

Berdasarkan data gambar 1.2 diatas, maka dapat diketahui bahwa Shopee merupakan yang paling banyak diminati oleh pengguna dengan sistem pembayaran paylater sebesar 3,96. Lalu urutan kedua disusul oleh Lazada paylater sebesar 3,87. Urutan ketiga diikuti oleh Tokopedia paylater sebesar 3,78. Dan diurutan terakhir Tiktokshop paylater sebesar 3,59. Data tersebut merupakan hasil riset yang dilakukan oleh webstite tersebut, dengan jumlah nilai riset paling tertinggi yaitu 5. Berikut data pengguna Shopee *paylater* dari tahun 2019 – 2021 :



(Sumber : Yasmin dkk., 2023)

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, maka dapat diketahui bahwa pengguna shopee *paylater* pada tahun 2019 sebesar 34,8%, pada tahun 2020 sebesar 54,3% dan pada tahun 2021 sebesar 78,4%. Penggunaan shopee *paylater* dari tahun ke tahun semakin meningkat, hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang tertarik dengan shopee *paylater*.

Shopee menyediakan beberapa fitur yang mempermudah penggunaannya baik untuk pembeli maupun penjual. Shopee *Paylater*, atau dikenal juga sebagai *SPaylater*, yaitu salah satu fitur yang ditawarkan oleh platform ini. Shopee PayLater adalah salah satu platform Shopee yang menarik. Salah satu opsi pembayaran terbaru di aplikasi shopee diluncurkan pada awal tahun 2019. Pengguna memiliki opsi untuk membayar secara mencicil berdasarkan jangka waktu yang dipilih. Cicilan 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan tersedia untuk pengguna. Shopee PayLater menawarkan limit yang cukup tinggi. Shopee Paylater menawarkan limit sebesar Rp. 750.000 sampai Rp. 50.000.000. Calon pengguna hanya perlu

menyelesaikan proses registrasi yang hanya memerlukan KTP, NIK, dan verifikasi wajah. Transaksi di Shopee Paylater juga terbukti aman karena perusahaannya terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Nurhasanah & Widyaningsih, 2023).

Generasi Z (Gen Z) mencakup mereka yang lahir pada Tahun 1997-2012 atau mereka yang saat ini berusia 12-27 tahun (Silvialorensa dkk., 2024). Karena lahir di era ketika teknologi internet masih berkembang, generasi Z sangat berperan dalam mendominasi belanja online. Lebih jauh lagi, generasi Z memiliki pengalaman yang luas dengan pembayaran digital dan belanja online. Faktor lainnya adalah, dibandingkan dengan kelompok usia lainnya, mereka yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 adalah mereka yang paling banyak menggunakan internet. Pola konsumsi dan perilaku Generasi Z sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan mereka, terutama saat menggunakan opsi pembayaran Shopee *PayLater* yang populer saat melakukan pembelian online. Untuk mengelola keuangan dan melindungi diri dari dampak buruk perilaku konsumtif, Generasi Z perlu memahami konsep keuangan secara menyeluruh. Kebiasaan berbelanja generasi Z akan menurun seiring dengan meningkatnya literasi keuangan. Generasi Z yang ahli dalam pengelolaan keuangan biasanya memiliki tingkat konsumerisme yang lebih rendah karena mereka adalah konsumen yang lebih rasional.

Dibalik kemudahan sistem pembayaran Shopee Paylater dapat menjebak pengguna untuk menggunakannya, dan tidak menutup kemungkinan fitur tersebut akan menjadi boomerang bagi penggunanya. Shopee PayLater adalah metode pembayaran nyaman yang menawarkan potensi untuk mendorong perilaku konsumtif pada Gen Z. Tindakan konsumen yang terlibat dalam perilaku konsumtif melibatkan pengeluaran berlebihan atas barang dan jasa untuk memenuhi keinginannya tanpa memikirkan manfaat dari barang atau jasa tersebut. Lebih jauh lagi, mereka akan langsung membeli suatu barang jika harganya turun atau di diskon, menggunakan opsi kredit *Shopeepaylater* untuk membayar secara kredit,

tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka agar menghindari kehabisan stok (Zahrufiq, 2022). Kalau mereka menggunakannya secara asal-asalan untuk memenuhi keinginannya tanpa mempertimbangkan kebutuhannya, mereka akan menganggap tagihan Shopeepaylater ini tidak ada artinya. Padahal tagihannya tidaklah sepele, dan apabila gagal membayarnya secara tidak tepat waktu maka akan memberi dampak negatif pada kehidupan mereka. Karena layanan Shopeepaylater diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan telah ditetapkan nomor keputusan KEP-49/D.05/2021 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hal ini dapat mempengaruhi pencatatan nama di OJK. Selain itu, akun Shopee pengguna akan diblokir jika cicilan tidak dibayarkan. Bahkan, Shopee akan menghubungi pihak terkait secara langsung jika pembayaran terlambat dalam jangka waktu yang lama.

Menurut data PT Pefindo Biro Kredit (IdScore) dari sisi kredit macet, Gen-Z menyumbang sekitar Rp460 miliar dari total kredit macet per Desember 2023 mencapai total Rp2,12 triliun (Herman, 2024). Yohanes Arts Abimanyu selaku Direktur Utama Pefindo Biro Kredit mengungkapkan, per November 2023, nilai pinjaman *Buy Now Pay Later* (BNPL) tercatat sebesar Rp 28,22 Triliun atau meningkat 16,99% secara year on year (yoy) dan naik 25,98% secara month to month (mtm) (Puspadini, 2024). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif sehingga menyebabkan banyak generasi Z yang gagal bayar (galbay) seperti adanya pengaruh sosial yang negatif, gaya hidup yang berlebihan dan cara pengendalian diri dari perilaku konsumtif penggunaan shopee *paylater*.

Faktor pertama yaitu pengaruh sosial merupakan dorongan yang diterima seseorang dari orang lain dan dari lingkungan sosialnya, yang mengubah sikap dan keyakinan orang tersebut dan mengarahkan mereka untuk mengambil tindakan yang melibatkan penggunaan teknologi. Gharaibeh mengungkapkan bahwa seseorang dapat dibujuk untuk menggunakannya melalui saran, ajakan, atau pengaruh dari teman,

keluarga, kelompok, dan individu lainnya (Maharani & Noor, 2023). Menurut penelitian Lestari dan Haris (2024) menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee *paylater*. Hal ini dapat disebabkan karena fitur dari shopee *paylater* merupakan fitur yang menyediakan layanan pinjaman uang. Berarti ketika seseorang meminjam, maka seseorang tersebut telah memiliki hutang. Hal tersebut dinilai sebagai keputusan pribadi yang mungkin tidak dapat dipengaruhi oleh orang lain, karena setelah menggunakannya maka ada kewajiban membayar cicilan setiap bulannya (S. D. Lestari & Haris, 2024). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2024), yang menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Hal ini disebabkan karena *social influence* dalam penggunaan shopee *paylater* meningkat karena mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar, dapat dipicu dalam beberapa hal misalnya dari keluarga, teman, dan kerabat sehingga dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Artinya semakin tinggi *social influence* maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater* (Azizah, 2024). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salsabila (2023) dan Maharani & Noor (2023).

Faktor kedua yaitu gaya hidup, kebiasaan konsumsi Gen Z sering kali dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif karena mereka tidak mendasarkan pembelian pada kebutuhan atau pertimbangan yang wajar. Mereka membeli barang hanya untuk mempertahankan simbol status atau untuk menjaga penampilan dan kredibilitas (Zahrufiq, 2022). Gaya hidup dapat berubah tergantung pada keinginan individu atau waktu dalam sehari. Akibatnya, tindakan atau perilaku seseorang secara tidak langsung mencerminkan gaya hidup mereka dalam hal memilih apa yang akan digunakan atau dikonsumsi. Gaya hidup terbentuk karena dua faktor, yaitu: 1) Secara demografis, misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia dan jenis kelamin; 2) Secara psikografis, meliputi minat, hobi, sikap terhadap

lingkungan kepribadian, dll. Indikator penyusunnya berasal dari karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup individu (Maharani & Noor, 2023). Menurut penelitian Silvialorensa, et al (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *spaylater* pada generasi Z. Hal ini disebabkan karena gaya hidup mempunyai hubungan langsung dengan penggunaan *spaylater*, sehingga semakin baik gaya hidup dalam menggunakan *spaylater* maka semakin kecil pula risiko terlilit hutang saat menggunakan *spaylater*. (Silvialorensa dkk., 2024). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Haris (2024) dan juga Aditya, et al (2024). Di sini, gaya hidup seseorang memainkan pengaruh yang signifikan dalam cara mereka menggunakan *spaylater* karena seseorang yang menjalani gaya hidup yang baik akan mengalokasikan semua pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya. Akibatnya, ia akan menahan diri dari terlibat dalam konsumsi berlebihan yang merupakan hasil dari gaya hidup boros yang mengutamakan kesenangan di atas semua pertimbangan lain, termasuk kebutuhan dasar (Silvialorensa dkk., 2024). Gaya hidup di Jakarta merupakan salah satu gaya hidup yang terkenal tinggi. Dengan gengsi yang tinggi, sehingga membuat Gen Z menggunakan *shoppee paylater* menjadi pendorong mereka untuk memenuhi gaya hidupnya.

Faktor ketiga yaitu pengendalian diri, dengan adanya kemampuan mengendalikan diri dari individu dalam mempertimbangkan prioritas, individu diharapkan mampu memutuskan keputusan yang baik supaya tidak terjadi perilaku konsumtif (Salsabila, 2023). Pada penelitian Salsabila (2023) menunjukkan bahwa pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *paylater*. Hal ini disebabkan apabila semakin baik pengendalian diri dalam individu maka dapat terhindar dari perilaku konsumtif dan apabila pengendalian diri dalam individu rendah maka akan mudah untuk berperilaku konsumtif (Salsabila, 2023). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuadi & Supraba (2023) dan Lindratno & Anasrulloh (2022). Oleh karena itu, semakin baik pengendalian

diri yang dimiliki oleh Gen Z, maka semakin kuat pengendalian tingkah laku yang akan membawa Gen Z ke dalam perilaku yang positif. Selain itu dengan adanya pengendalian diri, Gen Z dapat menahan keinginan-keinginan yang muncul secara berlebihan dalam dirinya sendiri.

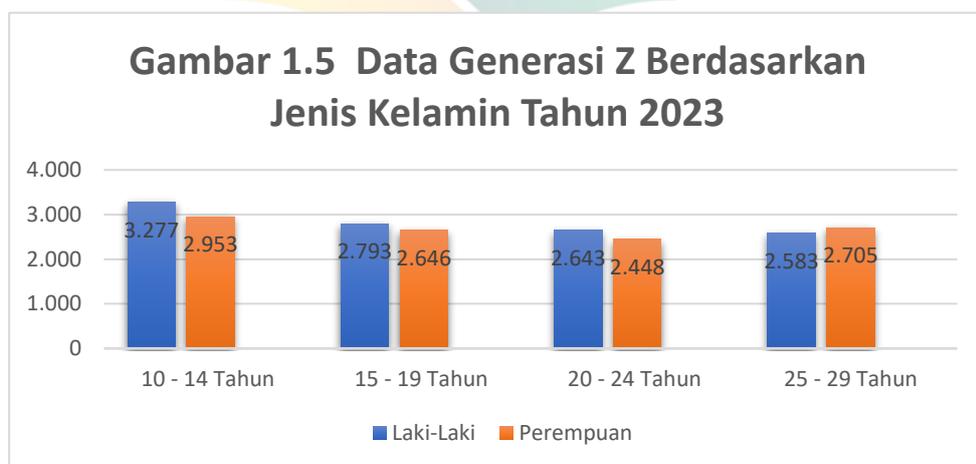
Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Cilincing Jakarta Utara. Kecamatan ini adalah kecamatan dengan jumlah kelurahan terbanyak di Jakarta Utara. Terdapat 7 kelurahan, yaitu 1) Kelurahan Kali Baru; 2) Kelurahan Cilincing; 3) Kelurahan Semper Barat; 4) Kelurahan Semper Timur; 5) Kelurahan Sukapura; 6) Kelurahan Rorotan; dan 7) Kelurahan Marunda. Penelitian ini mengambil kelurahan Sukapura untuk memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Kelurahan Sukapura memiliki keistimewaan yang membedakannya dari kelurahan lain yang berada di Kecamatan Cilincing yaitu Kelurahan Sukapura telah ditetapkan sebagai Kampung Keluarga Berkualitas oleh BKKBN karena masyarakat Kelurahan Sukapura tidak ada yang kekurangan gizi, sedangkan di kelurahan lain masih ada beberapa yang kekurangan gizi. Oleh karena itu Kelurahan Sukapura menunjukkan bahwa adanya komitmen dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mewakili karakter wilayah perkotaan (BKKBN, 2023). Selain itu, Kelurahan Sukapura memiliki luas sekitar 561,4 hektar, Sukapura memiliki kepadatan penduduk yang moderat sebesar 12.271,12/km² dibandingkan kelurahan lain di Kecamatan Cilincing. Kepadatan penduduk yang tidak terlalu tinggi dapat memberikan lingkungan yang lebih kondusif untuk pengumpulan data mengenai perilaku konsumtif Generasi Z (BPS, 2024). Berikut data penduduk Kelurahan Sukapura, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara :

Tabel 1.4 Data Penduduk Kelurahan Sukapura, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara Tahun 2023

Jumlah Jiwa	Jumlah Kepala Keluarga	Jumlah Pasangan Usia Subur (PUS)
69.192	14.618	8.725

(Sumber : BKKBN, 2023)

Dari gambar 1.4 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kelurahan Sukapura, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara pada tahun 2023 sebanyak 69.192 jiwa. Dan 14.618 kepala keluarga, serta 8.725 jiwa pasangan usia subur (PUS). Kelurahan Sukapura dapat dianggap sebagai wilayah perkotaan dengan karakteristik demografis yang cukup beragam termasuk populasi generasi Z yang cukup signifikan. Berikut data generasi Z Kelurahan Sukapura, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara :



(Sumber : BKKBN, 2023)

Berdasarkan gambar 1.5 diatas, jumlah seluruh penduduk Generasi Z sebanyak 22.048 jiwa dan didominasi dengan usia 10-14 tahun dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 3.277 jiwa dan jenis kelamin Perempuan sebanyak 2.953 jiwa. Dengan umur sekitar 10-14 tahun tersebut, banyak yang menginginkan untuk membeli barang secara online agar sama seperti teman-temannya, sehingga banyak orang tua ataupun generasi Z yang sudah

memiliki anak menggunakan shopee *paylater* untuk memberikan barang yang diinginkan oleh anaknya.

Mata pencaharian penduduk Kelurahan Sukapura beragam. Ada beberapa mata pencaharian penduduk kelurahan Sukapura seperti karyawan, pedagang, nelayan, pertukangan, pensiunan dan lainnya. Dari banyaknya mata pencaharian tidak menutup kemungkinan banyak juga yang tidak mempunyai pekerjaan atau pengangguran. DKI Jakarta terkenal dengan gaya hidup yang tinggi. Banyak generasi Z yang menggunakan *paylater* salah satunya shopee *paylater*. Dengan menggunakan shopee *paylater*, maka generasi Z dapat membeli apa yang diinginkan dengan metode pembayaran nanti. Generasi Z menjadikan shopee *paylater* sebagai pendorong untuk memenuhi kebutuhan gengsi agar tidak tertinggal tren, maka dari itu hal tersebut dapat menyebabkan generasi Z berperilaku konsumtif.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang terurai diatas, maka penulis tertarik mengambil penelitian untuk menganalisis apakah pengaruh sosial, gaya hidup dan pengendalian diri dalam pembelian menggunakan Shopee *Paylater* menyebabkan Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing Jakarta Utara berperilaku konsumtif.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian masalah di latar belakang tersebut, maka diidentifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Gaya hidup yang tinggi sehingga gen Z menggunakan shopee *paylater* hanya untuk memenuhi keinginannya bukan kebutuhannya dan menjadikan *paylater* sebagai pendorongnya.
2. Gen Z tergiur untuk berbelanja lebih dari kemampuan finansial mereka, yang akhirnya menyebabkan hutang yang menumpuk dan gagal bayar sehingga merusak skor kredit.

3. Kurangnya pengalaman dalam mengelola uang, banyak Gen Z cenderung berbelanja secara impulsif dan tanpa memikirkan efek jangka panjang.
4. Jika rendahnya literasi keuangan maka dapat menyebabkan tingginya perilaku konsumtif
5. Adanya pengaruh sosial yang membuat gen Z mengikuti menggunakan *paylater* untuk mencoba-coba
6. Gen Z tidak dapat mengendalikan dirinya sendiri untuk tidak berperilaku konsumtif
7. Gen Z sering kali lebih konsumtif karena takut ketinggalan tren atau tidak mengikuti gaya hidup teman-temannya. Mereka percaya bahwa agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya, mereka harus memiliki barang-barang tertentu.
8. Kehidupan sosial yang terhubung secara digital sering kali mendorong Gen Z untuk terpengaruh sosial seperti ajakan dari teman yang membuat mereka lebih cenderung menggunakan *paylater* untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan.

C. Pembatasan Masalah

Agar fokus penelitian menjadi jelas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan pada penelitian ini, maka penulis membatasi masalah pada faktor pengaruh sosial, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif penggunaan *shopee paylater* pada generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara ?
2. Bagaimana Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara ?
3. Bagaimana Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara ?
4. Bagaimana Pengaruh Sosial, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut :

- a. Menganalisis Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara
- b. Menganalisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara
- c. Menganalisis Pengaruh Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara
- d. Menganalisis Pengaruh Sosial, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Menggunakan *Shopee Paylater* Pada Generasi Z di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara praktis maupun teoritis, yaitu :

a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan cara pandang dan perilaku konsumsi generasi Z khususnya di Kelurahan Sukapura Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara dalam pengguna fitur bayar nanti “*paylater*” yang ada pada aplikasi shopee.

b. Manfaat Teoritis

Memberikan tambahan informasi mengenai perilaku konsumtif dalam pembayaran nanti/tangguh di kalangan generasi Z serta menjadi referensi acuan untuk penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah uraian singkat mengenai hal-hal yang ditulis secara sistematis untuk memberikan gambaran penelitian serta agar mudah dipahami oleh para pembaca, sistem penulisan dalam penelitian ini disusun secara berurutan yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai landasan teori yang dipakai untuk meneliti, selain itu terdapat literatur review (penelitian sebelumnya) yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan dengan maksud untuk menghindari

duplikasi. Selanjutnya terdapat kerangka konseptual yang mendeskripsikan antara variabel independen dan dependen yang saling berhubungan dan juga terdapat pengembangan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik sampling, jenis dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, skala pengukuran instrumen, definisi operasional variabel dan teknis analisis data penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai hasil dan pembahasan tentang hasil pengujian Uji Validitas dan Reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis melalui uji t, uji f dan uji koefisien determinasi serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari analisis terhadap masalah penelitian dan saran dari hasil temuan penelitian.