

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan pesat teknologi informasi dan komunikasi secara relevan sudah membarui beberapa aspek kehidupan manusia, meliputi masalah keuangan. Munculnya bank digital syariah adalah salah satu perubahannya. Ketersediaan bank digital syariah telah memungkinkan kita untuk dengan mudah melakukan transaksi keuangan tanpa pergi ke bank.¹ Salah satu contoh inovasi kontemporer di sektor perbankan adalah bank digital syariah ini. Namun, pada kenyataannya mungkin saat ini masyarakat masih kurang memahami tentang produk dan layanan bank digital syariah serta manfaatnya dibandingkan dengan bank konvensional.

Banyak konsumen yang awalnya mengira bank digital syariah memiliki fitur atau layanan yang sama lengkapnya dengan bank konvensional atau bank digital konvensional. Namun, kenyataannya mungkin belum memiliki fitur layanan yang lengkap sehingga beberapa orang mungkin merasa bahwa layanan tersebut kurang memenuhi kebutuhan mereka.

Dengan adanya kabar ini banyak nasabah yang akhirnya ragu untuk memakai bank digital syariah. Oleh karena itu, beberapa bank digital syariah perlu lebih memperhatikan fitur dan pelayanan yang diberikan dalam memasarkan dan memperkenalkan produknya kepada nasabahnya karena hal ini berdampak besar pada kepercayaan nasabah dan generasi z untuk memulai memakai bank digital syariah.²

Semua lembaga keuangan berlomba-lomba melakukan digitalisasi agar sesuai dengan harapan investor dan nasabah sebagai akibat dari meningkatnya penggunaan perangkat digital

¹ Muh. Barid Nizaruddin Wajdi, Yuli Choirul Ummah, and Devit Etika Sari, "UKM Development Business Loan," *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)* 1, no. 1 (2017): 99.

² Nurul Laili Az Zahro and Nur Ika Mauliyah, "Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)* 1, no. 1 (2022): 9–16.

oleh masyarakat.³ Industri perbankan tampaknya telah menjadi yang pertama merangkul digitalisasi dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini ditunjukkan dengan penciptaan simultan ATM, *internet banking*, *mobile banking*, *digital banking*, dan sejumlah kemajuan teknologi lainnya bertujuan untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan layanan nasabah.⁴

Menurut Kinsey layanan perbankan berbasis digital dapat diakses kapan pun (*any time*) dan di mana pun (*any where*), serta meminimalisir interaksi fisik secara langsung antara nasabah dengan bank. Dengan demikian operasional bank dapat dilakukan secara efisien dan pelayanan kepada nasabah dapat terjaga.⁵

Akan tetapi, menurut Arif implementasi digitalisasi pada produk perbankan syariah masih memiliki beberapa hambatan, diantaranya belum tersebarnya informasi bahwa bank syariah memiliki produk digital karena keterbatasan promosi dan sosialisasi, keterbatasan ketersediaan sumber daya manusia, adanya keraguan terhadap pemenuhan penerapan prinsip syariah pada akad digital dan keandalan infrastruktur pendukung lainnya.⁶

Bank digital syariah adalah salah satu inovasi digital amat menonjol dalam industri perbankan. Bank digital syariah secara sederhana berarti bank yang memberikan nasabahnya

³ Dila Luthfiatussa'dyah, Ahmad Mulyadi Kosim, and Abristadevi, "Strategi Optimalisasi Digitalisasi Produk Perbankan Pada Bank Syariah Indonesia," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 3 (2022): 783–802.

⁴ Simran Jit Kaur et al., "Adoption of Digital Banking Channels in an Emerging Economy: Exploring the Role of in - Branch Efforts," *Journal of Financial Services Marketing* 26, no. 2 (2021): 107–121.

⁵ Hendra Kusuma and Wiwiek Kusumaning Asmoro, "Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam," *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2021): 141–163.

⁶ Muhammad Arif and Muhammad Sugianto, "Persepsi Masyarakat Terhadap Pendirian Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Di Desa Tasik Serai Timur Kecamatan Talang Muandau Kabupaten Bengkalis," *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2022): 69–75.

akses ke berbagai layanan perbankan melalui platform digital.⁷ Di masa lalu, sebagian besar layanan perbankan harus dilakukan secara pribadi dengan karyawan bank, tetapi sekarang dapat dilakukan lewat perangkat yang tersambung ke internet kapan dan di mana saja.⁸

Saat ini, Bank Aladin Syariah, Bank Jago Syariah, dan Hijra Bank merupakan tiga bank digital syariah Indonesia. PT Bank Aladin Syariah Tbk dahulu dikenal sebagai PT Bank Net Indonesia Syariah Tbk. Tahun 1994, perusahaan didirikan. Bank ini tercatat di bursa pada tahun 2021 dengan kode BANK. Masyarakat dapat mengakses aplikasi Aladin pada tahun 2022, menjadikan bank ini sebagai bank digital pertama di Indonesia yang beroperasi secara eksklusif berbasis syariah.⁹ Sedangkan Bank Jago Syariah sebelumnya dikenal PT Bank Artos Indonesia didirikan pada tahun 1992. PT Bank Jago Tbk merupakan nama baru Bank Artos pada tahun 2020. Kemudian, pada tahun 2021, Bank Jago mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) bernama Bank Jago Syariah, yang bergabung dengan Bank Jago dan menawarkan layanan kepada nasabah sesuai dengan ajaran islam dan prinsip syariah.¹⁰ Sementara itu, Hijra bank sebelumnya dikenal BPRS Cempaka Al Amin dan dibeli Alami Group pada tahun 2021. Hijra Bank diluncurkan pada tahun 2022. Aplikasi Hijra Bank tersedia untuk membuat pengelolaan uang lebih sederhana tanpa membuat pengguna terkena riba atau menimbulkan biaya transfer bulanan atau antar bank. Hijra Bank merupakan bank syariah berproses dengan cara digital dan menyajikan layanan keuangan menggunakan aturan syariah.

⁷ Svitlana Melnychenko, Svitlana Volosovych, and Yurii Baraniuk, "Dominant Ideas of Financial Technologies in Digital Banking," *Baltic Journal of Economic Studies* 6, no. 1 (2020): 92.

⁸ Muhammad Ridhwan Ab. Aziz et al., "Bibliometric Analysis Of Literatures On Digital Banking And Financial Inclusion Between 2014-2020," *Library Philosophy and Practice*, 2021, 5–13.

⁹ Liliia Zherdetska et al., "Digital Banking in the Marketing Mix : Improving the Approach to Evaluation as an Innovative Component," *International Journal of Economics and Management Systems* 6 (2021): 611–619.

¹⁰ *Annual Report Perusahaan PT Bank Jago Tbk*, 2020.

Tiga bank yang terpilih untuk fokus penelitian ini yakni Bank Aladin Syariah, Bank Jago Syariah, dan Hijra Bank sebab mereka sudah menciptakan nama diri mereka sendiri sebagai bank syariah yang bertransformasi secara digital. Selain itu, karena perbankan syariah tidak secara langsung berkorelasi dengan populasi muslim Indonesia, pangsa pasarnya masih jauh lebih kecil daripada bank konvensional. Oleh karena itu, ketiga bank dan unit digital syariah ini diantisipasi untuk berkinerja lebih baik daripada bank digital lainnya dalam bisnis baik sekarang maupun di masa depan dengan mengetahui apa yang dibutuhkan dan melibatkan konsumen atau nasabah.

Penelitian ini memakai model penelitian yang disebut *Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT Extended)* sebagai acuan dasar untuk menyelesaikan permasalahan yang diajukan pada penelitian ini. *Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT Extended)* yakni suatu kerangka untuk mengakui teknologi sebagai pengembangan lebih lanjut dari teori UTAUT sebelumnya. Model ini dibuat guna menelaah perolehan adopsi sistem teknologi dilandaskan di sudut pandang individu selaku konsumen. Awalnya hanya ada 4 indikator dalam model, kemudian dibangun kembali dengan penambahan 3 indikator yakni *habit* (kebiasaan), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value* (nilai harga). Model ini kemudian diperluas dengan ditemukan delapan konstruk diantaranya *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating condition* (kondisi yang memfasilitasi), *trust* (kepercayaan), *perceived innovativeness* (inovasi yang dirasakan), *loyalty* (loyalitas), dan *word of mouth* (dari mulut ke mulut).¹¹

Salah satu hal yang membantu nasabah menciptakan *behavior intention* adalah kebutuhan mereka. Niat nasabah untuk menggunakan layanan teknologi perbankan syariah ditunjukkan oleh perilaku mereka. Keinginan ini merupakan hasil dari kebutuhan yang harus dipenuhi, seperti kebutuhan

¹¹ Alien Arianita, Lizar Alfansi, and Sularsih Anggarawati, "Analysis Factor Affecting The Use Of Digital Payment With The Extended UTAUT Model," *The Manager Review* 5, no. 1 (2023): 91–108.

transaksi perbankan yang cepat, akurat, aman, dan nyaman. Pemahaman nasabah, khususnya yang berkaitan dengan layanan teknologi finansial, membentuk *behavior intention*. Dengan penggunaan layanan teknologi tersebut, informasi yang diperoleh akan memunculkan aspirasi dan keinginan yang akan segera terpenuhi. *Behavior intention* masyarakat guna memakai jasa perbankan syariah bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *trust*, *perceived innovativeness*, *loyalty*, juga *word of mouth*. Setiap variabel dapat mempengaruhi perubahan *behavior intention*.¹² Secara umum, nasabah akan tertarik pada bank digital syariah jika mereka menemukan layanan yang mudah digunakan dan bermanfaat, dan jika penilaian risiko dan tingkat kepercayaan bank memuaskan. Sebaliknya, minat nasabah untuk menggunakan bank digital syariah akan menurun jika mereka percaya bahwa karakteristik ini tidak tepat.

Di era revolusi 5.0, cara nasabah menggunakan layanan perbankan berubah. Ini adalah hasil dari pergeseran sikap dan cara hidup masyarakat, khususnya di kalangan generasi z. Christiani menjelaskan generasi z sebagai kelahiran antara tahun 1995 dan 2012, berarti bahwa usia mereka saat ini berkisar antara 11 hingga 28 tahun. Generasi ini lahir di era internet dan menghabiskan tahun-tahun formatif mereka di dalamnya. Karakter generasi z adalah salah satu toleransi yang menyanjung, kecerdasan, dan tautan yang tak terpisahkan ke internet. Selain itu, ia memiliki kontinuitas pengetahuan dan adat istiadat yang besar dari dalam ataupun luar negeri. Maka dari itu, menggunakan sarana digital untuk memperkenalkan bank syariah kepada generasi z adalah metode yang efektif.¹³

Maksimalnya pemanfaatan potensi saat ini menjadi keharusan bagi bank digital syariah untuk menarik minat

¹² Nadya Fritanita Julyazti, Mohamad Fany Alfarisi, and Fajri Adrianto, "Pengaruh Behavioral Intention Dan User Behavioral Terhadap Gender Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5, no. 1 (2023): 187–197.

¹³ Lintang Citra Christiani and Prinisia Nurul Ikasari, "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa," *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media* 4, no. 2 (2020): 84–105.

generasi z dalam memanfaatkan teknologi digital ini. Niat generasi Z dalam menggunakan transaksi digital bisa disebabkan oleh kebiasaan (*habit*), begitu juga seberapa seringnya generasi z menggunakan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari. Indikator *habit* ada tiga yaitu rutinitas, kecanduan, dan keharusan. Rutinitas generasi z melibatkan penggunaan transaksi digital dalam kehidupan sehari-hari mereka, kecanduan menunjukkan bahwa mereka tidak dapat hidup tanpa transaksi ini dan merasa sulit untuk hidup tanpanya, dan keharusan yaitu generasi z merasa secara otomatis harus menggunakan teknologi saat melakukan transaksi.

Kepercayaan yakni harapan bahwa orang lain tidak akan terlalu optimis dalam situasi tertentu dan sebaliknya akan memutuskan untuk menjadi orang yang dapat dipercaya. Kepercayaan nasabah mengacu pada kapasitas untuk melakukan transaksi keuangan online, menjunjung tinggi kepentingan transaksi nasabah, menunjukkan dedikasi terhadap layanan nasabah, dan menawarkan keuntungan kepada nasabah. Kepercayaan yang dirasakan adalah penentu penting minat dan pemanfaatan layanan bank digital syariah atau disebut dengan *perceived trust* (persepsi kepercayaan). *Perceived trust* berarti respons seseorang ditambah dengan keyakinan mereka pada orang lain untuk bertindak sesuai dengan harapan dan menganggap semua risiko yang diketahui. Minat untuk mengadopsi bank digital syariah akan meningkat jika konsumen merasa bahwa bank tersebut dapat diandalkan, mengutamakan kebutuhan mereka, dapat menjunjung tinggi reputasinya, berkomitmen tinggi, menghasilkan informasi yang benar, dan memperhatikan nasabahnya.¹⁴ Ditemukan beberapa indikator kepercayaan yakni Keandalan (kapasitas guna memberi layanan yang disepakati kepada nasabah dengan sesuai waktu, tepat, dan memadai), Kepedulian (tingkat empati bank yang tinggi memungkinkannya untuk secara efektif

¹⁴ Fitrianisa, Sylvia Rozza, and Ali Masjono, "Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking," *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan* 7, no. 1 (2020): 1259–1268.

menyelesaikan masalah nasabah), Kredibilitas (bank menerapkan sistem operasional yang bisa dipercaya dan jujur untuk transaksi elektronik).¹⁵

Fitur layanan termasuk sebuah aspek yang memberikan kepercayaan kepada pelanggan untuk menyelesaikan transaksi. Tingkat kepercayaan tersebut dapat dikatakan sebagai kesan seseorang terhadap fasilitas yang tersedia untuk memungkinkan pemanfaatan sistem. Oleh karena itu, kesan tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas fasilitas yang ada. Untuk menggunakan teknologi, kondisi yang memfasilitasi (*facility condition*) mesti disokong oleh sarana prasarana milik individu. Dalam industri perbankan, salah satu jenis teknologi informasi adalah bank digital syariah. Bank ini menawarkan sejumlah keunggulan, seperti kemampuan untuk bertransaksi dari rumah tanpa mengunjungi ATM atau bank, serta ramah pengguna dan kaya fitur, memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai tugas perbankan, mulai dari membuka berbagai produk dan rekening hingga melakukan investasi hingga menutup berbagai produk dan rekening.¹⁶ Salah satu faktor yang akan menentukan seberapa puas nasabah dengan layanan bank digital adalah kualitas layanan yang dipasarkan bank digital syariah. Kepuasan nasabah dan kemampuan elemen layanan dalam menu bank digital untuk memenuhi kebutuhannya akan berdampak pada persoalan dengan pemanfaatan bank digital.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ngali¹⁷, sikap dan perilaku generasi Z memiliki nilai yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

¹⁵ Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, and Abdul Jalil, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2021): 31–45.

¹⁶ Mahmud Yusuf, Sumarno, and Parman Komarudin, “Bank Digital Syariah Di Indonesia: Telaah Regulasi,” *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2022): 271–285.

¹⁷ Fatkhul Ngali, Purwanto Purwanto, and Yeny Fitriyani, “Analisis Perilaku Generasi Digital Native Terhadap Bank Syariah,” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2022): 197–211.

Pada sisi lain, bertentangan oleh penelitian Meiria¹⁸ menyatakan bahwa sikap dan perilaku generasi Z terhadap bank syariah tidak berpengaruh dikarenakan rendahnya tingkat kesadaran generasi Z dalam memahami informasi bank syariah. Selain itu, menurut Bakhtiar¹⁹ menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memakai internet banking. Bertentangan dengan penelitian Batubara²⁰ menyatakan secara parsial, kepercayaan dan inovasi layanan perbankan digital tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z saat memakai perbankan syariah. Sementara itu, menurut Badaruddin²¹, secara parsial fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat memakai *mobile banking*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Umaningsih²² yakni variabel fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat memakai *e-money*.

Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu terdapat pada objek penelitian, variabel penelitian, dan lokasi penelitian. Penelitian ini berfokus pada bank digital syariah. Peneliti memilih generasi z sebagai objek penelitian. Serta mengembangkan lebih lanjut dengan menggabungkan beberapa variabel yang diharapkan dapat memperkuat hasil analisis pada penelitian.

Isu ini dirasa menarik untuk diteliti karena merupakan strategi bagi aplikasi Bank Digital Syariah untuk memperbaiki

¹⁸ Endah Meiria, "Sikap Dan Perilaku Generasi Z Terhadap Perbankan Syariah Indonesia Dengan Importance-Performance Analysis," *JIBM: Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* 4, no. 2 (2021): 133–148.

¹⁹ M. Rifki Bakhtiar, Erawati Kartika, and Ika Listyawati, "Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri," *Al Tijarah* 6, no. 3 (2022): 156–167.

²⁰ Batubara and Anggraini, "Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah," *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 30 (2022): 706-725.

²¹ Badaruddin and Risma, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking," *Jurnal Margin* 1, no. 1 (2021): 1–13.

²² Wahyu Prastiwi Umaningsih and Dewi Kusuma Wardani, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money," *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* 5, no. 3 (2020): 113–119.

dan terus meningkatkan kualitas layanan agar para pengguna lama merasa semakin puas dan menarik masyarakat agar menumbuhkan rasa minat menggunakan. Dari hal tersebut peneliti tertarik guna melakukan penelitian menggunakan judul **“Perilaku Generasi Z, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap *Behavior Intention* Menjadi Nasabah Bank Digital Syariah pada Era Revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka permasalahan bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah perilaku generasi Z berpengaruh terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus?
3. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Beracuan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini guna mendapatkan respon atas masalah yang sudah dirumuskan yakni:

1. Guna mengetahui pengaruh perilaku generasi Z terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus
2. Guna mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus
3. Guna mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan nantinya penelitian ini bisa jadi bahan pembelajaran dan tinjauan ilmu pengetahuan untuk para pembaca serta bisa digunakan sebagai bahan referensi penelitian yang nantinya dapat ditingkatkan dengan penelitian yang hampir identik di masa depan, yaitu sebagai data dasar tentang perilaku generasi Z, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 khususnya di Kabupaten Kudus.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Keuangan

Pihak lembaga keuangan perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat memperoleh manfaat dalam penelitian ini melalui pemberian masukan dan bahan pertimbangan dalam mengetahui perilaku generasi Z, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0 sebagai salah satu titik acuan dalam memahami perilaku generasi Z, faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan nasabah, dan preferensi nasabah terhadap fitur layanan agar memenuhi harapan nasabah sehingga mampu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kepercayaan nasabah, meningkatkan kualitas layanan, meningkatkan jumlah nasabah, serta manfaat bagi lembaga keuangan perbankan syariah khususnya Bank Digital Syariah.

b. Bagi Masyarakat

Adapun bagi masyarakat diharapkan dapat memperoleh manfaat yakni sebagai bahan literasi dan informasi, serta diharapkan masyarakat terutama dari kalangan milenial dapat memperoleh gambaran mengenai perilaku generasi Z, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah pada era revolusi 5.0, sehingga nantinya dapat meningkatkan pemahaman, kepercayaan,

dan motivasi untuk menggunakan bank digital syariah sebagai alternatif dalam melakukan transaksi keuangan.

E. Sistematika Penulisan

Guna memperoleh gambaran tentang masing-masing bagian yang saling berkaitan dalam penelitian ini, juga menciptakan penelitian menjadi sistematis dan tersusun, maka penulisan skripsi ini dilengkapi dengan sistematika penulisan yakni:

1. Bagian awal

Pada bagian awal ini meliputi halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, lembar pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, lembar persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, dan halaman daftar gambar.

2. Bagian isi

Pada bagian isi terdapat beberapa sub bab meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Akan dijelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Isinya tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Akan dibahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, defnisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Isinya penjelasan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan meliputi gambaran objek penelitian, pengujian hasil analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasan dari analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir berisi simpulan dari semua hasil penelitian, beberapa saran

ditujukan pada pihak terkait mengenai hasil penelitian yang sudah dilakukan serta penutup dan ucapan terimakasih.

3. Bagian akhir
Meliputi daftar pustaka dan lampiran-lampiran

