

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan komunikasi dan informasi dalam semakin ketatnya persaingan usaha sekarang ini perusahaan harus bisa memanfaatkan teknologi serta sumber daya yang ada secara baik dan optimal, perusahaan harus mampu menciptakan atau melakukan upaya yang bisa mempengaruhi persepsi pelanggannya, misalnya dalam hal citra merek produknya. Dorongan dari masyarakat akan kebutuhan komunikasi dan informasi saat ini juga membuat permintaan ponsel mengalami kenaikan yang besar. Perusahaan harus lebih bisa meningkatkan kualitas produknya agar dapat di terima di kalangan masyarakat. Perkembangan teknologi dunia usaha yang semakin canggih sering kita dapati kedatangan produk barang dan jasa dimana memberikan berbagai keunikan serta kelebihan dari beberapa macam produk dan jasa tersebut.<sup>1</sup>

Teknologi telekomunikasi merupakan sebagai suatu peluang bisnis yang potensial dimana semua golongan memanfaatkannya, bisnis ini juga digunakan oleh produsen pada suatu persaingan untuk memperoleh keuntungan. Menambahnya kebutuhan saat ini dalam penggunaan teknologi telekomunikasi pada suatu kehidupan sekarang ini dikarenakan penggunaan telekomunikasi yang dirasa bisa memudahkan serta membantu kebutuhan orang lain dalam berkomunikasi. Suatu produk tentang telekomunikasi yang sekarang ini diributkan oleh produsen salah satunya adalah *smartphone* (ponsel). Persaingan oleh beberapa perusahaan meluncurkan sebagian perusahaan menyadari pentingnya bahwa suatu kebutuhan untuk bisa memaksimalkan asset-aset yang di miliki perusahaan sebagai upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi handphone. Sekarang ini banyak perusahaan dalam persaingan untuk memperoleh pembeli yang tidak terbatas dalam artibut kegunaan

---

<sup>1</sup> Johannes Gerardo Runtuuwu, Sem Oroh, Dan Rita Taroreh, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*, Jurnal Emba, Vol 2, No. 3 (2014).

produknya saja, contoh semisal dalam penggunaan produk, selain sudah berkaitan pada merek bisa memberi citra khusus pada penggunanya. Suatu produk bisa dijelaskan sebagai sebuah komoditi perjualkan, sedangkan merek dapat dijelaskan padaspesifikasi pelanggannya. Merek bukanlah suatu nama, gambar, tanda atau symbol yang tidak berarti. Merek adalah identitas suatu produk yang bisa dijadikan sebagai tolak ukur bagaimana produk tersebut bagus dan memiliki kualitas. Produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi, proses inovasi ataupun membuatnya perusahaan harus bisa membuat sebuah strategi bisnis yang baik dan sesuai. Seperti membuat produk yang berkelas dan mudah di terima oleh kebutuhan pasar.<sup>2</sup>

Keadaan tersebut bisa kita lihat pada situasi perebutan konsumen sekarang ini yang dilakukan pada suatu produk *smartphone*. Keaneragaman produk *smartphone* yang banyak pada situasi ini memberikan pengaruh konsumen untuk melakukan dan memikirkan dalam sebuah pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka bisa menyesuaikan kriteria sebuah produk yang ideal. Seiring dalam adanya perkembangan dari *handphone* sebagai alat komunikasi membuat permintaan konsumen terhadap *handphone* akan semakin tinggi. Persahaan-perusahaan berlomba menghasilkan produk yang kualitasnya lebih baik dari yang lainnya dan menawarkan nya kepada para konsumen sebagai upaya untuk mendapatkan keuntungan. Alat telekomunikasi yang banyak digunakan sekarang ini merupakan telepon genggam atau *handphone*. Penawaran produk yang begitu banyaknya, konsumen dibuat bingung oleh produk yang kualitasnya baik. Tetapi konsumen yang cerdas cenderung memilih produk dan layanan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhannya.<sup>3</sup>Setiap orang berkeinginan agar memperoleh ponsel atau *handphone* yang diharapkannya

---

<sup>2</sup> Siti Hamidah Dan Desi Anita, *Analisis Persepsi Citra Merek, Design, Fitur, Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasisi Android*, Jurnal Ekonomi, Vol 21, No. 4 (2013).

<sup>3</sup> Malonda Deisy, Joyce Lopian Dan Yunita Mandagie, *Analisis Citra Merek, Harga Produk, Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler Di IT CENTER Manado*, Jurnal EMBA, Vol 6, No. 4 (2018).

bukan saja untuk mencukupi kebutuhan dalam berkomunikasi melainkan perkembangan yang semakin canggih dan maju sekarang ini dibuat bahwa kebanyakan orang yang berkeinginan menggunakan smartphone karena banyaknya fitur-fitur baru dan tentunya bisa menunjang kebutuhan tren ketika berada di dalam kehidupan masyarakat.<sup>4</sup> Syarat yang seharusnya dimiliki oleh sebuah produsen agar tetap bisa berhasil dalam perebutan konsumen ialah dengan adanya usaha dalam mencapai tujuan dalam meluncurkan serta mempertahankan konsumen atau pembeli. Bagi perusahaan harus memiliki pemahaman mengenai perilaku konsumen pada pasar tujuannya, dikarenakan perjalanannya perusahaan tersebut tetap hidup sebagai produsen yang dimana berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumennya yang sangat tergantung pada perilaku konsumennya.<sup>5</sup>

Citra merek adalah kumpulan dari beberapa pengetahuan yang sudah ada mengenai produk, jasa, dan produsen dari sebuah merek yang di maksudkan. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap mengenai pemahaman dan penilaian terhadap suatu merek. Citra merek dinilai baik yang di miliki oleh konsumen terhadap produk yang dipromosikan akan lebih memberikan kemungkinan pembeli untuk memberikan tindakan keputusan pembelian. Citra merek dinilai baik dapat menarik minat dari konsumen dalam menentukan pilihan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Citra merek yang tinggi akan memberikan kesan yang baik bagi konsumennya terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan. Di sini lain, harga produk yang terjangkau juga bisa mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk barang atau jasa tersebut karena konsumen cenderung beranggapan mengutamakan produk yang harganya terjangkau. Konsumen juga memperhatikan dari segi kualitas produk dan cenderung tidak mengabaikannya walaupun harganya produk tersebut lebih

---

<sup>4</sup> Milly Lingkan Mokoagouw, *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol 1, No. 01 (2016).

<sup>5</sup> Bayu Prawira Dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar*,.

mudah. Kalitas produk adalah prioritas dari konsumen dan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian.<sup>6</sup> Kreativitas dan inovasi dalam menghadapi persaingan dan perkembangan di dunia bisnis memang perlu dilakukan. Membuat citra merek ialah beberapa cara untuk memperoleh pangsa pasar. Merek memiliki kegunaan dalam menyampaikan petunjuk kepada konsumennya untuk produk tertentu. Merek bisa memperlihatkan kualitas dengan menarik dan pelanggan merupakan hasil dari kombinasi produk bernilai memiliki nilai tambah di hati pelanggannya.<sup>7</sup> Harga merupakan bagian dari bagan poin yang lebih penting yang di evaluasi oleh konsumen, serta dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Dalam kondisi tertentu konsumen memiliki pengaruh terhadap harga. Sehingga harga dalam suatu produk yang relative mahal dari para pesaingnya dapat menghapus produk dari pertimbangan konsumen.<sup>8</sup>

Harga juga dapat memberikan solusi sebagai pertimbangan bagi konsumen sesuai penentuan produk yang akan digunakannya. Kualitas produk merupakan hal yang dapat dilakukan suatu produk dalam melakukan kegunaan-kegunaannya yaitu daya tahan, kemudahan, ketepatan, operasi dan keandalan dan bagian lainnya.<sup>9</sup> Konsep produk menjelaskan bahwa konsumen dapat lebih menyukai dan memilih produk-produknya yang memberikan tampilan-tampilan paling bermutu, inovatif dan kualitasnya mumpuni.<sup>10</sup> Berdasarkan penjelasan yang terdapat di jurnal,

---

<sup>6</sup> Suri Amalia And M. Oloan Asmara Nst, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualtas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Di Kota Langsa,"Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol. 6, No. 1 (2017)

<sup>7</sup> Ni Putu Nivia Karlina, Dan Ni Ketut Seminar Se, M.Si, *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar*, E- Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6 (2015).

<sup>8</sup> Etta Mamang Sangadji , dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: CV. Andi, 2003), 206

<sup>9</sup> Malonda Deisy, Joyce Lopian Dan Yunita Mandagie, *Analisis Citra Merek, Harga Produk, Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler Di IT CENTER Manado*, Jurnal EMBA, Vol 6, No. 4 (2018).

<sup>10</sup> Philip Kotler, *Manajemen pemasaran edisi mienium 1* (Jakarta:PT indeks gramedia, 2004).

fitur pada satu produk mempunyai peran penting untuk menarik perhatian kepada konsumen dalam memperoleh pilihan yang terbaik bagi mereka. Bagi usaha di bidang pemasaran atribut produk adalah salah satu cara untuk bisa memenangkan persaingan pasar, dikarenakan atribut produk adalah alat untuk membedakan produk perusahaan dengan pesaingnya.<sup>11</sup>Keputusan pembelian merupakan sebuah pengetahuan dalam tindakan pembelian yang mana pembeli memilih untuk melakukan tindakan sesuai hal pembelian serta pemanfaatan produk dan jasa tersebut. Keputusan pembelian dapat dikatakan sebagai suatu hal yang lebih penting dan menjadi perhatian dikarenakan dalam mengambil sikap tentunya kondisi ini akan menjadi suatu pertimbangan yang di pikirkan konsumen dalam suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan selanjutnya.<sup>12</sup>

Samsung merupakan bagian dari beberapa macam smartphone atau handphone yang sedang tren di kebanyakan masyarakat Indonesia khususnya di wilayah karesidenan Pati sudah banyak menggunakannya. Salah satu produk Samsung yang sekarang ramai dibicarakan oleh masyarakat adalah produk handphonenya. Samsung memiliki berbagai produk yang dimana setiap produknya di bekali dengan fitur-fitur yang menarik bagi penggunanya. Kualitas produknya selalu berkembang setiap tahunnya dan semakin canggih dalam mengikuti tren pada saat ini yang membuat penggunanya selalu senang.<sup>13</sup>Samsung merupakan perusahaan yang memproduksi perangkat elektronika terbesar di dunia merupakan konglomerasi terbesar di Korea Selatan dan

---

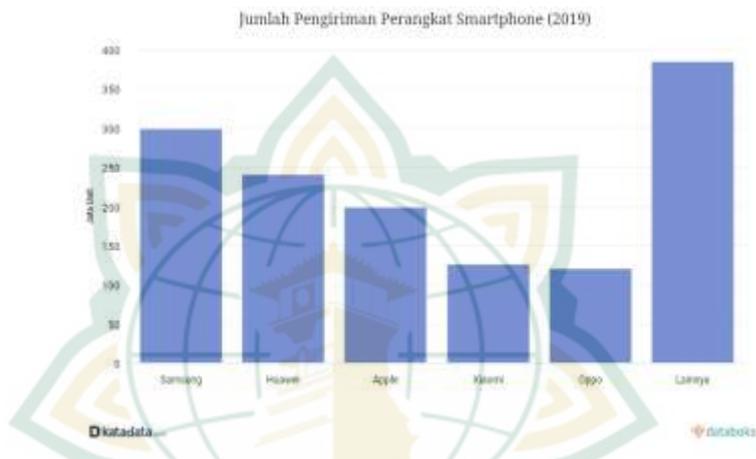
<sup>11</sup> Basrah Saidani Dan Dwi Raga Ramadhan, “Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC Roxy Mas”, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol.4, No.1 (2013).

<sup>12</sup> Suri Amalia And M. Oloan Asmara Nst, “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualtas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Di Kota Langsa,”Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol. 6, No. 1 (2017).

<sup>13</sup>Yitzhak Armando Laheba, Willem J.F. Alfa Tumban, Dan Djurwati Soepeno, *Pengaruh Citra Merek,Fitur,Dan Harga Terhadap Keptsan Pembelian Handphone Samsung*, Jurnal Emba, Vol. 3, No. 3 (2015).

mempunyai kantor pusat Seocho Town di Seoul, Korea Selatan.<sup>14</sup>

Gambar 1. 1  
Pengiriman perangkat *smartphone* pada tahun 2019



(Sumber : [www.katadata.com](http://www.katadata.com))

Samsung merajai pasar ponsel pintar atau smartphone dengan pangsa pasar sebesar 21,8% pada tahun 2019. Merek korea selatan ini berhasil mengirimkan perangkatnya sebanyak 298,1 juta unit ponsel. Dalam pencapaian tahun lalu tumbuh 2% dibandingkan tahun 2018.<sup>15</sup>

<sup>14</sup>Aldof O.S. Lubalu, “Pengaruh Features Dan Perceived Quality Terhadap Consumer Satisfaction Handphone Samsung Di Kota Poso”, Jurnal Ekomen, Vol. 15, No. 2 (2015).

<sup>15</sup>Desy setyowati, *Penjualan ponsel samsung lampau apple, huawei makinterpuruk*, databoks.katadata.co.id. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/608ba8880da42/penjualan-ponsel-samsung-lampau-apple-huawei-makin-terpuruk>. Di ases tanggal 24 maret 2021.

Tabel 1. 1  
Market Share Smartphone Samsung

Market Share Samsung	Quartal 4 2020	Quartal 4 2019	Quarta 1 4 2018
	19,1%	18,8%	18,8%

**Sumber :www.statista.com**

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa penjualan *Smartphone* Samsung mengalami pertumbuhan pada beberapa tahun terakhir. Dikarenakan setiap tahunnya jumlah permintaan dari konsumen mengalami peningkatan yang begitu pesatnya. Seiring dengan perumbuhan pasar *smartphone* secara keseluruhan, Samsung mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar.<sup>16</sup> Samsung sendiri terkenal dengan banyaknya fitur-fitur baru yang menarik serta harganya juga cukup murah dan bervariasi sesuai dengan kelasnya dari pada pesaing-pesaingnya. Hal ini membuat pesaing dari Samsung, seperti Xiaomi, OPPO, VIVO dan Apple merasa terancam keberadaannya di dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Produk tersebut juga unik dan bisa dikatakan simple yang membuat pelangganya merasa lebih puas dan nyaman menggunakannya. Hal ini lah yang menjadi dorongan bagi konsumen untuk memilih produk dari Samsung dan menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Selain harga, kualitas produk juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik suatu barang, sejauh mana barang tersebut dapat memenuhi prasyarat kebutuhan konsumen, jadi kualitas produk merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan konsumen.<sup>17</sup> Penelitian ini ditujukan pada masyarakat di wilayah Karesidenan Pati yang

<sup>16</sup>S. O`dea, “*pangsa untuk pengiriman smartphone global*”, <https://www.statista.com/statistics/276477/global-market-share-held-by-samsung-smartphones/>. Di ases tanggal 24 maret 2021.

<sup>17</sup> Kotler, *Management Pemasaran. Jilid 1*, 13<sup>th</sup> Edn (Jakarta:Erlangga,2009).

akan membeli dan menggunakan produk handphone Samsung dalam melakukan kebutuhan sehari-harinya. Di wilayah tersebut merupakan daerah strategis yang mana suatu produk-produk yang dipasarkan di daerah tersebut mudah diterima oleh masyarakatnya. Penelitian dilakukan di wilayah tersebut atas berbagai pemikiran dan seperti adanya macam-macam perilaku konsumen, citra merek, harga produk, dan kualitas produk yang terdapat di dalamnya sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam melakukan keputusan pembelian.<sup>18</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Deisy, dkk. dengan metode penelitian asosiatif dan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara accidental sampling dengan jumlah 50 responden, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda hasil pengujian menunjukkan bahwa citra merek, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung di Gerai Seluler IT Center Manado. Adapun pembedanya adalah penelitian tersebut menggunakan metode penelitian accidental sampling sedang kan peneliti menggunakan metode penelitian random sampling dan studi penelitian tersebut dilakukan di gerai IT Center Manado sedang peneliti melakukan penelitian di wilayah Karesidenan Pati.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arianto dan Albani adalah menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif, dan populasinya merupakan konsumen Samsung Store mall Bintaro Xchange kemudian diambil sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan taraf signifikan 5% menggunakan program SPSS for Windows Version 23. Kesimpulannya bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone pada Samsung store Bintaro Exchange. Adapun pembedanya adalah penelitian tersebut menggunakan dua

---

<sup>18</sup> Praba Sulistyawati, "Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Semarang," N.D.

variabel independen yaitu kualitas produk dan harga sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel independen yaitu citra merek, harga, dan kualitas produk.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lotulung, dkk. dengan sampel sebanyak 50 responden, teknik analisis data menggunakan egrresi berganda (*multiple regression*). Hasil penelitian tersebut menunjukan secara bersama kualitas produk, Harga, dan *WOM (Word Of Mouth)* memiiki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hanphone evercross pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado. Adapun pembedanya Penelitian ini menggunakan Variabel Independent Yaitu kualitas produk, Harga, dan *WOM (Word Of Mouth)* dan Variabel Dependennya Keputusan Pembelian, sedangkan peneliti mengunakan variabel independennya yaitu Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk. dan variabel dependennya sama yaitu Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhayati dengan metode pengambilan sampelnya menggunakan convenience sampling, dengan jumlah responden 65 orang, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dan dapat kesimpulan bahwa variabel citra merek dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Samsung di Yogyakarta.<sup>19</sup>Adapun pembedanya adalah penelitian tersebut menggunakan dua variabel independen yaitu citra merek dan harga sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel independen yaitu citra merek, harga, dan kualitas produk.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mokoagouw dengan populasi nya adalah konsumen yang membeli handphone Samsung di Samsung Mobillle IT Center Manado, 218 orang telah di survey sebagai sampel penelitian ini. Hasil uji membuktikan bahwa Gaya hidup, Harga, dan Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian. Adapun pembedanya Penelitian ini menggunakan Variabel Independen yaitu Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk. Variabel Dependennya

---

<sup>19</sup> Siti Nurhayati, "Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Samsung di Yogyakarta", *JBMA*, Vol. IV, No. 2, September 2017. Hal 60-69.

Keputusan Pembelian, sedangkan peneliti menggunakan variabel independennya yaitu Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk. dan variabel dependennya sama yaitu Keputusan Pembelian.

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan di atas, maka penulis memutuskan untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian handphone Merek Samsung Di Wilayah Karesidenan Pati”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa permasalahan yang dalam penelitian ini, adapun permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di wilayah Karesidenan Pati?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di wilayah Karesidenan Pati?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di wilayah karesidenan Pati?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di wilayah Karesidenan Pati.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di wilayah Karesidenan Pati.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung di wilayah karesidenan Pati.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh citrak merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di wilayah karesidenan Pati, selain itu juga diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran bagi peneliti yang sudah di pelajari sebelumnya.

2. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan khususnya smartphone Samsung penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian pengembangan strategi pemasaran yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan smartphone lainnya, sehingga dapat meningkatkan mutu dan kualitas serta meningkatkan penjualan dari tahun-ketahun.

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan dan menambah referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai judul terkait tentang keputusan pembelian.

## **E. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, pengesahan majelis penguji munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi dan halaman, daftar table, dan daftar gambar dan halaman.

2. Bagian Kedua

Sistematika penulisan ini dibagi menjadi 5 bab yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Deskripsi teori menjelaskan teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian sebagai legitimasi konseptual. Penelitian terdahulu yang

dapat dijadikan pertimbangan dalam perbandingan kesesuaian penelitian ini. Kerangka pemikiran berisi pola hubungan antara variable atau kerangka konsep yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti. Serta hipotesis yang berisi tentang dugaan sementara yang diajukan.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan prosedur penelitian yang dilakukan penulis untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan serta menguji hipotesis. Dalam bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, design definisi operasional variable, uji validitas dan reliabilitas instrument, Teknik pengumpulan data dan Teknik analisis data.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, analisis data perhitungan yang diperoleh dalam penelitian sehingga didapat hasilnya, yang kemudian dilakukan pembahasan terhadap hasil yang didapat guna mendapatkan kesimpulan.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan berisi saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

### 3. **Bagian akhir**

Pada bagian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, olah data analisis statistik, daftar riwayat hidup penulis dan dokumen yang mendukung dari penelitian.