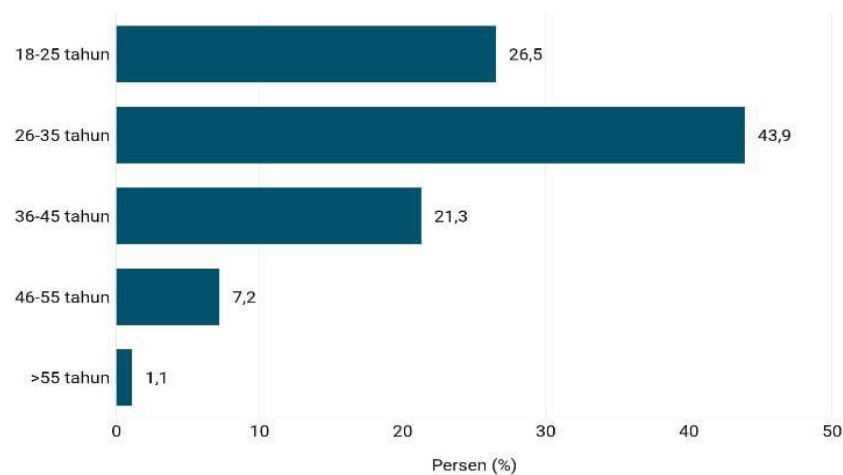


# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat mengelola dan menggunakan keuangan. Salah satu inovasi finansial yang sedang populer adalah layanan *pay later*. Fitur *pay later* sangat cepat populer dikalangan masyarakat Indonesia. Kemajuan ini didukung oleh teknologi sistem pembayaran di berbagai platform *E-commers* yang mendukung adanya fitur *pay later*. Platform *E-commers* yang terdapat fitur *pay later* seperti: Tokopedia, Shopee, Traveloka, Akulaku, Bukalapak, Kredivo, Gojek dll. Konsep ini memungkinkan seseorang untuk melakukan pembelian barang atau jasa sekarang dan membayarnya nanti, biasanya dalam bentuk cicilan. Pengaruh gaya hidup konsumtif masyarakat seringkali membuat mereka lebih memilih menggunakan *pay later* daripada bayar langsung atau bayar dimuka, karena mudah dan lebih fleksibel.



**Gambar 1.1**

Data pengguna *Pay later* di Indonesia menurut kelompok usia (2023)  
Sumber data: databoks.katadata.co.id, Desember 2024

Menurut hasil dari survei kolaborasi kredivo bersama Katadata Insight Center (KIC)<sup>1</sup> menunjukkan pengguna *paylater* dalam negeri didominasi oleh generasi milenial dan gen Z. Sebanyak 43,9% pengguna *paylater* berasal dari generasi milenial atau yang berusia 26-35 tahun. Kemudian 26,5% pengguna dari kalangan gen Z atau kelompok usia 18-25 tahun. Data terbaru oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatatkan penggunaan *pay later* menunjukkan bahwa *outsanding paylater* atau *buy now pay later* (BNPL) pada perbankan sebesar Rp 22,57 triliun per Januari 2025.<sup>2</sup>

Disamping para penggunanya yang banyak, di sisi lain penggunaan *pay later* terdapat syarat dan ketentuan biaya tambahan (bunga). Sehingga apabila seseorang menggunakan *pay later* dan mengalami keterlambatan dalam pembayaran akan ada tambahan disetiap tagihannya dan terdapat biaya administrasi serta tambahan tersebut hanya di bebaskan oleh pihak pengguna saja. Dalam Islam segala bentuk tambahan yang menguntungkan pada satu pihak saja maka itu termasuk pada perbuatan riba.

Riba merupakan pengalihan keuntungan dalam jumlah yang lebih besar dari satu pihak ke pihak lain dalam suatu transaksi pertukaran atau penjualan barang serupa tanpa memberikan imbalan atas kelebihan tersebut. Dengan kata lain, riba juga dapat digambarkan sebagai peminjam yang melunasi utangnya melebihi jumlah pinjaman semula sebagai kompensasi atas keterlambatan pembayarannya.<sup>3</sup> Penambahan terhadap total pinjaman dari transaksi di awal memberitahukan adanya kegunaan yang untuk salah satu sisi dan satu sisi lain dibebani. Inilah yang dilarang oleh Islam karena merugikan salah satu pihak dalam melakukan transaksi.

---

<sup>1</sup> Nabilah Muhammad, "Jumlah Pengguna Paylater Di Indonesia Menurut Kelompok Usia (2023)," accessed December 29, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>.

<sup>2</sup> Patricia Yashinta Desy Abigail, "Penggunaan Paylater Meningkat, Pinjaman Masyarakat Tembus Rp 22,5 Triliun Setahun," accessed April 25, 2025, <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/67c795f1e86e3/penggunaan-paylater-meningkat-pinjaman-masyarakat-tembus-rp22-5-triliun-setahun>.

<sup>3</sup> Alvi Mahessa et al., "Pandangan Islam Tentang Riba Dalam Muamalah," *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 2, no. 1 (2024): 340–346.

Dalam al-Qur'an sudah dijelaskan oleh Allah SWT bahwasanya memperingatkan mengenai hukum riba serta larangan dari riba dalam surah al- Baqarah ayat 275 yang artinya:

*“ Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya” (Q.S al-Baqarah 275).*

Dalam surah tersebut Allah SWT menjelaskan bahwa riba diharamkan karena melanggar kaidah diatas, melanggar keseimbangan antara untung dan rugi, yaitu usaha menguntungkan tanpa menanggung risiko rugi.<sup>4</sup>

Dengan hadirnya lembaga keuangan syariah dapat menjadikan solusi yang konkrit untuk mengatasi praktek ribawi. Salah satu lembaga keuangan syariah yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dan dikembangkan berdasarkan landasan al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW yakni *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT).

Kelahiran BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) selain dijadikan solusi untuk menghindari praktik riba, BMT juga dapat menunjang sistem perekonomian serta sebagai pendorong untuk mengatasi kemiskinan pada masyarakat yang berada di daerah sekitarnya, karena disamping sebagai lembaga keuangan syariah, BMT juga memberikan pengetahuan-pengetahuan agama pada masyarakat yang tergolong mempunyai pemahaman agama yang masih rendah.<sup>5</sup> Banyaknya lembaga keuangan yang bermunculan di Indonesia, salah satu lembaga keuangan Syariah yang juga ikut

---

<sup>4</sup> Elif Pradiansyah, “Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah Dan Praktiknya Dalam Bisnis Kontemporer,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022): 1270–1285.

<sup>5</sup> Dimas Ananda Rahman, “Implementasi Akad Mudarabah Pada BMT (Studi Komparatif BMT PSU Dan KANINDO),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang* 3, no. 1 (2016).

berperan dalam pemberdayaan masyarakat lapisan bawah yakni pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan.

BMT Ar-Roudloh merupakan salah satu koperasi atau Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang dimiliki oleh lembaga pendidikan Yayasan pondok pesantren Roudlotul Muta'abbidin yang tumbuh dan berkembang di wilayah Desa Payaman Lamongan. Lembaga ini terbentuk karena banyaknya praktik hutang piutang dengan basis konvensional yang dapat memberatkan orang yang berhutang dan bahkan tidak sedikit dari masyarakat yang harus gulung tikar dalam berdagang karna terlilit hutang. Sehingga solusi yang dilakukan oleh yayasan tersebut dengan mendirikan lembaga keuangan yang berbasis KOPSYAH (Koperasi Syariah).<sup>6</sup>

BMT Ar-Roudloh ini memiliki beberapa produk simpanan, jasa, pembiayaan, dan deposito antara lain: 1) Produk simpanan: Tabungan Umum, Tabungan *Wadi'ah*, Tabungan Pendidikan, Tabungan T-Masy, Tabungan Idhul Fitri, Tabungan Qurban, Tabungan Haji/Umroh. 2) Produk Jasa: Pulsa All Operator, Pembayaran Token, Pembayaran Pajak, Penghimpunan Dana Infaq Shodaqoh. 3) Produk Pembiayaan : *Bai Bitsmanil Aji* (BBA), *Murobahah*, *Rahn* (Gadai), Ijarah Multi Jasa, *Qord*, *Musyarokah/Mudharabah*. 4) Deposito: Deposito 3, 6, 9,12 Bulan.

Produk BMT Ar-Roudloh yang populer dan banyak peminatnya di daerah Desa Payaman salah satunya adalah pada produk T-masy (Tabungan Masyarakat ). Tabungan ini merupakan jenis simpanan deposit namun berjangka dan berangsur, pada produk ini setiap nasabah menabung sesuai nominal yang diambil kemudian nasabah juga tidak boleh mengambil tabungan tersebut sesuai pada perjanjian diawal.

---

<sup>6</sup> Nur Syamsiyah, "Analisis Penerapan Akuntansi Ijarah Dalam Pembiayaan BAI' AL-WAFA' Berdasarkan PSAK 107 (Studi Kasus Pada BMT Ar-Roudloh Lamongan)," 2017.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Nasabah Menabung pada Produk T-Masy 2016 hingga 2025**

| <b>Produk T-Masy</b> | <b>Nominal Angsuran</b> | <b>Jumlah Nasabah</b> |
|----------------------|-------------------------|-----------------------|
| T-Mas 1              | Rp. 10.000              | 133                   |
| T-Mas 2              | Rp. 20.000              | 540                   |
| T-Mas 3              | Rp. 30.000              | 273                   |
| T-Mas 4              | Rp. 40.000              | 700                   |
| T-Mas 5              | Rp. 50.000              | 567                   |

Sumber data: BMT Ar-Roudloh, 2024

Jumlah nasabah yang menabung pada produk tabungan T-Masy keseluruhan dari tahun 2016 hingga 2025 dengan total nasabah mencapai 2200 nasabah. Sedangkan jumlah keseluruhan nasabah pada BMT terdapat 5621 nasabah. Sehingga hampir setengah dari jumlah nasabah yang ada pada BMT Ar-Roudloh didominasi dengan nasabah yang memilih produk tabungan T-Masy. Berbeda dengan jenis simpanan lainnya, angsuran deposito penyimpanan dan pengambilannya ditentukan oleh waktu yang telah disepakati yakni selama 5 tahun untuk T-Masy 1 dan selama 3 tahun kedepan untuk T-Masy 2 sampai T-Masy 5.

Dalam produk tersebut BMT menggunakan akad *mudharabah* yakni akad kerjasama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola dana. Keuntungan usaha yang dihasilkan dari pembiayaan *mudharabah* tersebut dibagi menurut kesepakatan yang telah dituangkan dalam perjanjian di awal kontrak. Dalam pelaksanaanya BMT tidak terlepas pada prinsip-prinsip syariah yang di gunakan yakni tanpa ada unsur Riba (tambahan) tanpa imbalan yang terjadi karena penangguhan dalam pembayaran yang diperjanjikan sebelumnya.

Namun disisi lain pembagian bagi hasil dalam BMT memang tidak bisa ditentukan nilai rupiah setiap bulannya, anggota hanya diberikan presentase yang akan disepakati pada awal akad. Pemberian tingkat bagi hasil yang tinggi menjadi salah satu usaha BMT dalam menarik calon anggota maupun mempertahankan anggota yang sudah ada. secara umum calon anggota yang akan menabung tentunya akan memilih lembaga keuangan atau bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Sehingga ketika calon nasabah ingin melakukan pembelian sebuah produk calon nasabah selalu mencari pengenalan produk melalui review dari pelanggan yang pernah menggunakan produk atau jasa yang tujuannya untuk melakukan perbandingan terhadap suatu produk serta melakukan tinjauan langsung sesuai dengan kebutuhannya dan akan mempengaruhi kecenderungannya dalam pengambilan sebuah keputusan.

Sebelumnya terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai variabel motivasi menghindari riba yang mempengaruhi keputusan nasabah menurut penelitian yang dilakukan Siti Kholila (2018) tentang “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat KC Surabaya- MAS Mansyur”. Menyatakan bahwa variabel motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah terdapat pengaruh sebesar 53,6% terhadap variabel keputusan, dan sisanya terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel keputusan sebesar 46,4%. faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dan bisa jadi faktor lain tersebut seperti harga, promosi, lokasi, proses, pegawai, bukti fisik, persepsi, pembelajaran, dan penjualan perorangan.

Dalam penelitian variabel *profit sharing* mengukur sejauh mana sistem pembagian keuntungan ini mempengaruhi keputusan atau perilaku seseorang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Husnul Bashir dan Muhammad Taufiq (2024) tentang Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Pegawai di Sekolah MAN 2 Koto Baru Padang Panjang. Menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan. dengan hasil presentase 41,3% perubahan pada keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah. Hal ini menunjukkan, masih ada 58,7% faktor atau variabel lain yang dimungkinkan berpengaruh dan komitmen terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharaba* selain Bagi Hasil.

Adapun alasan peneliti tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan pada latar belakang di atas pada variabel keputusan menunjukkan masih ada faktor lain yang memungkinkan berpengaruh selain dari motivasi menghindari riba dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah . Sehingga peneliti tertarik untuk mengabungkan variabel yang akan menjadi pembeda utama terhadap penelitian diatas yakni variabel *Customer Experience* (CX) terhadap keputusan mengambil produk tabungan syariah. Peneliti juga tertarik terhadap produk terbaru BMT Ar-Roudloh yaitu Tabungan Masyarakat (T-Masy) simpanan berjangka yang menawarkan bagi hasil dan undian berhadiah. Keunggulan produk ini hanya terdapat pada tahun-tahun tertentu saja dikarenakan produk simpanan tersebut berjangka. Penelitian ini juga akan menjadi penelitian terbaru yang akan di teliti pada BMT tersebut. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Profit Sharing, dan Customer Experience (CX) Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Tabungan T-Massy Pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan.”**

## B. Identifikasi Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia memberikan dampak yang positif sehingga dengan seiring berjalannya waktu kesadaran masyarakat muslim untuk bertransaksi sesuai prinsip syariah semakin meningkat. Salah satu bentuk lembaga keuangan syariah yang berkembang di masyarakat adalah Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang ingin menabung, berinvestasi, maupun melakukan pembiayaan tanpa melanggar prinsip-prinsip Islam, terutama dalam menghindari praktik riba

Salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh BMT Ar-Roudloh adalah tabungan berbasis prinsip syariah seperti T-Masy. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang halal, transparan, dan adil. Namun, dalam praktiknya, keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek religiusitas, tetapi juga oleh berbagai faktor lain, seperti motivasi pribadi untuk menghindari riba, sistem *profit sharing* yang diterapkan, serta pengalaman nasabah (*Customer Experience*) dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan tersebut

1. Motivasi menghindari riba menjadi faktor penting karena riba telah jelas dilarang dalam ajaran Islam, sehingga nasabah yang memiliki kesadaran religius tinggi cenderung memilih lembaga keuangan syariah sebagai bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama. Namun, sejauh mana motivasi ini benar-benar mendorong keputusan nasabah masih perlu diteliti lebih lanjut.
2. Sistem *Profit Sharing* atau bagi hasil yang diterapkan oleh BMT menjadi nilai tambah dibandingkan sistem bunga pada bank konvensional. Namun, persepsi nasabah terhadap keadilan, transparansi, dan pemahaman terhadap sistem

tersebut sangat memengaruhi tingkat kepercayaan dan kenyamanan mereka dalam menggunakan produk tersebut.

3. Faktor ketiga yang tidak kalah penting adalah *Customer Experience (CX)*, yaitu pengalaman nasabah selama berinteraksi dengan BMT, mulai dari layanan petugas, kemudahan transaksi, hingga fasilitas yang diberikan. Pengalaman positif dapat mendorong loyalitas nasabah, sedangkan pengalaman negatif dapat membuat nasabah beralih ke lembaga lain.

### **C. Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah, mendalam, dan fokus pada tujuan yang ingin dicapai, maka ruang lingkup kajian perlu dibatasi. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada nasabah BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan yang telah menggunakan produk tabungan T-Masy, dan tidak mencakup produk pembiayaan atau layanan lainnya.
2. Variabel independen dalam penelitian ini dibatasi pada tiga faktor, yaitu:
  - a. Motivasi menghindari riba, yang dilihat dari aspek pemahaman agama, dorongan pribadi, dan sikap terhadap praktik riba.
  - b. *Profit sharing*, yang dibatasi pada persepsi keadilan sistem bagi hasil, transparansi informasi, dan tingkat pemahaman nasabah terhadap mekanisme *profit sharing*.
  - c. *Customer experience (CX)*, yang mencakup kualitas pelayanan, kemudahan akses, dan kenyamanan fasilitas.
3. Variabel dependen yang diteliti adalah keputusan nasabah dalam mengambil produk tabungan T-Masy, yang diukur melalui indikator seperti niat memilih produk, loyalitas, dan kepuasan terhadap produk tersebut.

4. Waktu pelaksanaan penelitian dibatasi dalam periode tertentu dan bersifat *cross sectional* (pengamatan pada satu waktu), sehingga tidak menganalisis perubahan perilaku nasabah dalam jangka panjang.

Dengan pembatasan masalah ini, diharapkan penelitian mampu menghasilkan analisis yang akurat mengenai pengaruh motivasi menghindari riba, sistem *profit sharing*, dan *customer experience* terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah, khususnya T-Masy di BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah Motivasi Menghindari Riba berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan?
2. Apakah *Profit Sharing* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan?
3. Apakah *Customer Experience* (CX) berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan?
4. Apakah Motivasi Menghindari Riba, *Profit Sharing*, *Customer Experience* (CX) berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Motivasi Menghindari Riba berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan
- b. Untuk mengetahui *Profit Sharing* berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan

- c. Untuk mengetahui *Customer Experience* (CX) berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan
- d. Untuk mengetahui Motivasi Menghindari Riba, *Profit Sharing*, *Customer Experience* (CX) berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil produk tabungan T-Masy pada BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Menambah wawasan dalam bidang keuangan syariah, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk keuangan syariah seperti tabungan.
- b. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai perilaku nasabah dalam memilih produk tabungan berbasis syariah dengan menyoroti aspek motivasi menghindari riba, *profit sharing*, dan *customer experience*.
- c. Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang pengaruh berbagai faktor terhadap keputusan nasabah di lembaga keuangan syariah.

### **2. Manfaat Praktis:**

#### **a. Bagi Peneliti**

Sebagai salah satu fasilitas agar dapat menerapkan teori secara nyata sebagaimana yang telah dipelajari selama perkuliahan serta dapat dikembangkan sebagai penambahan wawasan dalam proses pembelajaran mengenai lingkungan kerja dan beberapa kondisi yang terjadi dalam penelitian dari awal hingga akhir.

b. Bagi akademisi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan serta referensi dan daftar bacaan dalam pengembangan ilmu pengetahuan secara ilmiah sehingga dapat memudahkan mahasiswa yang sedang memerlukan tambahan rujukan dalam proses perkuliahan ataupun penelitian lainnya.

c. Bagi BMT Ar-Roudloh Payaman Lamongan

1. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu BMT Ar-Roudloh dalam merumuskan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih baik untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama.
2. Menjadi dasar untuk meningkatkan kualitas layanan (*customer experience*) dan menyempurnakan produk tabungan T-Masy sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah dan memperjelas arah pembahasan maka penulisan skripsi ini disistematikan menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Secara mendasar sebelum memasuki topik dari pembahasan utama dalam bab ini peneliti akan membahas berkenaan dengan landasan awal atau alasan peneliti memilih penelitian ini. Isi dari bab ini diantaranya, latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, serta sistematika pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini dapat dijabarkan oleh peneliti dengan berbagai kajian teori yang telah ada sebelumnya yang selaras dengan penelitian yang akan dilakukan untuk menjadi sebuah bahan kajian lebih lanjut dalam pembahasan penelitian. Oleh karena itu dalam

bab ini akan berisi beberapa landasan teori mengenai uraian umum tentang motivasi menghindari riba, *profit sharing*, *customer experience* dan keputusan nasabah dalam menabung pada produk T-Masy.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berkenaan pada bab ini peneliti akan membahas jenis dari metode penelitian yang membahas tentang variabel-variabel. Jenis Penelitian, Definisi, Variabel Operasional, Lokasi, Populasi, dan Sampel, Skala Pengukuran, Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis akan membahas Gambarann Umum Objek Penelitian, Deskriptif Data Penelitian dan Responden, Pengujian Dan Hasil Analisis Data, Pembuktian Hipotesis, Pembahasan Hasil Analisis Data dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian penutup yang berisikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan keterbatasan penelitian serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.