

BAB I

PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan di Timor Leste telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan sejak kemerdekaan, terutama setelah pendirian Banco Nacional de Comércio de Timor-Leste (BNCTL) sebagai bank milik negara yang bertujuan memperluas akses layanan keuangan ke seluruh pelosok negeri. BNCTL tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan perbankan komersial, tetapi juga sebagai agen pembangunan keuangan, khususnya dalam mendukung kredit mikro dan pembiayaan usaha kecil dan menengah (BNCTL, 2022). Namun, tingkat penetrasi kredit masih relatif rendah. Menurut data dari Banco Central de Timor-Leste (2023), hanya sekitar 25% penduduk dewasa yang memiliki akses terhadap kredit formal. Hal ini menandakan bahwa masih terdapat kesenjangan antara ketersediaan produk kredit dan minat masyarakat dalam memanfaatkannya.

Memahami perilaku konsumen merupakan hal yang esensial bagi bank dalam merancang strategi pemasaran, pengembangan produk, dan pelayanan yang relevan dengan kebutuhan pasar. Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana individu mengenali kebutuhan keuangannya, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan membuat keputusan terhadap produk dan jasa perbankan. Menurut Kotler & Keller (2021:158), perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian menerjemahkannya ke dalam tawaran nilai yang unggul. Dalam konteks perbankan,

hal ini mencakup pemahaman atas ekspektasi nasabah terhadap tingkat bunga, prosedur kredit, kemudahan akses, dan kepercayaan terhadap institusi keuangan.

Pemahaman yang baik terhadap perilaku konsumen memungkinkan bank menyesuaikan pesan komunikasi, desain produk, dan pendekatan layanan yang sesuai dengan segmen pasar yang dituju. Schiffman dan Wisenblit (2019:34) menyatakan bahwa wawasan mengenai bagaimana konsumen berpikir, merasa, dan bertindak sangat penting dalam membentuk strategi pemasaran yang efektif. Dalam sektor jasa keuangan, keputusan konsumen sering kali dipengaruhi oleh persepsi risiko, pengalaman masa lalu, dan keterbatasan informasi. Oleh karena itu, bank harus secara proaktif mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, termasuk faktor psikologis dan sosial yang mungkin tidak tampak secara eksplisit dalam perilaku mereka.

Perilaku konsumen dalam memilih produk kredit tidak hanya dipengaruhi oleh evaluasi rasional terhadap manfaat dan risiko, tetapi juga oleh tekanan sosial dan ekspektasi dari lingkungan sekitar. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991; 2020), norma subyektif diartikan sebagai persepsi individu mengenai dukungan atau penolakan dari orang-orang signifikan seperti keluarga, teman, atau tokoh masyarakat terhadap keputusan perilaku tertentu, dalam hal ini keputusan untuk mengambil kredit. Norma ini berperan sebagai tekanan sosial yang dapat memperkuat atau melemahkan niat seseorang dalam bertindak.

Dalam konteks masyarakat kolektivistik seperti Timor Leste, norma subyektif memainkan peran yang lebih menonjol. Sebagaimana dijelaskan oleh Kashif et al. (2018), norma sosial cenderung berpengaruh signifikan terhadap

intensi perilaku dalam budaya yang menjunjung tinggi relasi sosial dan persetujuan kelompok. Hal ini diperkuat oleh temuan Asandimitra et al. (2021) dan Amron et al. (2018) yang menunjukkan bahwa norma subyektif memiliki kontribusi positif terhadap niat perilaku finansial, terutama ketika keputusan keuangan melibatkan pertimbangan sosial dan kepercayaan kolektif. Penelitian Idris dan Kasmu (2017) juga menyatakan bahwa dalam pemilihan produk perbankan seperti kartu kredit, norma subyektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat individu, sejalan dengan hasil studi Alqasa et al. (2014) yang mengungkapkan bahwa tekanan dari lingkungan sosial menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan keuangan di kalangan mahasiswa, sebagai bagian dari generasi muda yang sering menjadi target utama kredit konsumtif. Dengan demikian, dalam konteks Bank BNCTL di Timor Leste, norma subyektif yang berasal dari keluarga, komunitas adat, atau tokoh agama, kemungkinan besar berperan penting dalam membentuk niat nasabah untuk memilih produk kredit tertentu. Dalam masyarakat dengan struktur sosial yang kuat, keputusan keuangan, termasuk pengambilan kredit, bukan sekadar preferensi individual, tetapi keputusan kolektif yang sarat dengan nilai sosial dan norma budaya (Aji et al., 2021; Munandar, 2014).

Selain norma subyektif, sikap individu terhadap produk kredit merupakan determinan utama dalam pembentukan niat perilaku konsumen. Dalam konteks Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), sikap didefinisikan sebagai evaluasi positif atau negatif terhadap suatu objek, yang terbentuk dari penilaian afektif (emosional) dan kognitif (rasional) terhadap karakteristik produk atau jasa. Sikap positif muncul ketika individu memiliki persepsi yang menguntungkan terhadap

manfaat kredit, seperti kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, bunga yang kompetitif, dan kepercayaan terhadap reputasi bank penyedia, dalam hal ini Bank Nasional Comércio Timor-Leste (BNCTL).

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa sikap positif terhadap produk keuangan secara signifikan meningkatkan niat untuk memilihnya. Hoang et al. (2021) menemukan bahwa persepsi terhadap kemudahan dan keandalan layanan kredit memiliki pengaruh kuat terhadap niat untuk meminjam. Temuan ini sejalan dengan studi Trinh et al. (2020), yang menyatakan bahwa persepsi terhadap manfaat kredit seperti peningkatan daya beli dan kemudahan konsumsi—berkontribusi terhadap pembentukan niat meminjam, terutama di kalangan masyarakat urban. Sebaliknya, sikap negatif dapat menjadi hambatan besar dalam pembentukan niat memilih produk kredit. Ketakutan terhadap suku bunga tinggi, beban utang jangka panjang, ketidakpastian hukum, hingga pengalaman pribadi atau sosial yang negatif terkait pinjaman sebelumnya, dapat menimbulkan resistensi terhadap penggunaan kredit. Zou dan Fu (2024) menyoroti bahwa persepsi risiko yang tinggi terhadap kredit konsumtif secara langsung menurunkan niat meminjam, khususnya di kalangan anak muda. Dalam konteks Timor Leste, di mana literasi keuangan dan perlindungan konsumen masih berkembang, persepsi negatif semacam ini berpotensi lebih dominan apabila tidak diimbangi dengan edukasi dan transparansi dari lembaga keuangan. Dengan demikian, sikap nasabah—baik dalam bentuk keyakinan, persepsi risiko, maupun penilaian terhadap manfaat—merupakan faktor psikologis yang sangat penting dalam menentukan apakah seseorang akan berniat untuk mengambil kredit di BNCTL atau tidak.

Faktor demografis merupakan determinan penting dalam perilaku konsumen yang memengaruhi secara langsung maupun tidak langsung keputusan keuangan, termasuk dalam memilih produk kredit. Variabel-variabel seperti umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan berkaitan erat dengan preferensi risiko, kapasitas keuangan, dan kerentanan terhadap bias perilaku dalam proses pengambilan keputusan (Baker et al., 2019). Dalam konteks ini, pemahaman terhadap demografi nasabah sangat krusial bagi perbankan seperti Bank Nasional Comércio Timor-Leste (BNCTL) dalam menyusun strategi pemasaran dan segmentasi kredit yang lebih efektif.

Tingkat pendidikan turut memengaruhi literasi keuangan dan kualitas pengambilan keputusan. Individu dengan pendidikan tinggi memiliki pemahaman lebih baik terhadap struktur kredit, konsekuensi finansial, dan tata cara pengajuan pinjaman. Lusardi dan Mitchell (2014) menegaskan bahwa literasi keuangan sangat terkait dengan tingkat pendidikan dan merupakan prediktor utama dalam pengambilan keputusan keuangan yang bertanggung jawab. Demikian pula Baker et al. (2019) menyatakan bahwa tingkat pendidikan menentukan tingkat keterpaparan terhadap informasi keuangan dan mengurangi bias perilaku yang dapat mempengaruhi keputusan kredit.

Jenis kelamin juga memengaruhi pengambilan keputusan kredit. Perempuan secara umum menunjukkan tingkat kehati-hatian lebih tinggi dalam mengambil risiko keuangan, sedangkan laki-laki cenderung lebih agresif dan berani mengambil keputusan finansial yang berisiko. Croson dan Gneezy (2009) menyatakan bahwa perbedaan gender dalam preferensi risiko telah dikonfirmasi

dalam berbagai eksperimen ekonomi, termasuk dalam konteks pinjaman. Hal ini sejalan dengan temuan Haider et al. (2018) yang meneliti adopsi perbankan syariah seluler di Pakistan dan menemukan bahwa laki-laki lebih terbuka terhadap layanan keuangan baru dibandingkan perempuan, yang lebih konservatif dan berhati-hati.

Status perkawinan merupakan salah satu karakteristik demografis yang dapat memengaruhi perilaku dan niat individu dalam mengambil keputusan keuangan. Individu yang telah menikah umumnya memiliki tanggung jawab ekonomi yang lebih besar, seperti kebutuhan rumah tangga dan perencanaan keuangan keluarga, sehingga cenderung memiliki kebutuhan pembiayaan yang lebih tinggi dibandingkan individu yang belum menikah. Secara empiris, status perkawinan termasuk variabel sosial-ekonomi yang dianalisis dalam studi penggunaan kredit (Ntwiga, 2020). Selain itu, penelitian Alshari dan Lokhande (2022) serta Ashraf (2022) menunjukkan bahwa status perkawinan berperan dalam membentuk sikap dan niat terhadap layanan keuangan.

Umur berpengaruh terhadap preferensi risiko, orientasi waktu, dan kebutuhan pembiayaan. Individu umur produktif (sekitar 25–45 tahun) cenderung memiliki intensi lebih besar untuk mengakses kredit karena kebutuhan terhadap konsumsi keluarga, pembelian rumah, kendaraan, maupun pengembangan usaha. Munir dan Shahid (2021) menunjukkan bahwa umur merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi melalui partisipasi dalam aktivitas keuangan. Hal ini diperkuat oleh Cloutier dan Roy (2020) yang menemukan bahwa mahasiswa dewasa muda menunjukkan intensi tinggi dalam penggunaan kredit sebagai alat mobilisasi sosial dan pembiayaan pendidikan atau konsumsi.

Selain memengaruhi niat secara langsung, faktor demografis seperti umur, pendidikan, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan juga berpotensi menjadi variabel moderasi yang memengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara norma subyektif dan sikap terhadap niat memilih produk kredit. Peran moderasi ini sangat penting untuk dipahami karena preferensi dan sensitivitas terhadap tekanan sosial serta evaluasi rasional atas produk keuangan tidak seragam di antara kelompok demografis yang berbeda.

Tingkat pendidikan dapat memoderasi hubungan antara sikap dan niat. Individu dengan pendidikan tinggi cenderung lebih mampu melakukan analisis kritis terhadap atribut produk keuangan dan menilai risiko serta manfaatnya secara rasional. Dalam konteks ini, sikap positif terhadap produk kredit akan lebih kuat pengaruhnya terhadap niat pada kelompok terdidik. Joireman et al. (2001) juga mencatat bahwa individu dengan orientasi kognitif tinggi, yang umumnya berkorelasi dengan pendidikan lebih tinggi, lebih konsisten dalam mengonversi sikap menjadi perilaku intensional karena memiliki kapasitas evaluatif yang lebih besar.

Jenis kelamin juga berpotensi sebagai moderator, karena perbedaan peran sosial dan pola pengambilan keputusan keuangan antara laki-laki dan perempuan. Haider et al. (2018) menemukan bahwa gender memoderasi hubungan antara sikap dan intensi dalam konteks adopsi perbankan syariah digital, dengan perempuan menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara norma sosial dan intensi akibat kecenderungan mereka untuk mencari konfirmasi sosial dalam pengambilan keputusan.

Status perkawinan diperkirakan memoderasi pengaruh norma subyektif dan sikap terhadap niat memiliki produk kredit. Individu yang telah menikah umumnya berada dalam sistem pengambilan keputusan keuangan yang lebih kolektif serta memiliki tanggung jawab ekonomi rumah tangga yang lebih besar. Dalam konteks tersebut, dukungan atau tekanan sosial dari pasangan dan keluarga cenderung lebih kuat memengaruhi niat, sehingga pengaruh norma subyektif terhadap niat memiliki kredit menjadi lebih kuat pada individu yang telah menikah dibandingkan yang belum menikah (Kashif et al., 2018; Cloutier & Roy, 2020).

Status perkawinan diperkirakan memoderasi pengaruh norma subyektif dan sikap terhadap niat memiliki produk kredit. Individu yang telah menikah umumnya memiliki tanggung jawab ekonomi rumah tangga yang lebih besar serta berada dalam sistem pengambilan keputusan yang lebih kolektif, sehingga dukungan atau tekanan sosial dari pasangan dan keluarga cenderung lebih kuat memengaruhi niat dibandingkan individu yang belum menikah (Kashif et al., 2018; Cloutier & Roy, 2020). Selain itu, sikap positif terhadap kredit pada individu yang telah menikah lebih mudah diterjemahkan menjadi niat yang nyata karena kebutuhan pembiayaan keluarga yang lebih konkret dan terstruktur. Karakteristik demografis terbukti dapat memperkuat hubungan antara variabel psikologis dan niat dalam konteks layanan keuangan (Bananuka et al., 2020; Alshari & Lokhande, 2022), sehingga status menikah diperkirakan memperkuat pengaruh norma subyektif dan sikap terhadap niat memiliki produk kredit.

Demikian pula, sikap positif terhadap kredit pada individu yang telah menikah lebih mudah diterjemahkan menjadi niat yang nyata karena adanya

kebutuhan pembiayaan keluarga yang lebih konkret dan terstruktur. Karakteristik demografis terbukti berinteraksi dengan variabel psikologis dalam membentuk niat terhadap layanan keuangan (Bananuka et al., 2020; Alshari & Lokhande, 2022). Dengan demikian, status menikah diperkirakan memperkuat hubungan antara norma subyektif dan sikap terhadap niat memiliki produk kredit.

Umur dapat memperkuat pengaruh norma subyektif terhadap niat, terutama di kalangan individu muda. Individu berumur muda cenderung lebih rentan terhadap tekanan sosial dan lebih peduli terhadap persepsi orang lain dalam pengambilan keputusan, termasuk keputusan keuangan. Chawla dan Joshi (2020) menemukan bahwa umur berperan sebagai pemoderasi dalam adopsi teknologi keuangan, di mana kelompok umur muda lebih responsif terhadap pengaruh eksternal seperti norma sosial dibandingkan kelompok umur lebih tua. Hal ini juga diperkuat oleh Joireman et al. (2001), yang menyatakan bahwa preferensi sosial dan orientasi jangka pendek yang lebih kuat pada umur muda menjadikan mereka lebih mudah dipengaruhi oleh norma lingkungan dalam mengambil keputusan perilaku.

Penelitian ini sangat penting dilakukan mengingat rendahnya tingkat penetrasi kredit formal di Timor Leste, yaitu hanya sekitar 25% penduduk dewasa yang memiliki akses terhadap kredit formal. Padahal, Banco Nacional de Comercio Timor Leste (BNCTL) sebagai bank milik negara telah berupaya memperluas akses pembiayaan, khususnya bagi sektor mikro dan UMKM. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan keuangan menjadi sangat krusial, terutama terkait dengan niat mereka dalam memilih produk kredit. Bank perlu mengetahui faktor-faktor psikologis dan sosial seperti norma

subyektif dan sikap yang memengaruhi niat nasabah, guna menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih tepat sasaran. Lebih lanjut, faktor demografis seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan juga berpengaruh terhadap niat dan respons nasabah terhadap tekanan sosial dan persepsi produk keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi yang penting untuk memberikan wawasan tentang dinamika psikografis dan demografis dalam keputusan memilih produk kredit, khususnya di negara berkembang dengan struktur sosial kolektivistik seperti Timor Leste.

Keterbaruan penelitian ini terletak pada integrasi antara teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan faktor demografis sebagai variabel moderasi dalam konteks pemilihan produk kredit pada masyarakat kolektivistik di Timor Leste. Tidak banyak studi sebelumnya yang menempatkan faktor-faktor seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan sebagai pemoderasi dalam hubungan antara norma subyektif dan sikap terhadap niat memilih produk kredit. Selain itu, penelitian ini mengambil objek pada Banco Nacional de Comercio Timor Leste (BNCTL), sebuah lembaga keuangan nasional yang belum banyak dikaji dalam literatur akademik. Pendekatan ini memberikan kontribusi teoritis dan kontekstual yang unik dalam memahami perilaku keuangan nasabah di negara berkembang dengan struktur sosial yang kuat dan keterbatasan literasi keuangan.

2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, rumusan permasalahan penelitian ini adalah

1. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?
2. Apakah sikap nasabah berpengaruh terhadap niat dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?
3. Apakah faktor demografi (pendidikan, jenis kelamin, status perkawinan, umur) berpengaruh terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di bank BNCTL?
4. Apakah faktor demografi memoderasi pengaruh norma subjektif terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?
5. Apakah faktor demografi memoderasi pengaruh sikap nasabah terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?

2.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka diperlukan perumusan masalah yang dapat mengarahkan fokus penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sikap nasabah terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh faktor demografi (pendidikan, jenis kelamin, status perkawinan, umur) terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mederasi faktor demografi pada pengaruh norma subjektif terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mederasi faktor demografi pada pengaruh sikap nasabah subjektif terhadap niat nasabah dalam memilih produk kredit di Bank BNCTL?

2.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi berbagai pihak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti dalam memperdalam pemahaman teoritis dan praktis mengenai perilaku konsumen dalam konteks jasa keuangan, khususnya dalam memahami peran norma subyektif, sikap, dan faktor demografis terhadap niat memilih produk kredit. Selain itu, penelitian ini memperkaya wawasan peneliti dalam menerapkan teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) serta melatih kemampuan analisis empiris dengan pendekatan moderasi, yang dapat menjadi bekal untuk penelitian dan pengembangan keilmuan di masa mendatang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi rujukan awal bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengeksplorasi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan keuangan,

khususnya dalam konteks negara berkembang atau masyarakat kolektivistik. Model penelitian yang menggabungkan variabel psikologis dan demografis dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain seperti persepsi risiko, literasi keuangan, atau kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian ini juga membuka peluang studi komparatif antar negara atau antar jenis lembaga keuangan untuk memperkaya pemahaman lintas konteks.

3. Bagi BNCTL

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi manajemen Banco Nacional de Comercio Timor Leste (BNCTL) dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan produk kredit yang lebih sesuai dengan karakteristik dan preferensi nasabah. Temuan mengenai pengaruh norma subyektif dan sikap, serta peran moderasi faktor demografis, dapat digunakan untuk menyusun pendekatan komunikasi yang lebih personal dan efektif bagi segmen pasar yang berbeda. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu BNCTL meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan kredit melalui pendekatan sosial dan budaya yang relevan.

4. Otoritas Perbankan Timor-Leste

Bagi otoritas perbankan di Timor-Leste, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan inklusi keuangan yang lebih tepat sasaran. Informasi mengenai faktor-faktor psikologis dan demografis yang memengaruhi niat masyarakat dalam mengakses kredit formal sangat penting dalam merancang program literasi keuangan, perlindungan konsumen, serta regulasi yang mendorong partisipasi masyarakat dalam sektor keuangan

formal. Penelitian ini juga dapat memperkuat kebijakan berbasis data dalam upaya memperluas akses dan penggunaan layanan keuangan secara berkelanjutan.

2.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur dan struktur penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang menjelaskan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu Niat Memilih Kredit, Sikap, Norma Subyektif, dan Faktor Demografi (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan). Bab ini juga memuat kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan rancangan penelitian, ruang lingkup, identifikasi variabel, serta definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan. Selain itu, bab ini memaparkan instrumen penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, serta prosedur uji validitas dan reliabilitas. Pada bagian akhir, disajikan teknik analisis data yang meliputi model pengukuran dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASA

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari proses pengolahan dan analisis data, yang meliputi gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis deskriptif, serta hasil pengujian model dan hipotesis penelitian. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dibahas dan diinterpretasikan dengan mengaitkannya pada teori dan temuan penelitian sebelumnya, serta implikasi penelitian baik secara teoritis maupun praktis.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan. Selain itu, bab ini juga memuat keterbatasan penelitian, serta saran yang ditujukan bagi peneliti selanjutnya dan pihak-pihak terkait.