

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia selalu memiliki kebutuhan atau keinginan dalam dirinya, baik secara biologis maupun psikologis.. Kebutuhan merupakan sesuatu yang mendasar harus dipenuhi untuk mempertahankan dan menjalankan hidup seseorang baik itu kebutuhan udara, sandang, pangan maupun papan. Menurut Kotler & Keller dalam karya tulis Novie Putri Anggraini¹ dijelaskan bahwa, Kebutuhan merupakan syarat dasar hidup manusia. kebutuhan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kebutuhan ini akan menjadi keinginan sebagai akibat dari tempat kerja, teman, keluarga, dan kelompok sosial lainnya. Kebutuhan manusia diutamakan dalam kehidupan mereka. karena kebutuhan adalah sesuatu yang memang harus dipenuhi untuk mempertahankan hidup seseorang. Dibalik kebutuhan manusia, seperti kebutuhan yang dipengaruhi sebelumnya, akan menimbulkan yang namanya keinginan manusia, dimana keinginan manusia adalah hal yang spesifik yang mana dapat memuaskan kebutuhan seseorang. Misalnya, seseorang yang membutuhkan makan, namun menginginkan nasi padang. Suatu keinginan yang muncul dari diri manusia merupakan hal yang alami, namun belum tentu dapat dipenuhi.

¹ Novie Putri Anggraini, “Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan”, Skripsi: Universitas Diponegoro, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, 2018, hlm. 1.

Pada zaman sekarang teknologi semakin berkembang, kebutuhan manusia dipenuhi dengan lebih beragam. Kebutuhan manusia di era globalisasi, dimana produk-produk yang diproduksi sesuai dengan yang dibutuhkan. Jika dilihat dari intensitas atau seringnya dalam penggunaan, Ada tiga jenis kebutuhan: kebutuhan primer, juga dikenal sebagai kebutuhan dasar, yang harus dipenuhi jika tidak menimbulkan ancaman bagi kehidupan seseorang², kebutuhan sekunder, yang terjadi setelah kebutuhan primer terpenuhi, dan kebutuhan tersier, yang terjadi setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi dan sering disebut sebagai "kebutuhan mewah"³.

Berkembangnya teknologi membuat berbagai kebutuhan manusia tercipta, baik dari berbagai kebutuhan perempuan maupun laki-laki. Dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia, masyarakat pasti akan mengutamakan kebutuhan primer untuk menghindari ancaman hidup seseorang. Salah satu yang menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat saat ini adalah produk perawatan kulit.

Perawatan kulit, banyak sekali *brand* perawatan kulit yang ada di Indonesia baik itu perawatan tubuh dan wajah. Kesehatan kulit merupakan hal yang penting untuk semua kalangan baik perempuan maupun laki-laki, karena kulit adalah bagian terluar yang pertama dilihat oleh orang lain. Produk-produk perawatan kulit

² Tatik Hidayati, "Pengaruh Kemiskinan Orang Tua Terhadap Prestasi Belajar Siswa Melalui Pemenuhan Kebutuhan Sekolah (Studi Kasus Di SMA Negeri 3 Jombang)", *Journal of Public Power Vol.3 No. 1*, 2020, hlm. 4.

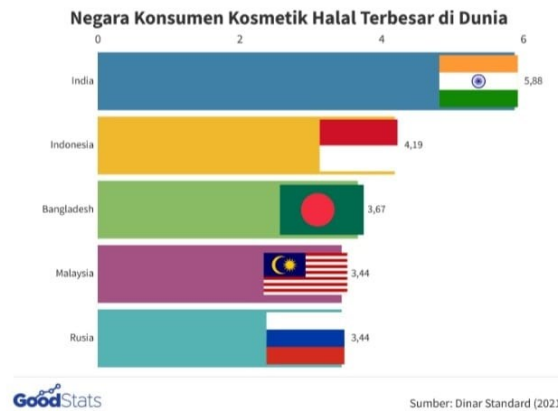
³ M. Syahrial, "Kebutuhan Dasar Manusia Menurut Ekonomi Islam", Skripsi: Sekolah Tinggi Agama Islam HM. Lukman Edy, Pekanbaru, hlm. 7.

memiliki manfaatnya masing-masing serta jenisnya masing-masing tergantung dari kecocokan setiap penggunaannya. Selain untuk kecantikan saja, penggunaan produk perawatan kulit menjadi hal yang penting sekarang, karena adalah hal yang penting dengan adanya perawatan kulit adalah sebab penipisan ozon. Ozon adalah pelindung bumi dari ssinar matahari yang berbahaya bagi kulit, penipisan ozon dapat membuat bumi lebih terpapar radiasi matahari, yang melemahkan sistem kekebalan tubuh, menyebabkan banyak kasus kanker kulit, katarak, dan gangguan kesehatan lainnya. Melanoma, yang bisa berakibat fatal, bisa menjadi lebih umum dengan paparan sinar ultraviolet (UV) dalam waktu lama. Inilah yang membuat kebutuhan perawatan kulit menjadi kebutuhan pokok bagi semua orang⁴.

Penggunaan produk perawatan kulit digunakan oleh banyak kalangan. Penggunaan perawatan kulit biasanya dimulai sejak umur 17 tahun, yang diumur sedemikian itu hormon setiap orang berubah-ubah dan aktivitas mulai banyak, sehingga menyebabkan kulit mudah terpapar sinar matahari dan debu. Salah satu kalangan pelajar yang sering bermasalah dengan kulit karena memang kegiatan yang cukup aktif adalah mahasiswa. Mahasiswa adalah pelajar yang sedang menempuh pendidikan dibangku perguruan tinggi. Menjadi mahasiswa sudah seharusnya bisa memilah dan memilih suatu produk yang akan digunakan dan mempertimbangkan dari beberapa aspek seperti kehalalan produk, merek maupun harganya.

⁴ W. Eko Cahyono, “Pengaruh Ozon Terhadap Kesehatan Manusia” Artikel: FMIPA-UNY, Yogyakarta, 2005, hlm. 211.

Gambar 1. 1 Negara dengan Konsumen Kosmetik Halal Terbesar di Dunia.



Sumber. goodstats.id., 2021.

Berdasarkan data di atas, India menjadi negara konsumsi kosmetik halal terbesar nomor 1, dan Indonesia menjadi negara konsumsi kosmetik halal terbesar nomor 2. India mencapai 5,88 miliar AS Pengguna kosmetik halal, dan Indonesia mencapai 4,19 miliar AS ⁵. Kosmetik halal pasti identik dengan bukti kehalalan dengan adanya labelisasi halal.

Islam mengajarkan untuk menilai suatu produk dengan memenuhi salah satu kriteria menurut ajarannya yaitu dengan adanya labelisasi halal. Usaha yang memiliki label halal menandakan sudah melalui proses label halal MUI⁶. Seperti yang diketahui labelisasi halal membuktikan bahwa suatu produk dinyatakan layak untuk dikonsumsi atau digunakan, pasti sudah dianalisa dan diputuskan produk

⁵ Monavia Ayu Rizaty, “10 Merek Perawatan Tubuh Terlaris Di Indonesia Menurut Pangsa Pasar (Shopee dan Tokopedia Agustus 2021)”, Diakses dari *goodstats.co.id* pada tanggal 9 Oktober 2022 pukul 15.09 WIB

⁶ Halimatus Sa’diyah, “Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening*”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Vol. 5 No. 1*, Mei, 2022, hlm 130.

tersebut baik untuk digunakan dipandang dari sisi agama Islam dan baik dikonsumsi, yang mana itu semua dilakukan oleh suatu Lembaga yang berwenang yaitu Lembaga khusus LPPOM MUI (Lembaga Pengkaji Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia)⁷. Dalam mengonsumsi suatu produk sebagai umat muslim harus mengutamakan kehalalannya, seperti menurut Firman Setiawan dalam karya tulis sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an, surat Al-Baqarah ayat 168:⁸

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : Makanlah dari makanan yang halal dan baik di Bumi wahai manusia, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Anda memiliki musuh yang nyata di Setan.

Kemudian dijelaskan juga mengenai konsumsi produk halal, menurut Nuraini dalam karya tulis dijelaskan dalam Surat Al-Maidah ayat 88:⁹

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

⁷ Rahmawati Rahman, “Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Ponds White Beauty* Di Kecamatan Tamalate Kota Makassar (Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam)”, Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018, hlm. 2.

⁸ Firman Setiawan, “Konsep Maslahah (*Utility*) dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 168 dan Surat Al-A'raf Ayat 31”, hlm. 3.

⁹ Nuraini, “Halalan Thayyiban Alternatif Qurani Untuk Hidup Sehat”, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry, hlm. 84.

Artinya: dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwasannya diwajibkannya kita mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik untuk kita, karena sesuatu yang diharamkan bagi kita sesungguhnya sudah ditentukan oleh Allah bahwa tidak baik untuk kemaslahatan manusia. kehalalan produk menjadi jaminan bagi setiap muslim untuk mengonsumsinya baik dari segi bahan dan proses pembuatannya¹⁰. Dan sesuatu yang diharamkan dalam kandungan produk perawatan kulit adalah seperti alcohol dan zat kimia yang berbahaya,serta bahan-bahan yang berbahaya lainnya seperti plasenta, gelatin dari babi dan lemak dari babi juga binatang yang disembelih tanpa adanya aturan sesuai dengan syariat Islam¹¹.

Selain daripada labelisasi halal, merek juga termasuk salah satu hal yang penting dalam sebuah *brand*, karena menjadi salah satu indikator yang akan dipilih oleh konsumen. Sebuah merek harus dapat mengartikan semua hal yang ada didalam atau diluar suatu produk yang bisa membuat pengaruh bagi calon pelanggan yang sesuai target sebuah produk. Merek menjadi hal yang sangat bernilai saat mampu mempengaruhi pilihan atau preferensi konsumen¹².

¹⁰Firqah Annajiyah Mansyuroh, "Pengaruh Persepsi dan Religiusitas Terhadap Pembelian *Skincare* Tanpa Label Halal pada Muslim Generasi Z Di Banjarmasin", UIN Antasari, Banjarmasin, hlm. 26.

¹¹Dinda Astuty, "Pengaruh Labelisasi Halal, Kesadaran Halal, Harga Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Purbasari (Studi Kasus Konsumen Wilayah Binjai)", Skripsi: Universitas Pembangunan Panca Budi, 2019, hlm. 2.

¹²Rahmawati Rahman, "Pengaruh Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Ponds White Beauty* Di Kecamatan Tamalate Kota Makassar (Ditinjau dalam Perspektif

Konsumen muslim akan memiliki pertimbangan dalam mengonsumsi suatu produk selain daripada adanya labelisasi halal dan merek yang baik, harga menjadi satu hal penting juga dalam pandangan masyarakat. Peran dari sebuah harga dalam suatu produk adalah untuk memainkan strategi pemasaran. Harga akan dituntut untuk sesuai dengan kualitas produk, artinya pelanggan akan lebih mengutamakan mengonsumsi suatu produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang dirasakan¹³. Penentuan harga yang bisa berdampak positif terhadap perilaku konsumen karena produk yang dihasilkan sesuai dengan harga yang dipasarkan. Jika harga relatif sedang ke tinggi maka bisa jadi kualitas produk juga lebih bagus. Menurut Kotler dan Keller dalam karya tulis Ade Candra Gunawan dan Febri Susanti, harga dapat memberikan persepsi pembeli karena mempengaruhi kinerja finansial seseorang artinya harga mencakup semua biaya yang dibayar pelanggan untuk memperoleh, memiliki, dan menggunakan suatu produk.¹⁴

Suatu perusahaan pasti akan memperhatikan kualitas dari sebuah produk yang akan ditawarkan pada calon konsumen, konsumen akan tertarik dengan sebuah produk apabila kualitas produk tersebut dirasa cocok. Dalam hal ini artinya kualitas dalam produk memiliki peran yang cukup penting juga untuk menarik

Ekonomi Islam)”, Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018, hlm. 4.

¹³ Atina Khasanah, Ema Nurzainul Hakimah, dan Rony Kurniawan, “Analisis Kualitas Produk, Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare MS Glow*”, *Jurnal Simanis Simposium Manajemen dan Bisnis*, 2022, hlm.2.

¹⁴ Ade Candra Gunawan dan Febri Susanti, “Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Maybelline Di Kota Padang”, *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*, hlm. 3.

minat seorang konsumen membeli. Misalnya dalam sebuah produk perawatan kulit yang dikonsumsi oleh masyarakat, mereka menggunakan produk perawatan kulit tersebut pasti karena adanya kualitas pada produk yang mendukung mereka untuk menggunakannya, seperti baunya yang wangi, harga yang terjangkau, efek yang sesuai keinginan, merasa cocok, dan kualitas lainnya¹⁵.

Perawatan kulit di Indonesia menjadi hal yang sering atau sudah biasa dilakukan oleh berbagai kaum, karena perawatan kulit cukup penting dilakukan untuk menjaga Kesehatan kulit. Pada kehidupan sehari-hari, baik saat beraktivitas maupun sesudahnya. Banyak perusahaan perawatan kulit yang menawarkan produk dengan kualitas yang bagus dengan harga yang mahal. Bisa dilihat Gambar 1.2 Untuk produk perawatan kulit terlaris.

Gambar 1. 2 10 Merek Perawatan kulit di Indonesia Platform online (Shopee & Tokopedia)



Sumber. databoks.katadata.co.id, 2021.

¹⁵ Amalia Rohmatul Kamalia, "Pengaruh Digital Marketing Shopee, Media Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Skincare", Skripsi: UNISMA, 2022, hlm. 15.

Pada tabel di atas, menunjukkan bahwa dari 10 *brand* perawatan kulit di Indonesia, *scarlett* menjadi produk perawatan kulit yang pertama dengan presentase 18,9% dibandingkan dengan 9 produk lainnya dalam penjualan *online* di Shopee dan Tokopedia per Agustus 2021. Ini membuktikan bahwa *scarlett* menjadi produk yang banyak diminati kalangan masyarakat¹⁶.

Scarlett merupakan brand produk perawatan kulit lokal yang cukup terkenal di kalangan wanita. *Scarlett* diproduksi oleh PT. Motto Beringin Abadi-Kab. Bogor, Jawa Barat. *Scarlett* adalah produk perawatan kulit yang memberikan inovasi jenis produk mulai dari untuk *face care* seperti serum, krim siang, krim malam, facial wash, dan untuk *body care* seperti *body scrub*, *bodywash*, *bodycream*, *bodyserum*,, perawatan rambut seperti *sea salt shampoo* dan *conditioner* dan masih gencar mengeluarkan produk-produk baru¹⁷. Produk-produk *scarlett* ini diinovasikan dengan bentuk yang memikat peminat seperti, baunya, bentuk kemasan dan warna produk. *Scarlett* menjadi salah satu produk perawatan kulit yang diminati banyak orang¹⁸. *Scarlett* merupakan produk kecantikan yang sudah lulus uji BPOM Indonesia dan merupakan produk halal, dimana menunjukkan bahwa produk tersebut aman digunakan.

¹⁶ Naomi Adisty, “Tumbuh Pesat Pemakai Produk Kecantikan Di Indonesia Kian Meningkat”, Diakses dari databoks.katadata.co.id pada tanggal 9 oktober 2022 pukul 14.12 WIB

¹⁷ Diakses dari akun official Instagram Scarlett Whitening https://instagram.com/scarlett_whitening?igshid=YmMyMTA2M2Y=, pada 20 Oktober 2022 pukul 11.20 WIB.

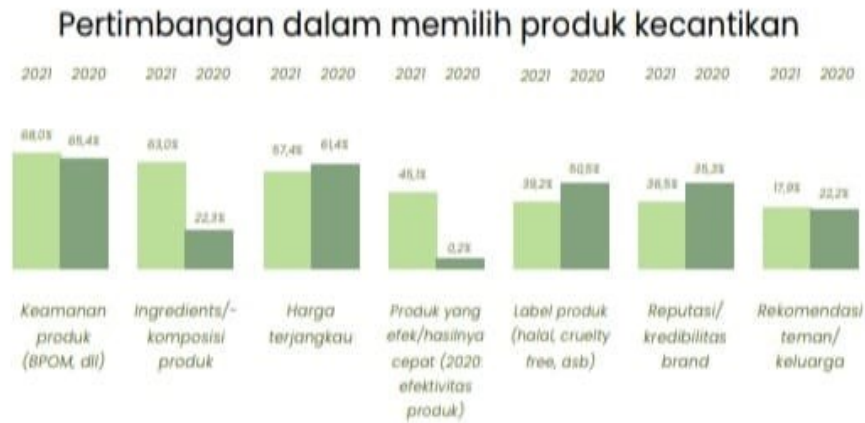
¹⁸ Risma Misnanto Putri dan Budi Istiyanto, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Celeberty Endorser* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening* (Studi Kasus pada Perempuan Di Surakarta)”, *Jurnal Ekobis Dewantara Vol.4 No.2*, Juni, 2021, hlm. 78.

Di samping itu, dengan adanya suatu produk pasti ada konsumen yang memberikan keputusannya untuk membeli produk tersebut. Suatu perusahaan yang menghasilkan produk menjadikan keputusan pembelian sangat penting dari konsumennya, dan perusahaan akan berusaha untuk mempertahankan loyalitas dari konsumen tersebut untuk menjadi konsumen tetap. Banyaknya kepercayaan konsumen dalam menggunakan keputusan pembeliannya pada produk perusahaan akan menambah profit keuntungan perusahaan, selain daripada itu produk perusahaan akan lebih banyak dikenal oleh calon konsumen lain. Dengan ini perusahaan akan terus gencar memberikan yang terbaik untuk konsumen-konsumennya.

Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai memilih salah satu dari beberapa alternatif suatu barang atau jasa untuk menjadi putusan pembelian. Artinya sebelum memutuskan pembelian suatu produk seseorang akan dihadapkan dengan beberapa alternatif pilihan pertimbangan misalnya, Produk, harga, distribusi, dan promosi merupakan contoh rangsangan pemasaran yang menurut Kotler dan Keller dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli¹⁹. Keputusan pembelian produk perawatan kulit didasarkan pada beberapa hal dalam produk tersebut seperti yang dijelaskan dalam gambar dibawah ini.

¹⁹ Ade Candra Gunawan dan Febri Susanti, “Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk kosmetik Maybelline Di Kota Padang”, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP”, hlm. 2.

Gambar 1. 3 Grafik pertimbangan dalam memilih produk kecantikan 2020 dan 2021



Sumber. Zap Beauty Index 2021.

Dari data di atas, ada beberapa faktor pertimbangan dalam memilih produk kecantikan antara lain keamanan produk (BPOM, Merk, dll), produk berefek atau hasil cepat, harga terjangkau, dan label produk bertuliskan "halal", reputasi/kredibilitas brand dan rekomendasi teman/ keluarga. Pada tahun 2021, Dalam memilih produk kecantikan, tiga prioritas utama wanita Indonesia adalah keamanan produk yang termasuk BPOM, komposisi dan keterjangkauan produk. Bisa dilihat pada grafik kenaikan bagian komposisi produk naik drastis dari 22,3% tahun 2020 menjadi 63,0% tahun 2021, ini membuktikan bahwa kepedulian terhadap penggunaan produk perawatan kulit sangat diperhatikan pada bagian *Ingredients* yang mana jika komposisi baik maka BPOM akan menyatakan itu baik. Berbalik dengan Labelisasi halal dimana menurun dari 50,5% Tahun 2020 menjadi 39,2% tahun 2021, ini menjadi masalah dalam penggunaan produk perawatan kulit, padahal mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, sudah

seharusnya mengutamakan kehalalan dari produk perawatan kulit yang digunakan²⁰.

Berdasarkan uraian di atas, ada beberapa faktor pertimbangan yang menyebabkan keputusan pembelian produk kecantikan, Penulis kemudian ingin melakukan penelitian dan menyajikan sebuah karya ilmiah berupa skripsi dengan judul: **“Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett* (Studi pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)”**.

²⁰ *ZAP Beauty Index*, 2021, hlm.17.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura melakukan pembelian produk Scarlett sebagian karena Labelisasi Halal?
2. Apakah mahasiswa di Universitas Trunojoyo Madura lebih cenderung membeli produk Scarlett karena merek?
3. Apakah keputusan pembelian produk Scarlett bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dipengaruhi sebagian oleh harga?
4. Apakah kualitas produk berperan dalam keputusan pembelian produk Scarlett bagi mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?
5. Apakah kombinasi label halal, merek, harga, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura untuk membeli produk Scarlett?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini, berdasarkan latar belakang masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variabel labelisasi halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
2. Untuk mengetahui apakah variabel merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

3. Untuk mengetahui apakah variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
4. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
5. Untuk mengetahui apakah labelisasi halal, merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *scarlett* pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang

b. Bagi Akademisi Universitas

Penelitian ini diharapkan bisa membantu akademisi sebagai suatu literasi kampus dan digunakan untuk perbendaharaan perpustakaan UTM khususnya bagi mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura terkait pengaruh labelisasi halal, merek, harga, dan kualitas produk pada salah satu produk kecantikan atau perawatan kulit yaitu *scarlett*.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan pada persepsi terhadap konsumen produk perawatan kulit *scarlett* pada pandangan labelisasi halal, merek dan harga yang bisa digunakan sebagai pertimbangan dan rujukan pada mahasiswa.

E. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini ditulis dalam tiga bab, dengan sub-bab yang menjadi kekhususan bab pada masing-masing bab. Oleh karena itu, pembahasan terstruktur adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, yang meliputi informasi latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode pembahasan proposal skripsi.

BAB II: Tinjauan pustaka merupakan pengembangan dari teori fundamental penelitian. Penelitian ini menggunakan teori Pelabelan Halal, Merek, dan Harga dan Keputusan Pembelian. Di akhir bab, tinjauan literatur membahas kerangka teori, hipotesis, dan penelitian sebelumnya sebagai pembanding untuk penelitian ini.

BAB III: Jenis penelitian, variabel operasional, populasi, sampel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan analisis data menyusun metode penelitian.

BAB VI: Gambaran umum objek penelitian, temuan dari data penelitian responden, dan pembahasan melengkapi pembahasan.

BAB V : Kesimpulan, yang meliputi saran dan kesimpulan.