

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

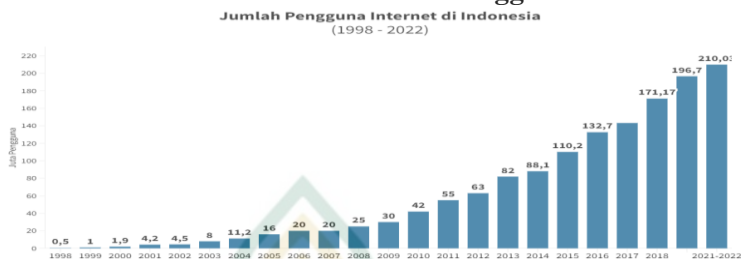
Perkembangan teknologi yang semakin cepat menyebabkan kemajuan teknologi dalam segala aspek. Antara lain di perekonomian, pemanfaatan teknologi bukan semata-mata berfungsi demi mempermudah kegiatan, namun harus dilihat seperti salah satu keperluan hidup untuk aktivitas harian, karena dengan adanya teknologi, pekerjaan atau segala aktivitas dapat dikurangi dengan cepat dan selesai. dan tanpa batas waktu. Perkembangan teknologi juga mempengaruhi perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, misalnya di bidang perbankan. Adanya *electronic banking* atau *internet banking* menunjukkan bentuk perkembangan teknologi tersebut. Bank syariah juga mengalami perkembangan yang cukup pesat dimana bank syariah juga menawarkan layanan *mobile banking*, apalagi setelah bergabungnya Bank BRI Syariah, BNI Syariah dan Mandiri Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia, oleh karena itu Bank Syariah harus dapat melihat kemajuan teknologi tersebut.

Menurut data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang baru-baru ini menerbitkan laporan bahwa penetrasi internet di Indonesia adalah 77,02% pada 2021-2022, tren penetrasi ini meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi internet sebesar 64,8 persen dan naik lagi menjadi 73,7 persen pada 2019-2020. Penggunaan internet terkonsentrasi di Pulau Jawa dengan pangsa 43,29 persen, sehingga frekuensi penggunaan internet tahun 2021-2022 sebesar 77,02 persen menurut data APJII per 9 Juni 2022. Pada Februari 2022, terdapat 204,7 juta warganet di Indonesia. Trobosan internet yang digunakan di Indonesia akan mencapai 73,7% dari keseluruhan populasi di pembukaan tahun 2022. Data menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia akan naik sebanyak 2,1 juta (+1,0 persen) sekitar tahun 2021 serta 2022.¹

¹ Yuswardi, *Pengantar Teknologi Informasi* (Padang Sumatera Barat: PT.GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022), hlm. 118.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022.²

Gambar 1. 1 Grafi Hasil Survei Pengguna Internet



Sumber : Data diolah Peneliti Tahun 2023

Dengan perkembangan teknologi dan internet yang ada, perbankan di Indonesia sudah mulai mengadopsi *online banking*. Perbankan *online* adalah layanan perbankan yang dapat dikelola nasabah baik di rumah maupun di tempat lain dengan menggunakan perangkat komunikasi seperti komputer, telepon seluler, dan perangkat elektronik. Bank menggunakan kemajuan teknologi informasi dalam sistem pelayanannya serta memperkenalkan alat pelayanan yang memakai informasi, *mobile bank*. Jasa *mobile bank* memberi peluang terhadap pelanggan guna mengelola keuangan dengan perlengkapan *mobile*, karena fenomena telepon genggam menjadi trend belakangan ini, sehingga nasabah memiliki peluang yang besar untuk menggunakan layanan *mobile*.³

Mobile banking adalah produk bagian perbankan yang berfungsi mempermudah pelanggan. Perbankan Syariah adalah Lembaga yang nantinya akan meningkatkan pelayanan sesuai dengan trend yang berlaku di masyarakat, karena karakteristik layanan tersebut adalah kecepatan, kemudahan penggunaan dan keamanan layanan. Pelayanan yang cepat dan nyaman terus dikembangkan dengan bantuan dukungan teknologi.⁴

² Bayu dimas, “APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta Pada 2022,” 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>.

³ Annisa Fitria and Aang Munawar, “Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI,” *Jurnal Informatika Kesatuan* 1, no. 1 (2021): hlm.44, <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.

⁴ Nurdin Nurdin et al., “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): hlm.90, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>.

Menurut pakar pemasaran Kotler Philip Armstrong,⁵ Pelayanan prima diberikan kepada pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.. Kepuasan adalah respons emosional seseorang terhadap sesuatu yang mereka temui merasa berarti menunjukkan perasaan bahwa dia menyukai atau tidak menyukai sesuatu. Kepuasan dapat digambarkan sebagai evaluasi perbedaan antara harapan masa lalu pelanggan dan kinerja produk yang sebenarnya. Dengan demikian, sangatlah penting bagi pihak perbankan untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Pelanggan puas dengan layanan yang ditawarkan jika mereka menganggap layanan tersebut berkualitas tinggi, seperti *mobile banking* yang semakin diminati oleh pelanggan karena mudah.⁶

Tentunya dengan segala kemudahan yang ditawarkan, penggunaan *mobile banking* dan fasilitasnya juga mengandung risiko. Risiko atau persepsi risiko dipahami sebagai ketidakpastian pelanggan atau konsumen ketika dia melihat tidak ada peluang untuk mengambil keputusan pembelian. Keterkaitan mengenai pandangan akibat serta keyakinan yang dapat digambarkan dengan fakta bahwa mengenai akibat tanggungan tak terduga serta dijauhi pelanggan ketika memakai serta memanfaatkan produk serta layanan. Pelanggan membutuhkan informasi ahli, ketika pengalaman mereka tinggi, maka kepercayaan naik. kepada penyedia layanan *mobile bank*, memperhatikan akibatnya .⁷ Hubungan antara pemahaman teknologi serta resiko bisa digambarkan melalui isu-isu keamanan yang menjadi faktor utama keduanya. Oleh karena itu tugas utama perbankan adalah meyakinkan kepada nasabahnya bahwa aplikasi atau *mobile banking* yang diciptakan memiliki tingkat keamanan yang tinggi atau dapat dipertanggung jawabkan kualitasnya.⁸

⁵ Philip Kotler, *MARKETING 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital* (Jakarta: PT Grmedia Pustaka Utama, 2019), hlm. 7-10.

⁶ Charissa Kezia Rahmawati and Bayu Arie Fianto, "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 7, no. 6 (2020): hlm.1119-1120, <https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127>.

⁷ Fani Oktavia and Budi Rustandi Kartawinata, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Resiko Terhadap Minat Pengguna Mobile Banking Bank Nagari Kantor Pusat Padang," *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): hlm.4106.

⁸ Kepercayaan Pengguna M-banking, "1030-13-3666-1-10-20200123" 9, no. 2 (2019): hlm.270-282.

Mahardika mengatakan *Security*,⁹ Keamanan data merupakan kemampuan pihak perbankan dalam menjaga rekening nasabah dalam segala bentuk penyalahgunaan. Menurut Rahardjo, Keamanan merupakan segala bentuk pencegahan yang berfungsi untuk melindungi segala bentuk informasi baik secara fisik ataupun non fisik. Menurut Ahmad dan Pambud, Keamanan merupakan segala bentuk usaha perbankan yang dilakukan guna melindungi pelanggan dari penipuan *online*.¹⁰

Penggunaan *mobile banking* tentunya menjamin kerahasiaan data pribadi nasabah ketika memakai aplikasi tersebut, kerahasiaan bank merupakan hal yang paling penting, karena bank sebagai lembaga keuangan harus merahasiakan semua informasi tentang nasabahnya.

Indonesia sendiri belum memiliki undang-undang khusus untuk mengatur perlindungan terhadap nasabah yang mengoperasikan *mbanking*, tetapi ada beberapa peraturan yang memuat tentang perlindungan data diri nasabah. Untuk tata cara perlindungan konsumen lihat PJOK OJK No. 1/PJOK.07/2013 Tahun 2013 mengenai perlindungan konsumen di bidang keuangan, dengan tujuan untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan identitasnya, dengan memperhatikan prinsip keterbukaan dan perlakuan yang sama. Penanganan, keandalan, kerahasiaan dan keamanan, informasi tentang konsumen atau pelanggan dan penanganan pengaduan dalam penyelesaian sengketa konsumen yang sederhana, cepat dan murah.¹¹

Perlindungan *preventif* adalah perlindungan yang dilakukan oleh pihak perbankan dengan cara mencegah serta mengatasi kondisi dikemudian hari yang dihadapi nasabah. Dalam hal ini, pelanggan dilindungi dari hal tersebut di atas dan terhadap

⁹ Alifatul Laily Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan,” *Jurnal Akuntansi* 3, no. 3 (2018): hlm. 702, <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>.

¹⁰ Mukhtisar Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni, “Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh),” *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3, no. 1 (2021): hlm.63-64, <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>.

¹¹ Government-owned Bank, ‘Analisis perlindungan kerahasiaan data pribadi pada nasabah pengguna produk layanan mobile banking bank milik the analysis of the security protection of privacy data on the customer of mobile banking services product in aceh provincial pendahuluan Bank Mil’, 5.2 (2021), 328–37 (p. hlm.333-334).

kondisi di atas yang merugikan pelanggan, dengan demikian perlu adanya upaya yang disebut dengan supresi pertahanan yang berfungsi untuk menyelesaikan permasalahan yang timbul.¹²

Meskipun kerjasama antara bank syariah dengan nasabah didasarkan pada prinsip keyakinan, serta untuk melindungi semua yang berhubungan dengan data diri pelanggan yang harus dirahasiakan oleh bank. Kerahasiaan bank meliputi semua yang berhubungan atas informasi pelanggan dan simpanan yang diatur oleh undang undang RI No. 10 tahun 1998 pasal 40-47A amandemen UURI No. 7 Tahun 1992 dalam kaitannya dengan perbankan, dan dalam pasal 41-49 UURI NO . 21/2008 tentang Perbankan Syariah.¹³

Berdasarkan penelitian Feng Li, Hui Lu, Meiqian Hou, Kangle Cui dan Mehdi Darbandi tentang kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan: Peran layanan cloud, keamanan informasi, pembelajaran *online*, dan kualitas layanan. Sebagai hasil survei bahwa layanan cloud sebelumnya merupakan salah satu layanan penting CS, dimensi layanan cloud diidentifikasi termasuk virtualisasi sumber daya, ketersediaan dan fleksibilitas biaya, dan perbankan. Keamanan sistem adalah faktor penting lainnya dalam CS. Keamanan sistem perbankan mencakup indikator privasi, integritas, dan tanda tangan *digital*. Selain pembelajaran *online*, sub-indikator penting lainnya bagi pengguna CS adalah ketersediaan sistem, fleksibilitas spasial dan temporal, serta keterampilan pengguna.¹⁴

Berdasarkan penelitian Bayu Arie Fianto, Charissa Kezia Rahmawati dan Indri Suprian tentang kualitas layanan *mobile banking* serta dampak kepuasan bagi nasabahnya. Hasil lima dimensi meliputi kenyamanan, keamanan, kegunaan, desain aplikasi, dan sistem aplikasi yang berpusat pada pelanggan. Kepuasan di Indonesia dengan menerapkan pendekatan PLS-SEM, menghasilkan empat dimensi dengan pengaruh positif yang signifikan, termasuk dimensi kemudahan. , keamanan, desain

¹² Herdian Ayu Andreana Beru Tarigan and Darminto Hartono Paulus, "Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital," *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 1, no. 3 (2019): hlm. 301, <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.294-307>.

¹³ Yusmad Arafat Muamar, ed., *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 37.

¹⁴ Feng Li et al., "Customer Satisfaction with Bank Services: The Role of Cloud Services, Security, e-Learning and Service Quality," *Technology in Society* 64, no. December 2020 (2021): hlm. 8, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101487>.

aplikasi dan sistem aplikasi, sedangkan kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹⁵

Berdasarkan penelitian Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan dan Evriyenni tentang dampak efisiensi, keamanan dan kenyamanan terhadap kepentingan nasabah dalam *mobile banking*. Hasilnya, efisiensi dan kenyamanan memiliki pengaruh positif dalam minat pelanggan ketika memakai *mobile banking*. Keamanan informasi tidak berdampak positif serta signifikan dalam keinginan pelanggan ketika memakai *mobile banking*.¹⁶

Penelitian lain yang dilakukan Nur Azizah dan Muhammad Rahmat Hidayat *E-Servqual* dan *BSI Mobile App Retention* menemukan bahwa kualitas layanan BSI *mobile* belum bisa memenuhi keinginan pelanggan serta berdampak negatif. Dengan demikian perlu adanya peningkatan dari aplikasi tersebut supaya pelanggan lebih senang saat berbisnis dengan aplikasi BSI *Mobile*.¹⁷

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Suryati Eko Putro pada *Service Quality E-Banking* pada Nasabah BSI di Surabaya dengan hasil terdapat 16 dimensi *service quality e-banking* yakni kemudahan, keamanan, kecepatan, tersedia, ketepatan proses, tepat waktu, kelengkapan fitur, aksesibilitas, peduli bank, relevan kebutuhan, daya tahan, kualitas informasi, personil, komunikatif, edukatif, estetika. Kemudahan dan keamanan merupakan dimensi *service quality e-banking* bank yang dianggap sangat penting diperhatikan oleh perbankan sebagai penyelenggara *e-banking* sehingga ke-16 dimensi *Service quality* dianggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.¹⁸

Berdasarkan penelitian Tessa Angelina tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile*

¹⁵ Y K Tumewang, "Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks," *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 7, no. 1 (2021): hlm. 16, <https://www.academia.edu/download/59306124/11852-26893-4-PB20190518-6204-1sywosr.pdf>.

¹⁶ Mukhtisar, Tarigan, and Evriyenni, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)," hlm. 69.

¹⁷ Nur Azizah A and Muhammad Rahmat Hidayat, "Analisis E-Servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi Bsi Mobile," *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 7, no. 1 (2022): hlm.71, <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i1.1160>.

¹⁸ Suryati Eko Putro, "Service Quality E-Banking Pada Nasabah," *Public Administration Journal Of Research* 3, no. 1 (2021): hlm. 95, <http://paj.upnjatim.ac.id/index.php/paj/article/download/82/80/>.

banking di PT. Bank Syariah Indonesia, TBK KCP Stabat, menghasilkan pengaruh positif dan parsial atau simultan antara keamanan (X1) dan akurasi (X2) terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* (Y) di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Stabat.¹⁹

Berdasarkan pengkajian oleh Alif Ainul Khatimah Sulmi, Murtiadi Awaluddin Ilham Gani serta Muslimin dalam pengaruh pemahaman *usability*, *convience* dan *security* terhadap keinginan memakai aplikasi *banking* menghasilkan pengaruh positif serta signifikan sehingga pelanggan tertarik untuk mengoperasikan aplikasi tersebut.²⁰

Berdasarkan penelitian Harries Arizona Ismail dan Tri Purwani mengenai faktor yang berpengaruh terhadap pengguna *banking*, antara lain dapat menggunakan kesesuaian atau kesesuaian indikator teori difusi inovasi dalam persepsi kegunaan dan kemudahan. hipotesis, yaitu Persepsi Kesesuaian dengan Persepsi Kegunaan, Persepsi Kesesuaian dengan Pemahaman pengguna, Pemahaman pengguna, Pemahaman pengguna dengan pemahaman kegunaan, Pemahaman Kebermanfaatan terhadap ketertarikan.²¹

Penelitian Zuliani dan Nisa Ayu Purwati tentang faktor yang berpengaruh terhadap pemahaman nasabah ketika mengoperasikan *mbanking* menunjukkan bahwa pemahaman penggunaan, manfaat yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, biaya yang dirasakan dan Kepatuhan Syariah yang dirasakan untuk dirasakan hasil positif dan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Maria Kumalasanti dan Eni Dwi Suliyanti dalam Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah perbankan di Yogyakarta dengan

¹⁹ Jurnal Ekonomi Islam et al., "Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam" 3, no. 2 (2022): hlm. 139.

²⁰ Alif Ainul Khatimah Sulmi et al., "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar)," *Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): hlm. 70.

²¹ Harries Arizona Ismail and Tri Purwani, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking," *Indicators : Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (2021): hlm. 156, <https://doi.org/10.47729/indicators.v3i2.99>.

²² Zuliani and Nisa Ayu Purwati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah," *Serambi Konstruktivis* 3, no. 4 (2021): hlm. 248.

hasil bahwa, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kecepatan, keamanan, keakuratan data dan sekaligus kepercayaan yang menjadikan penggunaan *mobile banking* dinilai positif serta memuaskan pelanggan.²³

Berdasarkan penelitian Amatun Nur Makmuriyah dan Kartika Marella Vanni dalam analisis faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan saat mengoperasikan *mbanking*, dengan hasil bahwa *usability* serta fitur layanan memberi dampak positif, sedangkan deteksi resiko tidak berpengaruh positif dalam memenuhi kepuasan pelanggan saat mengoperasikan aplikasi tersebut.²⁴

Berdasarkan pada pengkajian yang ada sebelumnya terdapat beberapa perbedaan antara hasil maupun variabel yang digunakan. Dengan demikian beberapa pengkajian yang ada menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai **“Kepuasan Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Dimensi Security Quality Bank Syariah Indonesia di Pati”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, Maka studi ini membahas permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Dimensi Perlindungan Informasi mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan penggunaan *mobile banking*?
2. Apakah Dimensi Aplikasi Perbankan Syariah mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan penggunaan *mobile banking*?
3. Apakah Dimensi Penjaminan Kerahasiaan Data Nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking*?
4. Apakah Dimensi Kemudahan Penggunaan aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah?
5. Apakah Dimensi Keamanan Penggunaan aplikasi *mobile banking* mempengaruhi kepuasan nasabah?

²³ Perbankan D I Yogyakarta, “Jurnal Maneksi Vol 11, No. 2, Desember 2022” 11, no. 2 (2022): hlm. 424-425.

²⁴ Amatun Nur Makmuriyah and Kartika Marella Vanni, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang),” *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): hlm. 42-43.

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari studi ini adalah :

1. Untuk mengetahui bahwa Perlindungan Informasi memberi pengaruh kepada pengguna *mobile banking*
2. Untuk mengetahui bahwa Aplikasi Perbankan Syariah memberi pengaruh kepada pengguna *mobile banking*
3. Untuk mengetahui apakah Dimensi Penjaminan Kerahasiaan Data Nasabah berpengaruh terhadap Kepuasan Penggunaan *Mobile Banking*
4. Untuk mengetahui apakah Dimensi Kemudahan Penggunaan aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah
5. Untuk mengetahui apakah Dimensi Keamanan Penggunaan aplikasi *Mobile Banking* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penelitian ini memberikan manfaat diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
Membantu dalam pengembangan teori tentang Kepuasan Penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan dimensi *Security Quality Bank Syariah* di Pati.
2. Manfaat Praktis
Membantu menambah wawasan pengetahuan mengenai Penggunaan *Mobile Banking* dengan dimensi keamanan serta mengetahui resiko dari penggunaan *mobile banking*.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian Ini harus memberikan gambaran para pembaca pada umumnya tentang isi penelitian ini, yaitu antara bab pertama dan bab yang lainnya berkaitan. Yang berikutnya adalah sistematika penyusunannya :

1. Tahap pertama
Dibagian pertama berisi Halaman Judul, Surat Persetujuan pembimbing, Surat Pengesahan, Halaman Penerimaan, Motto, Kutipan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar dan Abstrak.

2. Bagian isi

Dibagian isi berisikan bab yang terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi, Deskripsi Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi, Jenis dan Pendekatan, Setting Penelitian, Populasi dan Sampel, Desain dan Definisi Operasional Variabel, Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen, Teknik pengumpulan data, dan Teknik Analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang Kesimpulan, Saran-Saran, dan Penutup.

3. Bagian akhir

Pada bagian akhir ini berisi tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran.