

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan sebuah lembaga intermediasi keuangan yang didirikan untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Menurut UU No 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya merupakan kegiatan pendukung. Dalam melayani masyarakat, Bank Umum dibedakan menjadi bank konvensional dan bank syariah. Perbedaan keduanya dilihat berdasarkan cara menentukan harga dan kegiatan usahanya.

Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Pembentukan dalam sistem perbankan syariah sendiri berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan menenakan bunga pinjaman (riba), serta larangan untuk

berinvestasi pada usaha yang berkategori terlarang (haram). Dalam Al-qur'an telah diatur bahwasanya kegiatan yang mengandung unsur riba itu dilarang di dalam syariat Islam. Sesuai dengan firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
 مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Definisi Perbankan Syariah yang sesuai dengan UU No 21 Tahun 2008 adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (BUS dan UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dengan telah diberlakukannya UU tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan mendorong pertumbuhannya lebih cepat. Progres perkembangan perbankan syariah yang impresif dapat mencapai rata-rata pertumbuhan asset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran

industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan (Otoritas Jasa Keuangan).

Ekonomi dan keuangan syariah saat ini mengalami perkembangan pesat baik dalam tataran nasional maupun global. Ekonomi syariah diprediksi terus tumbuh hingga USD 3,2 triliun pada tahun 2024, dan menjadi lahan investasi yang potensial bagi para investor. Investasi pada ekonomi syariah bahkan naik hingga 399 persen pada tahun 2018, dengan nilai USD 1,2 miliar. Tumbuhnya beberapa institusi ekonomi dan keuangan syariah di beberapa negara menegaskan hal ini. Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan jumlah populasi penduduk Muslim terbesar di dunia (sekitar 240 juta jiwa), menyimpan potensi ekonomi syariah yang sangat besar. Dengan sumber daya alam yang melimpah serta sumber daya manusia yang terus meningkat kuantitas dan kualitasnya, Indonesia sesungguhnya telah memiliki modal yang besar untuk menjadi pusat ekonomi dan keuangan Syariah terkemuka dunia. Untuk mewujudkan hal ini tentu membutuhkan dukungan tidak hanya Pemerintah di tingkat Pusat namun juga Pemerintah di tingkat Provinsi/Daerah (Quraisy et al., 2019).

Saat ini Perbankan syariah di Indonesia sudah banyak mengalami perkembangan. Seiring dengan perkembangannya kesadaran masyarakat terhadap ekonomi Islam, maka banyak bermunculan lembaga ekonomi yang sesuai dengan Islam. Bukan hanya itu, lembaga konvensional juga banyak yang mengalami perkembangan sehingga banyak berdiri lembaga-lembaga syariah seperti UUS maupun BUS. Selain itu, perkembangan di dunia perbankan yang cukup besar baru-baru ini

adalah bergabungnya tiga bank syariah yakni Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah). Dengan *merger*-nya tiga bank syariah ini, merupakan tanda bahwa dunia perbankan mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Hal tersebut dilakukan juga didasari tujuan tersendiri yakni untuk menciptakan industri perbankan syariah yang kuat dan mendapat tempat di seluruh kalangan masyarakat. Seiring dengan ketatnya persaingan bisnis dalam lembaga keuangan, mengharuskan pelaku bisnis untuk dapat bersaing dan mempertahankan loyalitas nasabah.

Pada tahun 2021 BSI (Bank Syariah Indonesia) mendapat penghargaan “*Satisfaction, Loyalty, & Engagement Awards 2021*” (SLE Awards 2021). Bank BNI Syariah (sekarang BSI) berada di peringkat pertama *satisfaction index*, peringkat pertama *satisfaction index CS*, peringkat pertama *satisfaction index teller*, peringkat pertama *satisfaction index kantor cabang*, dan peringkat pertama *satisfaction index ATM* . Berikut adalah tabel nama-nama bank umum syariah yang mendapatkan penghargaan “*SLE Awards 2021*”:

Tabel 1. 1
DAFTAR BANK-BANK UMUM SYARIAH PERAIH PENGHARGAAN
“SLE AWARDS 2021”

No.	Nama Bank	Nama Penghargaan	Peringkat
1	Bank Muamalat	1. <i>Best Overall 2021</i> 2. <i>Loyalty Index 2021</i> 3. <i>Engagement Index 2021</i> 4. <i>Satisfaction index 2021 Mobile Banking</i>	1. Peringkat I 2. Peringkat I 3. Peringkat I 4. Peringkat I
2	BNI Syariah (sekarang BSI)	5. <i>Best Overall 2021</i> 6. <i>Marketing Engagement Index 2021</i> 7. <i>Satisfaction index 2021</i> 8. <i>Satisfaction index 2021 CS</i> 9. <i>Satisfaction index 2021 Teller</i> 10. <i>Satisfaction index 2021 Kantor Cabang</i> 11. <i>Satisfaction index 2021 ATM</i>	5. Peringkat II 6. Peringkat I 7. Peringkat I 8. Peringkat I 9. Peringkat I 10. Peringkat I 11. Peringkat I
3	BRI Syariah (sekarang BSI)	1. <i>Best Overall 2021</i>	1. Peringkat III
4	Bank Syariah Mandiri (sekarang BSI)	1. <i>Best Overall 2021</i>	1. Peringkat IV

Sumber: infobanknews.com

Pemberian penghargaan didasarkan pada hasil riset yang dilakukan Biro Riset Infobank bersama Marketing Research Indonesia (MRI) pada tahun 2021. Riset dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan (*satisfaction*), loyalitas, dan keterikatan (*engagement*) nasabah terhadap bank pilihannya. Penghargaan diberikan oleh Majalah Infobank dan Marketing Research Indonesia (MRI) pada acara “4th *Satisfaction, Loyalty, Engagement Awards 2021*”, di The Tribraata Dharmawangsa, Jakarta, Selasa, 9 Februari 2021. Penghargaan diberikan berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh

MRI bekerja sama dengan Infobank terhadap 1.540 responden (717 responden random dan 823 responden *booster*). Mereka adalah nasabah bank yang tersebar di delapan kota besar, yakni Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Medan, Balikpapan/Samarinda, Makassar, dan Palembang.

Loyalitas merupakan salah satu aspek yang menjadi dasar penilaian penghargaan oleh Majalah Infobank dan *Marketing Research Indonesia* (MRI). Loyalitas adalah komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai di masa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain konsumen akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Menurut Gramer dan Brown (2006) dalam penelitian Khotimah (2018) loyalitas adalah derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini (Mukminin & Latifah, 2020). Dari definisi tersebut, konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa. Loyalitas pelanggan atau nasabah adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas nasabah

biasanya cenderung ditunjukkan dengan niat melakukan pembelian ulang serta kesediaan nasabah untuk merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain bahkan nasabah cenderung menghilangkan niatnya untuk berpindah ke perusahaan jasa lainnya (Khotimah, 2018)

Dengan demikian, sebuah bank harus melakukan berbagai upaya untuk menjaga eksistensi dan mempertahankan loyalitas nasabahnya. Bank perlu menjaga kualitas layanannya karena dapat membantu untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dalam lanskap kompetitif. Semakin meningkatnya persaingan usaha bank, diperlukan peningkatan penyediaan layanan perbankan kepada suatu segmen nasabah dengan keistimewaan tertentu bahwa dalam praktik penyediaan layanan perbankan kepada suatu segmen nasabah dengan keistimewaan tertentu terdapat potensi meningkatnya profil risiko industri perbankan.

Salah satu penelitian yang menjadi rujukan terkait kualitas di industri perbankan syariah adalah IB-SQ (*Islamic Banking Service Quality*) merupakan kualitas layanan bagi perbankan syariah di Indonesia yang memadukan istilah IB di atas dengan istilah BSQ (*Bank Service Quality*) yang dipopulerkan oleh (Bahia & Nantel, 2000), dan (Abdullah, 2011) untuk mengidentifikasi kualitas layanan bagi sektor perbankan, sehingga istilah IB-SQ digunakan untuk merefleksikan kualitas layanan perbankan syariah di Indonesia.

Parasuraman (1988) mengemukakan kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi atau SERVQUAL, dimana instrumen ini dapat digunakan secara umum oleh perusahaan jasa, yang terdiri dari *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* (Suminto & Shinta Maharani, 2020). Namun kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut bersifat umum, apabila diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan syariah perlu adanya penyesuaian. Untuk menutupi kelemahan yang ada, Othman dan Owen (2001) menambahkan unsur *Compliance* pada dimensi kualitas pelayanan yang diteliti sebelumnya oleh Parasuraman yang biasa dikenal dengan *Compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam). Tambahan dimensi *Compliance* pada SERVQUAL lebih dikenal dengan CARTER. Dalam pemberian pelayanan, setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika (Putra & Herianingrum, 2014).

Kualitas layanan menurut Parasuraman (1988) dapat diukur dengan lima dimensi (SERVQUAL) yaitu: *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), *empathy* (empati) dan *responsiveness* (daya tanggap). Namun dalam syariah menurut Othman Owen (2002) dalam penelitian (Suminto & Shinta Maharani, 2020) ada penambahan dimensi dalam kualitas pelayanan yang di gunakan dalam perbankan syariah yaitu *compliance* adalah kepatuhan terhadap hukum-hukum dasar dalam bermuamalah. Untuk itu, produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam penambahan dimensi pada perbankan

syariah memiliki keunikan tersendiri dalam melayani nasabah. Kepatuhan dalam perbankan syariah telah diatur dalam Al-qur'an dan *assunah* tentang prinsip-prinsip muamalat. Selain itu juga juga memiliki daya tarik tersendiri bagi para nasabahnya. Dalam penelitian (Suminto & Shinta Maharani, 2020) mengungkapkan bahwa *Islamic Banking Service Quality* (IB-SQ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shofatun Niswah juga menyatakan *Islamic Banking Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Kemudian penelitian Mohammad Toha, menyatakan loyalitas nasabah dipengaruhi secara positif oleh *Islamic Banking Service Quality*.

Perbankan juga tidak terlepas dari ketatnya kekuatan citra bank dan kemampuan bank menjadi citra dan reputasi ini menjadi penilaian dalam manajemen risiko bank. *Corporate images* atau yang biasa dikenal dengan citra perusahaan merupakan citra yang terbentuk dari semua komponen perusahaan baik yang positif maupun negatif. Misalnya masyarakat menyebut perusahaan A sebagai perusahaan yang memiliki pelayanan yang baik, bermutu, dan karyawannya bertanggung jawab. Itulah yang dinamakan dengan citra perusahaan. Jadi, sejatinya *Corporate images* berada dalam benak *stakeholder* dimana karakter dan ciri khas perusahaan yang menonjol tersebut akan menentukan apakah sebuah perusahaan bereputasi baik atau buruk.

Dalam penelitian hasil kajian empiris tentang pengaruh *corporate image* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dilakukan oleh Andreassen dan Lindstedt dalam penelitian Maulina (2017) hasilnya berpengaruh positif. Oleh karena itu, dalam

meningkatkan dan mempertahankan loyalitas nasabah khususnya di lembaga perbankan tergantung dari citra perusahaan di mata nasabahnya. Citra perusahaan tersebut mencakup reputasi keseluruhan bank, kinerja yang transparan dan kesan yang baik yang muncul di benak nasabah. Dengan membentuk citra yang baik, maka nasabah mempunyai kesan positif terhadap bank, yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas nasabah (Maulina, 2017)

Bank adalah lembaga keuangan yang menawarkan bisnis kepercayaan, sehingga kepercayaan nasabah pada bank menjadi dasar dalam suksesnya kinerja suatu bank. Kepercayaan penting bagi sebuah perusahaan, khususnya perusahaan jasa, karena perubahan tidak dapat membangun hubungan yang sebenarnya tanpa ada kepercayaan. Rotter dalam tulisannya "*A new Scale for the Measurement of Interpersonal Trust*", secara sangat mendasar menyatakan, bahwa faktor yang sangat penting dalam mencapai efektivitas dalam organisasi sosial yang sangat kompleks adalah suatu keinginan untuk saling mempercayai diantara pihak-pihak yang mengadakan hubungan. Kepercayaan adalah suatu harapan positif, asumsi atau keyakinan dari proses kognitif seseorang yang dipegang dan ditujukan pada orang lain bahwa perusahaan tersebut akan dapat seperti yang diharapkan dan dibutuhkan. Morgan dan Hunt (1994) dalam penelitian Trisusanti (2017) mendefinisikan kepercayaan sebagai keinginan untuk tetap mempertahankan pertukaran karena dipercaya. Inti dari kepercayaan yaitu keyakinan, dimana keyakinan ini timbul karena kedua belah pihak percaya bahwa keduanya akan bersifat dapat dipercaya, memiliki

integritas tinggi., konsisten, kompeten, adil, bertanggung jawab, suka membantu dan sifat positif lainnya. Pada penelitian Safitri (2017) kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini akan dilakukan di BSI Cabang Tuban. Tuban merupakan kabupaten yang memiliki julukan “Bumi Wali” yang mana dalam penataannya juga mengedepankan nilai-nilai syariah. Sejalan dengan itu, potensi perbankan syariah di Tuban, Jawa Timur juga cukup signifikan. Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, jumlah koperasi syariah kian meningkat di Kabupaten Tuban. Staf Perkembangan Koperasi, Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Tuban, Indah Hirawati mengatakan bahwa pada tahun 2017 jumlah koperasi syariah berjumlah 166. Pada tahun 2018 jumlahnya naik menjadi 170 dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 173 koperasi syariah. Selain koperasi syariah, industri perbankan syariah juga turut dikembangkan untuk mendorong kemajuan sektor ekonomi di daerah Tuban. Terbukti dengan adanya beberapa bank syariah di Tuban, termasuk BSI Cabang Tuban (<https://bloktuban.com/2016/02/04/120-des-a-kan-didirikan-koperasi-syariah/>) (Purnomo, 2016)

Disamping itu, program Provinsi Jawa Timur dalam “Rencana Pemerintah Daerah di Sektor Ekonomi Syariah” dalam sektor keuangan, salah satunya yaitu mendorong *spin-off* Bank Syariah Jatim paling lambat pada 2023 sehingga sesuai dengan syarat yang termuat dalam Undang-Undang Nomor 21/2008 tentang perbankan Syariah. Rencana Pemerintah Daerah di Sektor Ekonomi Syariah tersebut tertuang

dalam Laporan Perkembangan Ekonomi Syariah Daerah 2019-2020 yang diterbitkan oleh Direktorat Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Islam (Quraisy et al., 2019). Diharapkan setiap daerah bisa menjalankan sesuai dengan ketentuan yang sudah direncanakan tersebut. Namun, sayangnya jumlah peminat bank syariah masih kalah dengan bank konvensional. Ketua Dewan Komisiner OJK, Wimboh Santoso mengatakan bahwa saat ini perbankan syariah masih kalah bersaing dibandingkan konvensional. Hal tersebut terlihat dari berbagai data indikator, khususnya total nilai aset yang dimiliki perbankan syariah. Mengingat PT.BSI Tbk merupakan hasil merger tiga bank syariah BUMN mempunyai total aset yang masih kalah jauh dengan perbankan konvensional. PT. BSI Tbk masih berada di peringkat ketujuh dari sepuluh daftar perbankan dengan nilai aset terbesar. (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4540121/ojk-bank-syariah-indonesia-masih-kalah-saing-dari-bank-konvensional>) Oleh karenanya, untuk menarik minat nasabah, tentunya bank syariah perlu menjaga eksistensi dan meningkatkan beberapa aspek yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah seperti yang sudah dijelaskan di atas.

Dengan adanya fenomena di atas, penelitian ini perlu dilakukan pada BSI Cabang Tuban dengan tujuan mengetahui apakah IB-SQ, *corporate images*, dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, mengingat bank tersebut adalah bank yang baru-baru ini telah melakukan merger dengan beberapa bank syariah dan perlu meningkatkan eksistensinya agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“Pengaruh *Islamic Banking Service Quality (IB-SQ)*, *Corporate Image*, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Tuban”.



1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic Banking Service Quality* secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Tuban?
2. Apakah *Corporate Image* secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Tuban?
3. Apakah Kepercayaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Tuban?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif *Islamic Banking Service Quality* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Tuban
2. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif *corporate images* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Tuban
3. Untuk menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Tuban

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi:

1. Peneliti

Menambah wawasan di bidang perbankan syariah, meningkatkan pola pikir aktif, menambah pengalaman bagi peneliti, menambah pengetahuan mengenai *Islamic Banking Service Quality (IB-SQ)*, *Corporate Image* dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank syariah

2. Akademisi

Menambah pengetahuan dan literatur guna mengembangkan ilmu ekonomi Islam, terutama tentang implementasi *Islamic Banking Service Quality (IB-SQ)*, *corporate image*, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.

3. Perbankan Syariah

Mengetahui pengaruh *Islamic Banking Service Quality (IB-SQ)*, *corporate image*, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank syariah yang dapat digunakan sebagai acuan dalam manajemen perbankan syariah dalam upaya meningkatkan produktifitas.

4. Masyarakat

Memberikan masukan dan informasi tentang pengaruh *Islamic Banking Service Quality (IB-SQ)*, *corporate image*, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank syariah serta dapat menjadi referensi penelitian lebih lanjut dengan judul atau tema yang sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dalam proposal skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

BAB I memaparkan pendahuluan dari skripsi mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan yang terakhir adalah sistematika penulisan proposal skripsi

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II akan membahas mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti. Pada bab ini berisikan penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lain, landasan teori yang digunakan oleh peneliti, kerangka pemikiran, dan hipotesis dari peneliti

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada BAB III akan membahas mengenai metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bab ini berisikan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISA DATA

Pada BAB IV ini menguraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada BAB V ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran dari peneliti untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.