

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai akibat dari globalisasi, sektor pariwisata mengalami pertumbuhan pesat dan muncul sebagai aktor penting di zaman modern dalam perekonomian dunia. Berbagai badan global telah mencapai konsensus bahwa pariwisata dan kegiatan sosial ekonomi tidak dapat dipisahkan. Organisasi-organisasi ini termasuk PBB, Bank Dunia, dan Pariwisata Dunia. Karena pariwisata dipandang sebagai komoditas yang berpotensi menguntungkan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, pemerintah memberikan prioritas pada industri ini. Kontribusi mata uang asing, pembangunan ekonomi nasional, dan yang paling penting, penurunan tingkat pengangguran di Indonesia merupakan indikator dampak signifikan industri pariwisata terhadap perekonomian negara¹.

Selain pendapatan masyarakat lokal yang sudah tinggal dekat dengan tempat wisata, sektor pariwisata berpotensi mendorong pembangunan ekonomi secara signifikan di tingkat regional maupun nasional². Karena tingginya pendapatan dan pendapatan daerah yang dihasilkan oleh tempat-tempat yang mempunyai kawasan industri di sektor ini akan sangat bermanfaat bagi masyarakat jika dianggap bergerak dalam usaha pariwisata.

Industri pariwisata telah berkembang dari kegiatan rekreasi semata menjadi bisnis sah yang dapat memproduksi dan menjual barang-barang wisata; oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang cermat dan keahlian khusus³.

Indonesia adalah negara yang aktif mendorong ekspansi bisnis, khususnya di industri perjalanan dan perhotelan. Di Indonesia, bisnis pariwisata telah berkembang dengan pesat⁴. Pengunjung asing dan lokal akan terpicat oleh bentang alam Indonesia yang menakjubkan

¹ Priyadi, "Pengaruh Daya Tarik Wisata, E Word Of Mouth , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Menara Teratai Purwokerto Kabupaten Banyumas"

² Wicaksana Dan Nugraha "Identifikasi Sarana Dan Prasarana Waduk Cengklik Sebagai Wisata Tepian Air Di Boyolali, Siar-Iii"

³ Junaida Erni "Pengaruh Daya Tarik Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Wisata Berkunjung Pada Taman Hutan Kota Di Kota Langsa"

⁴ Kemenparekraf "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali"

dan banyaknya atraksi alam, sehingga memberikan kesempatan kepada pemerintah untuk membangun bisnis pariwisata yang berkembang. Seperti halnya negara yang kaya akan kekayaan alam, tempat wisata di Indonesia pun tak kalah mempesona⁵.

Bepergian ke tempat-tempat wisata populer telah berkembang menjadi lebih dari sekedar hobi; ini adalah cara hidup bagi individu dari semua latar belakang sosial ekonomi. Seseorang mungkin menikmati rekreasi karena berbagai alasan di luar meningkatkan taraf hidupnya, seperti melepaskan diri dari monoton, melepas penat, mengurangi stres, berbelanja, belajar sejarah lokal, dan masih banyak lagi. Setiap tahun, semakin banyak orang dari seluruh dunia yang datang ke Indonesia untuk menikmati berbagai tempat wisata baru yang memberikan sensasi mendebarkan dan pemandangan menakjubkan⁶.

Setiap provinsi di Indonesia memiliki tempat wisata yang lebih bagus dibandingkan provinsi lainnya, dan Provinsi Jawa Tengah, khususnya Kabupaten Grobogan, adalah salah satunya. Di bagian inti kota kawasan ini terdapat pegunungan kapur, perbukitan, dan dataran. Kabupaten ini terletak di dua gunung kendeng yang membentang dari barat ke timur⁷. Sebagian besar lahan digunakan sebagai hutan milik negara dan hutan milik pribadi dengan mayoritas ditanami dengan pohon jati. Karena masih memiliki banyak daya tarik wisata yang khas, Kabupaten Grobogan mungkin akan berkembang menjadi destinasi wisata populer. Beberapa destinasi tersebut antara lain: Makam Ki Ageng Selo, Makam Ki Ageng Tarub, Makam Ki Ageng Getas Pandowo, Situs Medang Kamulan, Puncak Pelangi, Bledug Kuwu, Goa Lawa, Api Abadi Mrapen, Air Terjun Gulingan, Jati Pohon Indah, Kesongo, Goa Ngesong, Air Terjun Nganyongan, Goa Teges, Air Terjun Widuri, Goa Urang, Goa Gajah, Goa Angil Angil, Goa Gogor, Waduk Nglangon, Waduk Kedungombo, Pemandian Sanggeh, Pemandian Mudal, Sendang Wangi, Sendang Keyongan, Pemandian Segoro Gunung, Sendang Coyo, Sendang Bulusan. Waduk Kedungombo merupakan salah satu destinasi wisata buatan yang paling terkenal di kawasan Grobogan.

Waduk Kedungombo merupakan salah satu waduk besar di Indonesia, tepatnya berada di Provinsi Jawa Tengah yang dibangun

⁵ Hilma Durotun “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali”.

⁶ Kemenparenkraf “Rencana Strategis Kemenparenkraf / Baparekraf”

⁷ Disporapar Provinsi Jawa Tengah “Kabupaten Grobogan”

sejak tahun 1984 dan proyek ini diselesaikan pada tahun 1989. Disekitar Waduk Kedungombo terdapat beberapa obyek wisata yang baru, diantaranya yaitu: Tirta Kedungombo, Wonosari, dan Embun Bening. Ketiga obyek wisata itu terletak di Kabupaten Grobogan yang baru di buka sejak 2–3 tahun yang lalu⁸.

Embun Bening merupakan nama dari salah satu tempat wisata yang ada di tepi Waduk Kedungombo, berdiri pada tanggal 17 Januari 2021. Embun Bening terletak pada tepian Waduk Kedungombo Kabupaten Grobogan. Wisata ini berada di Desa Rambat, Kecamatan Geyer, Kabupaten Grobogan, Provinsi Jawa Tengah. Embun Bening Kedungombo Park menyuguhkan konsep wisata keluarga yang kekinian. Hal tersebut dapat dilihat dari segi penataan spotnya yang kreatif, berwarna, dan dipenuhi dengan beberapa *spot selfie*. Akses untuk pejalan kaki juga sudah tertata dengan baik, dan bersih. selain itu terdapat juga fasilitas permainan untuk anak–anak, dan rumah makan yang menyajikan beranekaragam menu masakan dengan harga yang terjangkau. Untuk tempat berfoto pengunjung terletak di tepian Waduk, sehingga wisatawan dapat menikmati sensasi wisata danau, namun memiliki citarasa di pantai⁹.

Dalam rangka pengembangan obyek wisata, keikut sertaan masyarakat sangat berpengaruh untuk menjaga kelestarian, kearifan lokal, dan potensi pariwisata yang ada di daerah tempat tinggalnya. Terdapat satu cara, yaitu dengan mengunjungi dan mengenal lebih dalam obyek wisata yang ada di sekelilingnya. kurangnya kepedulian dan pemahaman terhadap obyek wisata yang ada di dekatntnya akan menjadi salah satu factor penghambat yang besar bagi suatu industry pariwisata¹⁰. Hal seperti ini akan menghambat pertumbuhan suatu daerah, karena kemajuan budaya dan wisata akan tertinggal jauh dibandingkan lokasi lain jika masyarakat setempat tidak mempunyai kemauan dan semangat untuk menjelajahi lokasi wisata disekitarnya¹¹. Waduk Embun Bening Kedung Ombo masih tergolong destinasi wisata baru, oleh karena itu perlu dibenahi daya tariknya, promosi dari mulut ke mulut, harga, dan lokasinya agar lebih banyak orang yang datang.

Sebuah perjalanan diputuskan setelah mengumpulkan informasi yang relevan, mempertimbangkan pro dan kontra dari berbagai

⁸ Ensiklopedia Jawa Tengah” Plta Di Grobogan “

⁹ Ma’arif Samsul “Embun Bening Wisata Kekinian Di Tepi Waduk Kedungombo Kabupaten Grobogan”

¹⁰ Lemy D.M. (2018) Jasa Pariwisata Yogyakarta: Explore

¹¹ Humas Prov. Kaltim. (2015). Masyarakat Lokal Harus Lebih Kenal Obyek Wisata Daerah

kemungkinan, dan kemudian memutuskan salah satunya¹². Sebelum melakukan perjalanan untuk mengunjungi obyek wisata, seseorang harus memilih dimana ia akan berkunjung dan dimana destinasi wisata yang cocok untuk dikunjungi.

Saat memutuskan ke mana akan pergi berlibur, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Hal ini mencakup daya tarik kawasan, biaya, lokasi, citra destinasi, fasilitas, aksesibilitas, media promosi, dan rekomendasi online¹³. Pilihan mengunjungi suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh beberapa variabel, menurut penelitian yang dilakukan Durotun Hilma. Khususnya, daya tarik, kedekatan, dan rekomendas¹⁴. Durotun Hilma menemukan ada sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk pergi ke suatu lokasi tertentu. Terutama dalam hal imbauan, kedekatan, dan saran¹⁵. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Bagas Adil Arif menunjukkan bahwa keindahan, lokasi, dan harga menjadi tiga aspek terpenting bagi wisatawan saat memutuskan destinasi tujuan¹⁶, Lokasi tidak terlalu mempengaruhi pilihan wisatawan untuk mengunjungi Taman Nasional Gunung Bromo, menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Adilarif. *E-word-of-mouth*, lokasi, harga, dan *day-of-the-week* merupakan delapan faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan mengenai tempat berlibur.

Keindahan lokasi wisata menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan layak atau tidaknya berkunjung ke sana. Atraksi didefinisikan sebagai tempat yang menarik pengunjung karena kualitas khasnya, baik kualitas alam, budaya, atau buatan manusia, atau karena kemudahan aksesnya¹⁷. Memiliki potensi, kekhasan, dan nilai yang besar akan menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu

¹² Sihobing, Rifansyah, Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desapematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital, Vol. 1, No. 3

¹³ Masruri, Y., Mulyati . Analisis Factor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestic Ditinjau Dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukit Tinggi

¹⁴ Hilma Durotun.(2023) Pengaruh Daya Tarik, Lokasi, Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Terhadap Wisata Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali

¹⁵ Ayu Komala Sari Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan , Yaitu Daya Tarik , Electronic Word Of Mouth , Dan Lokasi Yang Dimiliki Setiap Obyek Wisata

¹⁶ Mohammad Bagas Adilarif.(2022).Pengaruh Daya Tarik Wisata , Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Tama Nasional Bromo Tengger Semeru

¹⁷ Wulansari.I. .Pengaruh Citra Destinasi, Daya Tarik, Dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Berkunjung Ke Tlogo Resort Goa Rong

lokasi. Secara positif dan substansial, atraksi wisata dapat mempengaruhi pilihan wisatawan untuk berkunjung¹⁸.

Gambar 1.1

Gambar Obyek Wisata Embun Bening



sumber: sangu mlaku¹⁹

pemandangan air yang dikelilingi dengan bukit-bukit kecil dan di sisi lain terdapat juga fasilitas permainan untuk anak-anak, dan rumah makan yang menyajikan beraneka ragam menu masakan dengan harga yang terjangkau, dan berkeliling Waduk menggunakan perahu motor merupakan pilihan pengunjung yang datang sedangkan untuk tempat berfoto pengunjung terletak di tepian Waduk, sehingga wisatawan dapat menikmati sensasi wisata danau, namun memiliki citarasa di pantai.

Daya tarik bukan satu-satunya hal yang membuat suatu tempat populer di kalangan pengunjung; lokasi, keterjangkauan, dan rekomendasi digital semuanya memainkan peran penting. Lokasinya merupakan tempat berlangsungnya kegiatan komersial. Hussain dan Lueng menemukan bahwa di Sarawak, Malaysia, keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti jarak dan harga. Jarak dan harga mempunyai pengaruh yang baik terhadap pilihan wisatawan untuk berkunjung²⁰. Pendapat tersebut diperkuat oleh Tjiptono dari segi daya tarik daya tarik wisata, lokasi, aksesibilitas, transportasi, fasilitas, dan lingkungan

¹⁸ Setyawan.A.D.(2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Cobanrajs . Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Ub, 15 – 19.

¹⁹ Sangu Mlaku, *Embun Bening Kedungombo Park, Walking Tour*, n.d., https://www.youtube.com/watch?v=LqI_Ya8MZxc.

²⁰ Hussain,S.A.,& Lueng,W.L,(2017) The Influence Of Price And Distance Aspect Towards Visitor Decision , *Revisa Economica* , 69:1

yang mempunyai pengaruh²¹. Karena aksesibilitas merupakan faktor utama dalam memilih untuk melakukan perjalanan, maka masuk akal jika lebih banyak orang akan memilih mengunjungi tempat-tempat yang mudah dijangkau. apabila suatu obyek mempunyai akses jalan yang baik, aksesibilitas yang baik, lingkungan yang bersih, serta didukung dengan adanya fasilitas pelayanan yang baik maka keputusan berkunjung terhadap suatu obyek wisata akan meningkat. begitu juga dengan akses yang sangat mudah dan strategis, lokasi embun bening berada di pinggir jalan: yaitu berada di pintu masuk Obyek Wisata Kedungombo.

Mengingat betapa pentingnya aksesibilitas saat merencanakan perjalanan, tampaknya semakin banyak orang yang ingin mengunjungi destinasi yang mudah diakses²². Sebagai imbalan atas sesuatu yang berharga (harga), pelanggan mendapatkan sesuatu yang lain yang bernilai (manfaat) ketika mereka menggunakan suatu produk atau jasa²³. Sebagai imbalan atas pembayaran suatu harga, konsumen mendapatkan fasilitas yang lebih berharga daripada harga itu sendiri.

Electronic Word of Mouth mempunyai pengaruh yang besar, hal ini dibuktikan bahwa konsumen lebih cenderung mengandalkan sumber eWOM sebelum berbelanja, mereka menggunakan informasi eWOM untuk melihat bagaimana respon orang lain terhadap barang yang akan dibeli. karena *Word of Mouth* merupakan alat pemasaran yang ampuh untuk mempengaruhi pilihan pengunjung untuk berkunjung. Komunikasi dari mulut ke mulut dulunya lebih tradisional, namun sekarang lebih seperti komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik atau *e-Word of Mouth* berkat internet dan kemajuan teknologi lainnya. Dalam hal beriklan melalui internet dan media sosial, promosi dari mulut ke mulut secara elektronik adalah metode yang cocok dan efektif. Wisatawan dapat berbagi pemikiran mereka tentang tempat-tempat yang pernah mereka kunjungi, baik dan buruk, melalui informasi elektronik dari mulut ke mulut.

Adapaun beberapa cara promosi obyek wisata yang dilakukan melalui media sosial atau e word of mouth sebagai berikut:

²¹ Tjiptono, F. (2007) Pemasaran Jasa . Malang : Bayu Media

²² Kotler, P. Dan Kotler, K.L. (2010) Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga

²³ Anggono, A.J., & Sunarti. (2018) Pengaruh Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung . Jurnal Administrasi Bisnis

Gambar 1.2 Gambar Promosi Media Sosial



sumber: official embun bening on Instagram ²⁴

Electronic word of mouth dapat berupa instagram, tiktok, twitter, facebook, google maps dan platform yang berbasis web. Dengan adanya kemajuan teknologi dan internet seharusnya dapat memudahkan pengunjung dalam mencari informasi serta dapat meningkatkan jumlah pengunjung²⁵. Tetapi pada penelitian kali ini pengelola menargetkan pengunjung selalu meningkat pada setiap tahunnya, namun kenyataan dilapangan pengunjung

²⁴ “Embun Bening Kedungombo” (embun bening kedungombo blogger, n.d.), <https://www.instagram.com/embunbeningkedungombo/reels/>.

²⁵ Livtin, S.W., Goldsmith,R.E., Dan Pan B (2008) *Electronic Word Of Mouth And Tourism Management . Tourism Management . Vol.29. No.03*

selalu mengalami naik-turun atau fluktuatif. Sehingga ada kekurangan pada target pengunjung. Apa penyebabnya? Padahal sudah dilakukan upaya promosi eWOM lewat media tik-tok yang merupakan upaya dimana pengunjung dapat melihat review secara online lewat media sosial. Hal ini yang menjadi fenomena Gap yang perlu dicari tahu penyebabnya.

Adapun data pengunjung obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo pada tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data pengunjung obyek wisata Embun Bening Waduk
Kedungombo park
Tahun 2021-2023

Tahun	Nama obyek wista	Jumlah pengunjung
2021	Embun Bening Waduk Kedungombo Park	91.656
2022	Embun Bening Waduk Kedungombo Park	114.467
2023	Embun Bening Waduk Kedungombo Park	79.529

sumber: Badan Pusat Statistik Grobogan 2023²⁶

Data pengunjung di atas merupakan total jumlah pengunjung obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo Park pada tahun 2021-2023 dengan presentase terbanyak pada tahun 2022 yaitu sebanyak 114.467 karena obyek wisata ini baru dibuka diawal tahun 2021, jadi jumlah pengunjung tidak diketahui dengan pasti dan tidak terhingga.

Penelitian ini berupaya untuk mengisi kekosongan pengetahuan dalam literatur yang ada dengan menyelidiki dampak daya tarik, harga, lokasi, dan *electronic word of Mouth* terhadap keputusan pengunjung mengunjungi Waduk Embun Bening Taman Kedungombo. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi kesenjangan penelitian atau hasil yang tidak memadai di bidang ini. Menurut Durrotun Hilma, pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung sangatlah positif dan signifikan. Hal ini didukung oleh berbagai penelitian yang relevan dengan

²⁶ “Badan Pusat Statistik Kabupaten Grobogan” (bps grobogan, 2023), <https://grobogankab.bps.go.id/publication/2024/02/28/5e859112e7e3f192da90ea48/kabupaten-grobogan-dalam-angka-2024.html>.

penelitian ini, termasuk yang dilakukan di Waduk Cengklik Kabupaten Boyolali.

Kajian bertajuk “Penelitian Lokasi, Persepsi Harga, dan Pengaruhnya Terhadap Pilihan Tempat Wisata di Danau Reno” yang dilakukan oleh Christy, F.K. Dust. Studi kasus yang dilakukan oleh Liana Sekar Ayunintias di Pantai Menganti, Kebumen, mengkaji dampak tersebut dari electronic word-of-mouth, lokasi, dan daya tarik wisata terhadap kepuasan pengunjung saat Temuan penelitian ini menunjukkan adanya interaksi yang menguntungkan antara word-of-mouth, lokasi, dan keindahan. Para peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut: **“Pengaruh Daya Tarik, Harga, Lokasi, dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Embun Bening Waduk Kedungombo Kabupaten Grobogan”.**

B. Rumusan masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan:

1. Apakah daya tarik mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo?
2. Apakah harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo?
3. Apakah lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo?
4. Apakah *elektronik word of mouth* mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo?

C. Tujuan penelitian

Sejalan dengan pertanyaan yang dikemukakan di atas, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini, antara lain:

1. Untuk memahami adanya pengaruh positif atau negatif daya tarik terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo
2. Untuk memahami adanya pengaruh positif atau negatif harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo

3. Untuk memahami adanya pengaruh positif atau negatif lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo
4. Untuk memahami adanya pengaruh positif atau negatif *elektronik word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada obyek wisata Embun Bening Waduk Kedungombo

D. Manfaat Penelitian

Mengingat permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, maka manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Pengelola Wisata
Menjadi dasar pertimbangan dan masukan dalam upaya meningkatkan kualitas sarana dan prasarana, mengembangkan potensi yang dimiliki oleh objek wisata sehingga dapat dijadikan daya tarik wisata dan peningkatan jasa.
2. Bagi Peneliti selanjutnya
Memberikan inspirasi kepada peneliti lebih lanjut dengan pemahaman dan wawasan tentang variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan berkunjung
3. Bagi Akademik
Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh daya tarik, lokasi, harga, dan *e-word of mouth* terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata

E. Sistematika penulisan

Memiliki sistematika atau pedoman penulisan skripsi sangat penting agar pembahasan yang terdapat dalam skripsi ini lebih mudah dibaca dan dipahami secara keseluruhan. Berikut sistematikanya:

1. Bagian awal skripsi
Bagian awal skripsi memuat halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar singkatan, daftar tabel, daftar gambar/grafik.
2. Bagian utama skripsi
Bagian utama skripsi terdiri dari beberapa bab dan sub bab, yaitu sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN
Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.
- BAB II LANDASAN TEORI
Bab ini berisi tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis.
- BAB III METODE PENELITIAN
Bab ini meliputi jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Bab ini menyajikan hasil penelitian, gambaran obyek penelitian, analisis data (uji validitas, uji reabilitas, uji pra syarat, uji hipotesis).
- BAB V PENUTUP
Bab ini meliputi simpulan, dan saran-saran.
3. Bagian akhir skripsi
Pada bagian akhir skripsi terdapat daftar pustaka, lampiiran-lampiran, olah data analisis statistik, daftar riwayat hidup