

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Loyalitas nasabah dalam layanan perbankan dapat dipahami sebagai komitmen kuat nasabah terhadap bank, yang tercermin dari sikap positif serta kebiasaan melakukan transaksi ulang secara konsisten. Nasabah yang benar-benar loyal biasanya akan terus menggunakan beragam produk dan layanan bank selama bertahun-tahun. Jika nasabah merasa puas dan setia, mereka secara tidak langsung menjadi media promosi gratis bagi bank dalam jangka waktu lama. Oleh karena itu, kepuasan pelayanan menjadi faktor kunci dalam membangun hubungan yang memuaskan dengan konsumen. Dalam konteks ini, keterkaitan antara kepuasan pelayanan dan kepuasan nasabah berfungsi sebagai strategi penting bagi perusahaan (Astono, 2017).

Meskipun perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif, tingkat loyalitas nasabah masih menjadi tantangan bagi banyak lembaga keuangan syariah. Loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh tingkat pemahaman nasabah terhadap produk keuangan syariah serta kemampuan bank dalam mengadopsi teknologi digital. Namun pada kenyataannya, tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Survei Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah masyarakat masih berada di bawah literasi keuangan konvensional, sehingga mempengaruhi keputusan masyarakat dalam

menggunakan layanan perbankan syariah (OJK, 2022). Rendahnya pemahaman ini dapat berdampak pada kurang optimalnya pemanfaatan produk dan layanan perbankan syariah yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi mendorong sektor perbankan untuk melakukan transformasi digital guna meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional. Transformasi digital dalam perbankan memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara cepat, mudah, dan fleksibel melalui berbagai platform digital seperti mobile banking dan internet banking. Namun, penerapan teknologi digital tidak selalu secara langsung meningkatkan loyalitas nasabah apabila tidak diikuti dengan pengalaman layanan yang memuaskan (Alalwan et al., 2021). Oleh karena itu, kepuasan nasabah menjadi faktor penting yang dapat menjembatani hubungan antara literasi keuangan syariah, transformasi digital, dan loyalitas nasabah.

Keunggulan sebuah layanan ditentukan oleh keunikan serta mutu yang ditawarkan. Yang paling utama, layanan harus mampu mencerminkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebab, pengalaman layanan dirasakan langsung oleh pelanggan dan segera dinilai apakah sesuai dengan harapan serta penilaiannya. Kepuasan layanan perlu dimulai dari pemahaman kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan persepsi mereka. Jika perusahaan mampu menghadirkan kualitas layanan yang baik, hal ini akan meningkatkan loyalitas nasabah untuk melakukan pembelian ulang. Loyalitas tersebut diwujudkan melalui komitmen nasabah yang kuat untuk

tetap berlangganan atau membeli kembali produk maupun jasa tertentu secara konsisten di masa mendatang (Satria & Diah Astarini, 2023).

Loyalitas nasabah menjadi indikator penting keberhasilan perbankan syariah salah satunya adalah BJB Syariah. Loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman positif terhadap layanan yang diterima. Kepuasan nasabah sendiri merupakan respons emosional yang timbul ketika kinerja layanan sesuai atau melebihi ekspektasi. Dalam konteks layanan digital, kemudahan akses, kenyamanan penggunaan, dan kecepatan respon menjadi faktor kunci yang memengaruhi tingkat kepuasan (Rambe, 2025).

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah Kualitas produk. Kualitas produk merupakan penentu utama dalam pembelian produk dan dalam merangsang loyalitas nasabah. Kualitas produk yang dirasakan nasabah memiliki dua dimensi yaitu kualitas ekstrinsik terkait dengan merek atau nama besar perbankan dan kualitas intrinsik terkait dengan karakteristik produk internal. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut (Atika Isfirani, 2023).

Persaingan yang semakin ketat di sektor perbankan syariah mendorong untuk menciptakan dan menghadirkan pengalaman baru bagi nasabah melalui pelestarian loyalitas, perubahan sistem, dan peningkatan kualitas pelayanan yang memenuhi ekspektasi. Seiring dengan meningkatnya

kompetisi, semakin sulit untuk mempertahankan loyalitas nasabah karena ini menjadi faktor utama keberlangsungan perbankan syariah. Dalam sektor perbankan syariah kualitas layanan dan perbankan digital agar nasabah merasa puas dan loyal terhadap bank syariah serta sebagai alternatif untuk meningkatkan daya saing industri perbankan syariah (Nazaret et al., 2023).

Literasi keuangan syariah berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Individu yang memahami berbagai aspek keuangan cenderung lebih mampu meningkatkan kesejahteraannya serta membuat keputusan yang lebih tepat terkait penggunaan layanan perbankan syariah. Literasi keuangan mencakup pemahaman seseorang mengenai lembaga keuangan, ragam produk yang ditawarkan, beserta keuntungan dan risiko yang menyertainya. Hal ini sejalan dengan kewajiban umat Islam untuk lebih selektif dalam memilih produk, dengan memastikan bahwa setiap produk sesuai dengan prinsip-prinsip hukum syariah (A. J. Sari & Pradesyah, 2023).

Dalam meningkatkan kepercayaan dan menjaga loyalitas nasabah, faktor kualitas layanan juga dapat berperan. Pelayanan merupakan fasilitas yang diberikan untuk kemudahan dalam hubungan dengan transaksi jual beli barang atau jasa. Layanan merupakan tindakan sosial yang terdiri dari tindakan nyata, serta layanan tidak dapat dilihat secara fisik namun dapat dinikmati. Dalam melakukan pelayanan, terdapat istilah pelayanan prima yaitu pelayanan terbaik. Dikatakan prima karena dalam melaksanakan tugas, pelayanan telah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh lembaga sehingga diharapkan dapat memuaskan pelanggan. Pelayanan prima

bertujuan untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi dan selalu mengikuti standar tertentu untuk menghindari kesalahan dalam melayani pelanggan. Sebaliknya, apabila pelayanan tidak diterapkan dengan baik, maka kepuasan pelanggan tidak dapat terpenuhi dengan maksimal (Fauzia et al., 2024).

Kepuasan nasabah merupakan faktor utama dalam membentuk loyalitas nasabah. Para ahli telah membuktikan pengaruh positif kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang puas akan membeli produk yang ditawarkan dan mempengaruhi calon pelanggan lain untuk membeli produk dan jasa dari sebuah perusahaan. Yang membuktikan bahwa nasabah yang puas akan menyarankan/berkata positif mengenai perusahaan kepada orang lain. Mendefinisikan kepuasan Pelanggan sebagai keadaan psikologis yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk berupa barang atau jasa yang ditentukan oleh perbedaan antara harapan yang dimiliki pelanggan dengan pengalaman mengkonsumsi produk atau layanan tersebut (Prameshti Rihhadatul Aisy et al., 2023).

Kepuasan nasabah menggambarkan sejauh mana kinerja suatu produk atau layanan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan mereka. Apabila kinerja produk lebih tinggi dari ekspektasi nasabah, maka nasabah akan merasa puas, bahkan sangat gembira. Nasabah yang merasa puas terhadap layanan yang diberikan, khususnya dalam konteks Bank BJB Syariah, cenderung menunjukkan loyalitas dengan tetap menggunakan jasa bank tersebut serta berpotensi merekomendasikannya kepada orang lain untuk menjadi nasabah baru. Kepuasan pelanggan juga berperan penting

dalam membangun citra positif perusahaan, karena secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas. Loyalitas sendiri dapat dipahami sebagai bentuk kepercayaan dan kesediaan untuk terus bertahan tanpa harus selalu memperhitungkan keuntungan atau kerugian secara rasional. Dengan kata lain, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, semakin kuat pula tingkat loyalitas yang akan terbentuk. Untuk mewujudkan loyalitas, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhinya, dan kepuasan merupakan faktor utama. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa, bank harus menempatkan kepuasan nasabah sebagai prioritas utama. Pemenuhan kepuasan tersebut hanya dapat dicapai melalui pelayanan yang prima, unggul, serta konsisten dalam memberikan pengalaman yang sesuai dengan harapan nasabah. Dengan demikian, pelayanan berkualitas menjadi kunci dalam menciptakan kepuasan dan sekaligus membangun loyalitas (Azizah & Udayana, 2022).

Memilih untuk loyal terhadap Bank BJB Syariah dapat didasarkan pada berbagai alasan, mulai dari prinsip syariah, kualitas pelayanan, hingga produk yang inovatif.

Petugas Bank BJB Syariah melayani nasabah di ruang kantor layanan kantor cabang, sebagai bagian dari komitmen meningkatkan kualitas layanan perbankan syariah. Bank BJB Syariah kini membutuhkan kinerja yang positif di tengah kondisi ekonomi yang menantang (Digital, 2025).

Bank BJB Syariah mencatat laba bersih sebesar Rp27,07 miliar pada semester I 2025, meningkat 16,81% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Peningkatan laba tersebut tidak secara langsung merefleksikan

loyalitas nasabah, karena kinerja keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal bank. Namun, pertumbuhan laba yang berkelanjutan dapat menjadi indikasi tidak langsung adanya hubungan jangka panjang yang stabil antara bank dan nasabah, termasuk tingkat kepercayaan dan kecenderungan nasabah untuk tetap menggunakan layanan Bank BJB Syariah (Digital, 2025).

Bank [bjb syariah](#) sebagai salah satu perbankan syariah di tanah air berada di garda terdepan untuk menyambut perubahan ini. Lewat berbagai inovasi teknologi, anak perusahaan Bank BJB ini menatap arus perubahan sebagai gejala yang harus direspon positif. Bentuk adaptasi terhadap perkembangan arus digitalisasi ini bisa ditengok lewat keberadaan platform-platform berbasis digital yang diperuntukkan menunjang kemudahan bertransaksi, termasuk salah satunya yakni aplikasi Mobile Maslahah. Diluncurkan pada 2013 lalu, Mobile Maslahah kini menjadi salah satu andalan bagi para nasabah bank bjb syariah. Tercatat hingga saat ini aplikasi ini telah diunduh lebih dari 10 ribu pengguna di Google Play Store (Sulaksono, 2019).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fermita et al., 2025)) menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas terhadap perusahaan. pelayanan tidak hanya berdampak langsung terhadap loyalitas, tetapi juga berdampak tidak langsung melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Sementara itu, studi lain

menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh (Khofifah Indar Mawar Sari et al., 2024) menemukan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah karena pemahaman yang baik mengenai produk dan prinsip perbankan syariah dapat meningkatkan kepercayaan serta komitmen nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah. Namun demikian, penelitian lain menunjukkan bahwa loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh literasi keuangan, tetapi juga oleh faktor pengalaman layanan yang dirasakan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Bisnis, 2024) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki peran penting sebagai variabel yang memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah dalam perbankan syariah. Dengan demikian, loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah, tetapi juga oleh tingkat kepuasan yang diperoleh dari kualitas layanan yang diberikan oleh bank.

Selain itu, penelitian mengenai transformasi digital dalam sektor perbankan menunjukkan hasil yang beragam. (Juliana & Sihombing, 2019) menyatakan bahwa layanan digital banking dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, sementara penelitian lain menunjukkan bahwa teknologi digital hanya berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (Rambe, 2025). Perbedaan hasil

penelitian tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi temuan empiris mengenai hubungan antara literasi keuangan syariah, transformasi digital, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.

Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti pengaruh kualitas pelayanan atau kepercayaan terhadap loyalitas nasabah, sementara penelitian yang mengkaji peran literasi keuangan syariah dan transformasi digital secara simultan dengan kepuasan sebagai variabel intervening masih terbatas, khususnya pada konteks perbankan syariah daerah seperti Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki unsur kebaruan (novelty) dibandingkan penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan variabel literasi keuangan syariah dan transformasi digital dalam satu model penelitian untuk menganalisis pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah. Kedua, penelitian ini menempatkan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara literasi keuangan syariah dan transformasi digital terhadap loyalitas nasabah. Ketiga, penelitian ini dilakukan pada konteks Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon, yang masih relatif jarang diteliti dalam kajian akademik terkait perilaku nasabah perbankan syariah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur mengenai perilaku nasabah pada industri perbankan syariah, khususnya dalam era transformasi digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini mengambil objek pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon. Pemilihan lokasi penelitian ini

didasarkan pada beberapa pertimbangan. Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang berperan dalam menyediakan layanan keuangan berbasis syariah bagi masyarakat di wilayah Kabupaten Cirebon dan sekitarnya. Selain itu, bank ini juga telah menerapkan berbagai layanan berbasis digital yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan transaksi dan kualitas pelayanan kepada nasabah. Kondisi tersebut menjadikan Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon sebagai objek yang relevan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah dan transformasi digital terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah.

Oleh karena itu diketahui bahwa masyarakat belum banyak yang loyal menjadi nasabah di BJB Syariah, karena di BJB Syariah belum bisa memberikan pelayanan kepada nasabah secara maksimal sehingga nasabah belum loyal dalam menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan. Dengan demikian dari keberagaman hasil yang telah diperoleh dari literatur penelitian tersebut diperlukan adanya penelitian ulang. Melalui penelitian ini, peneliti hendak menguji timbulnya pengaruh diantara variabel Literasi Keuangan Syariah, Transformasi Digital, dan Loyalitas Nasabah kepada variabel dependen, yaitu loyalitas nasabah dengan tambahan variabel kepuasan selaku variabel intervening. Berdasar latar belakang yang diuraikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **"Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Transformasi Digital terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon)"**.

B. Identifikasi masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini Adalah:

1. Tingkat loyalitas nasabah pada perbankan syariah masih menjadi tantangan, meskipun perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif.
2. Tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih relatif rendah, sehingga pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah belum optimal.
3. Transformasi digital dalam layanan perbankan belum sepenuhnya mampu meningkatkan loyalitas nasabah, karena pemanfaatan teknologi digital tidak selalu diikuti dengan pengalaman layanan yang memuaskan.
4. Kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas, namun tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan syariah masih bervariasi.
5. Masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh literasi keuangan syariah dan transformasi digital terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada nasabah Bank BJB Syariah sebagai objek penelitian, dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan transformasi digital terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening. literasi keuangan syariah

dalam penelitian ini dibatasi pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap nasabah dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip syariah. Transformasi digital dibatasi pada penerapan layanan digital perbankan syariah, seperti mobile banking, internet banking, dan sistem layanan digital lainnya yang disediakan oleh Bank BJB Syariah. Sementara itu, kepuasan nasabah dibatasi pada persepsi terhadap kualitas layanan yang mencakup kemudahan akses, kenyamanan, kecepatan respon, serta kesesuaian layanan dengan harapan. Loyalitas nasabah dibatasi pada bentuk komitmen untuk tetap menggunakan layanan Bank BJB Syariah, melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan layanan kepada pihak lain.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon?
2. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon?
4. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon?
5. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon?
6. Apakah kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon?

7. Apakah kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh transformasi digital terhadap nasabah BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.
- b. Untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.
- d. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.
- e. Untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap loyalitas nasabah pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.
- f. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.
- g. Untuk menganalisis pengaruh transformasi digital terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank BJB Syariah KCP Ciledug Cirebon.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dan kegunaan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya literasi, transformasi digital, dan loyalitas nasabah, sehingga mereka lebih bijak dalam memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.

b. Secara praktis

1. Bagi BJB Syariah

memberikan masukan strategis terkait pentingnya literasi keuangan syariah dan transformasi digital dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian sejenis dengan topik maupun variabel yang berbeda. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan perbandingan sekaligus dasar bagi pengembangan penelitian lanjutan, misalnya dengan menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, tingkat kepercayaan, atau inovasi produk perbankan syariah.

3. Bagi Nasabah

meningkatkan pemahaman akan pentingnya literasi keuangan syariah serta pemanfaatan layanan digital perbankan untuk kenyamanan dan keamanan transaksi.

4. Bagi Perbankan Syariah

hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam menyusun kebijakan pengembangan layanan perbankan syariah yang lebih kompetitif.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi dalam susunan yang berdasarkan sistematika yang telah ditentukan, yaitu sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan pendahuluan untuk mengantarkan permasalahan skripsi secara keseluruhan, yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

Dalam bab ini meliputi telaah pustaka yang berisi teori-teori yang berkaitan dengan judul skripsi yang digunakan untuk menganalisis, kajian penelitian terdahulu yang relevan yang merupakan sebagai acuan atau sumber penelitian terdahulu bagi penulis dalam penelitian ini, kerangka pemikiran yang menggambarkan hipotesis serta penelitian yang akan diuji, dan hipotesis jawaban sementara atas masalah dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, definisi operasional variabel, Teknik analisis data yang meliputi; uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang menjelaskan secara deskripsi data, pembahasan hasil penelitian dan analisis yang merupakan bentuk sederhana yang mudah untuk dibaca.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan yang disajikan secara ringkas atau singkat dan rekomendasi peneliti.

