

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk atau yang biasa dikenal dengan PT. Telkom adalah salah satu badan usaha milik negara yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. PT. Telkom sudah menjalankan kegiatan operasionalnya sejak tahun 1882 dimana telepon baru muncul sampai sudah berkembang pesat saat ini. PT. Telkom menawarkan produk-produk diantaranya *voice*, *internet*, *connectivity*, dan layanan Indihome *fiber*. Layanan Indihome *fiber* merupakan layanan Indihome terbaru yang sudah menggunakan teknologi *fiber* optik dimana proses transfer data menjadi lebih cepat daripada jaringan kabel tembaga dan memiliki kemampuan bertahan atau lebih stabil dalam berbagai cuaca.

Indonesia *Digital Home* (disingkat Indihome) adalah salah satu produk layanan dari PT Telekomunikasi Indonesia berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*), *internet (Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (USee TV *Cable*, IP TV). Karena penawaran inilah Telkom memberi label Indihome sebagai tiga layanan dalam satu paket (*3-in-1*) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon. Paket Indihome juga dilengkapi dengan konten seperti layanan portal musik digital dan *Home Automation*. Sejak diluncurkannya Indihome, pelanggan yang berlangganan paket *internet Speedy* satu-per-satu diminta untuk beralih menggunakan Indihome, karena layanan dagang *Speedy* akan segera diberhentikan pada tahun 2015. Indihome resmi diluncurkan pada tahun 2015. Indihome juga merupakan salah satu program dari proyek utama Telkom, Indonesia *Digital Network 2015*. Dalam penyelenggaraannya, Telkom menggandeng sejumlah pengembang teknologi telekomunikasi untuk membangun rumah berkonsep digital.

1.2 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Indihome merupakan solusi layanan *digital home* berupa *internet on fiber* berkecepatan tinggi, TV interaktif, dan telepon rumah berupa layanan panggilan lokal atau interlokal dengan fasilitas gratis panggilan seribu menit lokal dan interlokal per bulan. Semuanya dikemas dalam satu paket dengan harga yang sangat kompetitif. Ketiga layanan dalam satu paket yang sering disebut dengan *tripleplay* ini, pertama di Indonesia. Saat ini layanan

Indihome yang menggunakan jaringan *fiber* optik ini telah tersedia di 160 kota di seluruh Indonesia, terdiri dari 60 kota besar dan 100 kota lainnya. Telkom juga masih terus memperluas layanannya untuk meningkatkan pemerataan akses *broadband* ke seluruh wilayah Indonesia. Pemerataan akses *broadband* ini sangat membantu daerah-daerah terpencil dalam meningkatkan perekonomian daerah. Ini membuat Indihome *Fiber* menjadi layanan *tripleplay* dengan wilayah layanan paling luas di Indonesia, sekaligus menjadi pelopor menuju hadirnya era baru *internet fiber* di Indonesia. Banyak keunggulan yang dimiliki *fiber* optik dibandingkan dengan kabel tembaga yang dulu biasa digunakan untuk sambungan telepon dan internet. *Fiber* optik memungkinkan kecepatan akses internet sampai dengan 100 Mbps, jauh lebih tinggi dari kabel tembaga yang hanya sampai 5 Mbps. Jaringan *fiber* optik menghasilkan koneksi yang lebih stabil dan tidak terganggu oleh gelombang elektromagnetik, serta lebih aman dari serangan petir. Dengan koneksi yang lebih stabil ini, diharapkan kualitas layanan *broadband* semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan ini. Secara bertahap, Telkom juga terus meningkatkan kecepatan layanan *internet* kepada pelanggan *existing* tanpa dikenakan biaya tambahan. Program yang diberi nama HSSP (*Higher Speed Same Price*) ini telah dinikmati oleh lebih dari 927 ribu pelanggan sejak tahun 2012.

Komitmen terhadap peningkatan kepuasan pelanggan juga ditunjukkan dari beberapa hasil survei yang dilakukan oleh surveyor independen. Indeks kepuasan pelanggan (*CSI/ Customer Satisfaction Index*) pada segmen konsumen terhadap produk dan layanan Telkom terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. *CSI* pada tahun 2012 tercatat sebesar 79,6 persen, naik menjadi 80,1 persen di tahun 2013, dan naik lagi menjadi 83,77 persen pada tahun 2014.

Peningkatan kualitas produk dan layanan *Fixed Broadband* dari Telkom juga mendapatkan pengakuan dari lembaga-lembaga independen. Selama delapan tahun berturut-turut (2008 – 2015), Telkom mendapatkan *Indonesia Customer Satisfaction Award* dari *Frontier Consulting Group* untuk kategori *Fixed Internet Service Provider*. *Call center* Telkom juga mendapatkan *Call Center Service Excellence Award* selama delapan tahun berturut-turut (2008 – 2015) di ajang penghargaan prestisius yang diselenggarakan oleh *CCSL (Care Centre for Customer Satisfaction and Loyalty)*. Telkom meraih yang terbaik untuk kategori Telekomunikasi dan *Internet Service Provider*. Selain itu, *call center* Telkom juga mendapatkan beberapa penghargaan bergengsi, termasuk *The Best Operational Contact Centre* dalam ajang pemilihan *Indonesia Contact Center Award* yang diselenggarakan oleh *ICCA (Indonesia Contact Center Assosiation)*, mulai tahun 2009 - 2015.

Seiring dengan perubahan pola komunikasi pelanggan yang semakin familiar dengan media sosial, Telkom juga meningkatkan layanan melalui beberapa media social seperti melalui akun @telkomcare di Twitter atau halaman *Telkom Care* di facebook. Percakapan dengan pelanggan mengenai manfaat berbagai produk dan layanan juga terus dikomunikasikan melalui akun @telkompromo di Twitter dan halaman Telkom Promo di facebook. Pada tahun 2014 dan 2015, pengelolaan akun media sosial tersebut mendapatkan predikat internasional “*Socially Devoted*” dari *Social Bakers*, yang menunjukkan kualitas dan kecepatan dalam merespon pertanyaan, permintaan atau keluhan pelanggan melalui media sosial.

Layanan Indihome *Fiber* terbagi menjadi dua layanan, yaitu layanan *triple play* dan layanan *dual play*. Layanan *triple play* terdiri dari internet rumah, telepon rumah, dan TV interaktif. Sedangkan layanan *dual play* terdiri dari internet rumah dan telepon rumah atau TV interaktif. Berdasarkan data dari Kantor Plaza Telkom Metro Lampung pada tahun 2016-2020, pelanggan Indihome cukup berfluktuatif. Naik turunnya pelanggan Indihome disebabkan oleh berbagai keluhan sebagai berikut :

1. Harga mahal dan sering mengalami kenaikan
2. Kualitas internet kurang baik
3. Kualitas TV kabel kurang baik
4. Gangguan ketika setelah hujan atau angin kencang
5. Lamanya penanganan keluhan dan pelayanan

Keluhan menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap jasa ataupun layanan yang telah diberikan. Keluhan menjadi salah satu hal yang dapat menjadi pemacu perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan secara terus menerus. Namun, apabila keluhan tidak tertangani dengan baik dan tidak ada kemajuan ataupun perkembangan, pelanggan dapat berhenti untuk menggunakan Indihome karena timbulnya ketidakpuasan yang telah dirasakan. Padahal, Indihome sudah seperti *market leader* bagi perusahaan telekomunikasi di Indonesia sejak jaman dahulu sehingga citra dari Indihome ini perlu disikapi secara lebih mendalam. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *top brand awards* pada tahun 2016-2018 pada kategori ISP *Fixed*, Indihome memiliki *index* yang cukup berfluktuatif. Namun, pada kategori TV Berbayar, *index* Indihome tidak pernah menduduki peringkat pertama. Berdasarkan data-data yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan Indihome tergolong rendah dan Indihome memiliki *index* yang berfluktuatif sehingga permasalahan ini harus disikapi secara lebih mendalam oleh Indihome.

Setelah mengalami ketidakpuasan, pelanggan merespons dengan berbagai cara. Faktanya, untuk setiap pelanggan yang mengeluh, lebih dari enam lainnya memberikan komentar negatif di *web* (Pengukuran dan Konsultasi Layanan Pelanggan, 2015). Sedangkan pengaduan langsung memberi penyedia layanan kesempatan yang tak ternilai untuk merefleksikan dan memperbaiki kesalahan, pelanggan cenderung tidak mengeluh tentang pengalaman yang tidak memuaskan jika mengeluh membutuhkan banyak energi dan usaha. Dalam kasus dimana banyak keluhan upaya diantisipasi, daripada mengeluh langsung ke penyedia layanan, hari ini pelanggan mungkin beralih ke *bashing* media sosial (Balaji, Jha, & Royne, 2015; Kim & Tang, 2016; Schaefers & Schamari, 2016).

Selain keluhan, Indihome melakukan berbagai upaya pemasaran agar masyarakat semakin mengenal Indihome. Indihome melakukan promosi melalui iklan berbayar di instagram, adanya *personal selling* dengan membuka stand di mall atau di pinggir jalan, melakukan kerjasama berupa *sponsorship* kepada acara-acara tertentu seperti *Prambanan Jazz Festival*, *ArtJog* dan *Indonesian Basketball League*, serta melakukan penawaran melalui telepon rumah yang terdaftar dalam telkom.

Dalam hal penanganan keluhan, pihak Indihome mempunyai SOP (Standar Operasi Prosedural) yang harus di penuhi, yaitu:

1. Konsumen adalah Pengguna Resmi Indihome.
2. Memiliki Modem Siap Pakai yang Aktif.
3. Sudah Melakukan Pembayaran Cicilan.
4. Mengirimkan No ID Indihome yang Tertera di Modem.
5. Melaporkan Keluhan yang Sesuai dengan Apa yang Terjadi ke Plasa Telkom Terdekat atau Call Center Telkom Indihome.

Kemudian, ada berbagai tahapan dalam laporan penanganan yang di lakukan konsumen kepada pihak Indihome. Tahap pertama adalah dengan pelaporan secara langsung (fisik). Sebagai contoh nyata yang di alami konsumen dari sumber terpercaya pada Kantor Datel Metro adalah ketika keluhan dapat di laporkan secara fisik dari berbagai *channel* seperti layanan *Call Center* Indihome, lapor ke teknisi pemasangan awal serta dapat langsung datang ke Plasa Telkom terdekat. Melalui SOP perusahaan yang ada, konsumen dapat langsung melakukan lapor keluhan sebagaimana mestinya guna memperbaiki layanan Indihome yang sedang mengalami gangguan dengan cepat dan tepat.

Tahap kedua adalah dengan mengecek kembali apakah keluhan yang sudah disampaikan di awal sudah diproses. Berikut data pada Tabel 1.1 menunjukkan laporan keluhan Indihome pada periode Oktober 2020 yang sudah diproses:

Tanggal	No ID Indihome	Keluhan	Status
1 Oktober 2020	1118251003**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	072580018**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118241028**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
2 Oktober 2020	1118251009**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118051315**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
3 Oktober 2020	1118051346**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118251009**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118051344**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
5 Oktober 2020	1118051324**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118251009**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	0725445**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	0725417**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	0725_6401**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118051347**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118251004**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
6 Oktober 2020	1118051100**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	0725477**	Telepon Mati Total	Sudah diperbaiki
	1118251005**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118213004**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
7 Oktober 2020	072578562**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	072580012**	Telepon Mati Total	Sudah diperbaiki
	1118051349**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
8 Oktober 2020	0725455**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki

	1118051009**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118051326**	TV Tidak Connect	Sudah diperbaiki
	1118051125**	TV Tidak Connect	Sudah diperbaiki
	1118241003**	Restart	Sudah diperbaiki
9 Oktober 2020	1118251015**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118051322**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118251039**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
12 Oktober 2020	1118051021**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118051325**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118051143**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118241005**	Restart	Sudah diperbaiki
	1118051348**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
13 Oktober 2020	1118251010**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118051183**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118051134**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118251012**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
14 Oktober 2020	0725410**	Telepon Mati Total	Sudah diperbaiki
	1118221014**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118051180**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
15 Oktober 2020	1118051346**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
	1118251031**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
	1118251031**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki

16 2020	Oktober	1118241007**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		1118241004**	Create Ulang	Sudah diperbaiki
		1118051335**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051029**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
17 2020	Oktober	1118251003**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051342**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		072578586**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051341**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
19 2020	Oktober	1118213012**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051300**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051164**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		072578566**	Telepon Mati Total	Sudah diperbaiki
		1118151007**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
20 2020	Oktober	1118051140**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051166**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		111805116**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051104**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
21 2020	Oktober	1118251006**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051180**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		1118051019**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118251007**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki

22 2020	Oktober	1118051327**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051151**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051324**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118251011**	Restart	Sudah diperbaiki
		1118051331**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118251034**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
23 2020	Oktober	1118051128**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		1118051151**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		1118051179**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118251034**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
24 2020	Oktober	1118051150**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		1118251004**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118212117**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
25 2020	Oktober	1118251004**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118251003**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118221037**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118051152**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
27 2020	Oktober	1118051326**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		1118251006**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
		1118261002**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
		1118261002**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki

28 2020	Oktober	1118251005**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki
29 2020	Oktober	1118231034**	TV Tidak Connect	Sudah diperbaiki
30 2020	Oktober	1118221034**	Internet Loss Merah	Sudah diperbaiki
31 2020	Oktober	(0725)492**	Internet Tidak Bisa Connect	Sudah diperbaiki

Tabel 1.1 Status Laporan Keluhan Indihome Periode Oktober 2020

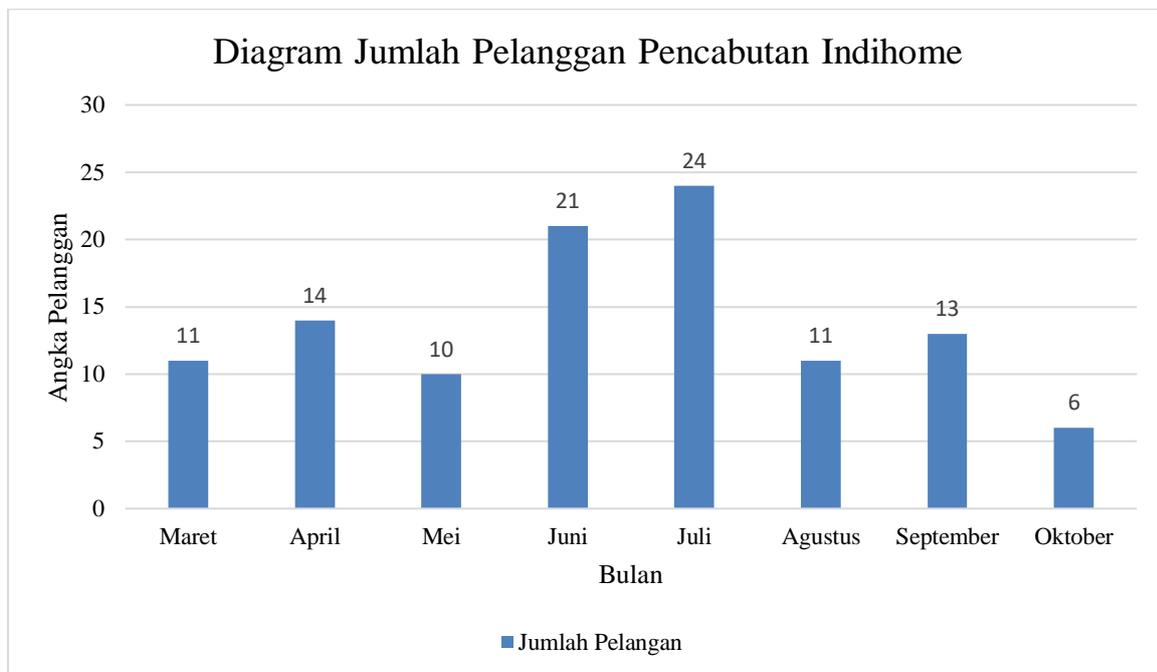
Berbagai strategi penanganan keluhan yang disiapkan oleh Indihome tersebut memiliki tujuan agar pelanggan memiliki pengalaman yang baik pada proses penyampaian keluhan kepada Indihome. Menurut Cai dan Chi (2018), hal ini dinamakan dengan *affective effort*. *Affective effort* adalah perasaan positif/negative yang dialami pelanggan ketika melaporkan keluhan/ketidakpuasan kepada perusahaan (Cai dan Chi, 2018).

Setelah adanya proses penanganan keluhan maka berikutnya timbul *feedback* dari konsumen terhadap layanan penanganan keluhan Indihome yang mana dapat menjadi testimoni baik ataupun buruk terhadap layanan Indihome tersendiri. Sebagian besar *feedback* yang di berikan konsumen relatif baik di karenakan penanganan yang cepat dan tepat oleh para teknisi sehingga menciptakan kenyamanan kerja dan loyalitas konsumen terhadap produk Indihome. Ada pula komentar negatif yang di berikan oleh konsumen ketika merasa penanganan dari pihak Indihome memerlukan waktu yang lama. Hal tersebut terjadi karena adanya beberapa kendala internal pada pihak Indihome, misalnya ketika ada keluhan gangguan bisa jadi alat yang di perlukan saat itu sedang tidak *available* ataupun teknisi yang bekerja pada bidang yang di perlukan mengalami *overload*, sehingga menyebabkan antrian pada penanganan layanan Indihome dan penanganan tidak bisa dikerjakan pada hari yang sama dengan pelaporan keluhan. Oleh sebab itu, teknisi maupun CS (*Customer Service*) selalu berusaha mengkomunikasikan kepada konsumen agar tetap bersabar sampai datangnya teknisi untuk perbaikan layanan Indihome dan melakukan *cross-check* terhadap penanganan keluhan guna terciptanya kepercayaan konsumen dalam penanganan keluhan gangguan yang di sebabkan beberapa masalah pada layanan Indihome. Hal ini menunjukkan bahwa belum sepenuhnya

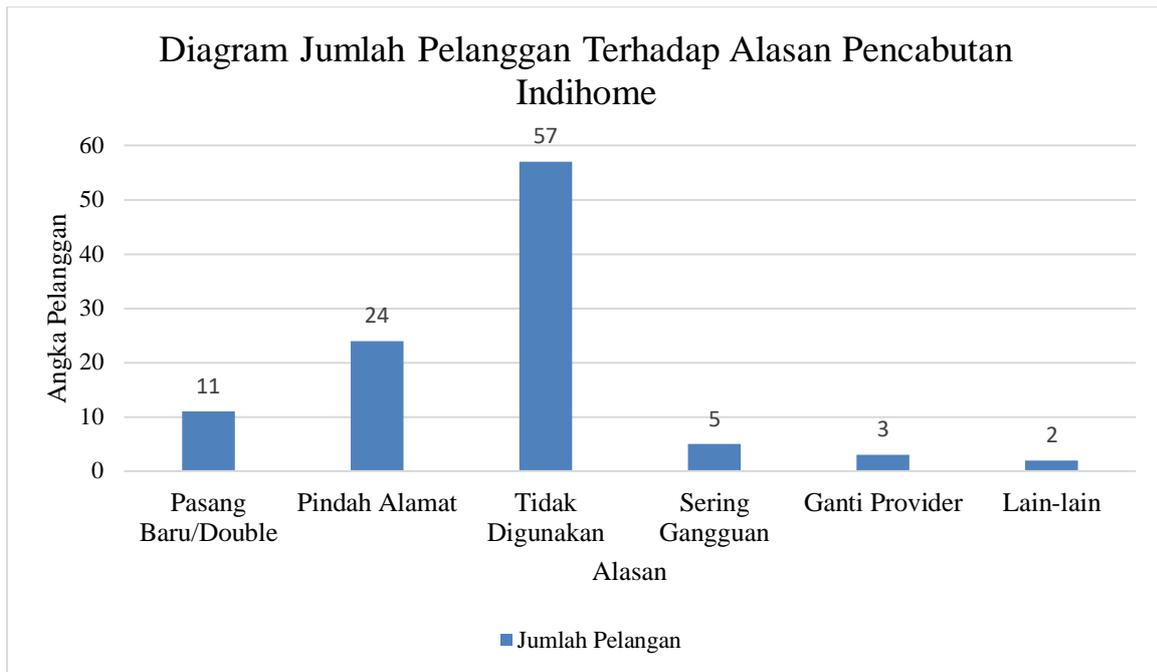
pelanggan Indihome puas terhadap proses penanganan keluhan (*satisfaction with complaint*) yang dilakukan oleh Indihome. Menurut Cai dan Chi (2018), *satisfaction with complaint* merujuk kepada situasi dimana pelanggan puas dengan proses penanganan keluhan yang dilakukan oleh perusahaan.

Secara teori, tahap berikutnya setelah *satisfaction with complaint* adalah *customer loyalty* (Cai dan Chi, 2018). Berbagai strategi penanganan keluhan yang disiapkan oleh Indihome memang bertujuan untuk membuat pelanggan tetap loyal kepada Indihome. Namun pada kenyataannya masih banyak pelanggan yang tidak lagi berlangganan Indihome akibat berbagai masalah/keluhan terkait Indihome. Hal ini ditunjukkan pada data cabut pemasangan Indihome pada Tabel 1.2 dan alasan cabut pemasangan Indihome pada Tabel 1.3.

Tabel 1.2 Data Cabut Pemasangan Indihome 2020



Tabel 1 3 Data Alasan Cabut Pemasangan Indihome 2020



Berdasarkan fenomena yang sudah dipaparkan serta dilengkapi dengan fakta dan data yang ada, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **”Pengaruh *Affective Effort* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Satisfaction Complaint* sebagai variabel *intervening* (Studi pada Pelanggan Indihome Kandatel Metro)”**.

1.3 IDENTIFIKASI MASALAH

- 1 Bagaimana *Affective Effort*, *Satisfaction with Complaint* dan *Customer Loyalty* pelanggan Indihome Kandatel Metro?
- 2 Seberapa besar pengaruh *Affective Effort* terhadap *Satisfaction with Complaint* pelanggan Indihome Kandatel Metro?
- 3 Seberapa besar pengaruh *Satisfaction with Complaint* terhadap *Customer Loyalty* pelanggan Indihome Kandatel Metro?
- 4 Seberapa besar pengaruh *Affective Effort* terhadap *Customer Loyalty* pelanggan melalui *Satisfaction with Complaint* pada pelanggan Indihome Kandatel Metro?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Affective Effort*, *Satisfaction with Complaint* dan *Customer Loyalty* pelanggan Indihome Kandatel Metro.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Affective Effort* terhadap *Satisfaction with Complaint* pelanggan Indihome Kandatel Metro?
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Satisfaction with Complaint* terhadap *Customer Loyalty* pelanggan Indihome Kandatel Metro?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Affective Effort* terhadap *Customer Loyalty* pelanggan melalui *Satisfaction with Complaint* pada pelanggan Indihome Kandatel Metro?

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan saran bagi perusahaan untuk terus memperbaiki layanan Indihome dengan memahami keinginan konsumen sehingga dapat membantu menciptakan loyalitas pada produk Indihome.

1.6 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN

Periode penelitian ini di mulai dari bulan Agustus-Desember

1.7 SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam rangka menjawab permasalahan pada penelitian ini dan untuk mempermudah dalam memberikan gambaran dalam penelitian ini, maka penyusunan bab pada penelitian secara sistematis sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta literatur yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan harus di uraikan secara sistematis sesuai dengan identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Dalam pembahasan hasil pengolahan data, cakupan penelitian dan bahasan penelitian serta benang merah interpretasi harus tampak jelas. Pembahasan dapat dilakukan dengan menggunakan sub-judul.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab V disajikan kesimpulan hasil analisis data dalam kaitannya dengan hasil penelitian. Kesimpulan penelitian di tulis secara berurutan sesuai masalah dan pertanyaan penelitian. Saran ditujukan kepada perusahaan/masyarakat tempat penelitian sebagai upaya alternatif pemecahan masalah.

BAGIAN AKHIR

Daftar dari seluruh kepustakaan yang digunakan/dirujuk dalam teks, berupa buku, jurnal, laman web, dan sebagainya ditulis secara lengkap sesuai dengan tata cara penulisan yang berlaku.