

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Singkat RedDoorz

RedDoorz awalnya didirikan di Singapura dan masuk ke Indonesia sebagai pasar utamanya pada tahun 2015. Pada tahun 2016, RedDoorz berekspansi ke lima kota besar di Indonesia, dan properti RedDoorz tumbuh 11x lipat. Satu tahun kemudian, RedDoorz sudah memiliki 500 properti akomodasi, dan di tahun yang sama, RedDoorz mulai beroperasi di Singapura. Pada tahun 2018, jumlah kamar RedDoorz di seluruh Indonesia mencapai 10.000. Pada tahun 2018, RedDoorz juga mulai berekspansi ke Filipina dan Vietnam. Pada tahun 2019, RedDoorz berkembang pesat. RedDoorz hadir di 50 kota di seluruh Indonesia, dengan lebih dari 1.000 properti dan lebih dari 30.000 kamar. Tahun ini, RedDoorz mulai berekspansi ke ruang co-living.

Setelah tahun 2019 yang luar biasa, RedDoorz harus mengatasi beberapa rintangan serius di tahun 2020. Pandemi penyakit virus corona (Covid-19) telah mengguncang industri pariwisata di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, Singapura, Vietnam, dan Filipina. RedDoorz akan menavigasi masa-masa penuh tantangan ini dan terus memberikan layanan terbaik kepada seluruh konsumen dan mitra RedDoorz. Tahun ini, ketahanan RedDoorz dibuktikan dengan kegigihan bisnis RedDoorz di tengah tantangan signifikan pandemi Covid-19. RedDoorz berhasil bertahan dalam bisnisnya dan terus berkembang seiring dengan industri pariwisata global.

Dalam kolaborasi kami, RedDoorz menjamin transparansi dan kontrak yang jelas dengan seluruh pemilik properti. Setiap properti memiliki kebijakan yang mengatur ketersediaan. Berkat kepercayaan dan komitmen mereka terhadap RedDoorz, banyak properti yang setuju untuk mengikuti model bisnis kami, yang membuatnya sangat mudah dari sudut pandang operasional. RedDoorz menghadirkan beragam metode pembayaran untuk meningkatkan kenyamanan bagi seluruh konsumen. Selain itu, RedDoorz memiliki program loyalitas, promosi pemasaran, dan layanan pelanggan 24 jam yang selalu tersedia untuk menjawab pertanyaan pelanggan dan mitra RedDoorz (RedDoorz, 2023).

1.1.2 Perjalanan RedDoorz

Model bisnis Reddoorz sebenarnya terinspirasi dari OYO *rooms*, penyedia hotel budget terbesar di India. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 2012 dan dianggap sebagai salah satu yang terbesar. OYO mengelola 200 kota di India dan Malaysia dan mengoperasikan 700.000 kamar hotel. Negara pertama yang dikunjungi OYO Rooms awal tahun lalu adalah Malaysia.

Persaingan antara operator hotel budget dan penyedia agen perjalanan online (OTA) di India sangat ketat. Pasalnya, para pemain OTA memberikan diskon luar biasa kepada mitranya sekitar 30-40% dari harga tiket. Kendati demikian, Saberwal percaya pasar hotel budget di Asia sangat terfragmentasi dan cukup besar, sehingga konsep "*the winner takes all*" tidak berlaku untuk bisnis ini. "Ini bukan kompetisi antara Uber dengan Lyft. Lihat jaringan hotel yang ada sekarang, seperti Accor, Marriott, dan Hilton, perbedaannya adalah kami itu *tech-enabled*". Terlebih domisili Saberwal di Singapura, dia melihat adanya potensi yang besar untuk mengembangkan bisnis hotel budget di Indonesia dan Asia Tenggara.

Reddoorz menganut model bisnis bekerja sama dengan properti yang bersifat kecil dan independen, misalnya Ibis dan *Holiday Inn Express*, yang memiliki standar penginapan. Jumlah kamar yang diakuisisi tergantung kesepakatan kedua belah pihak. Hotel juga diharuskan menyediakan layanan 24 jam, dan RedDoorz memiliki program *poin Coinbase* yang disebut RedCash (Yusra, 2023)

1.1.3 Logo RedDoorz



Gambar 1.1 Logo RedDoorz

Sumber : <https://www.reddoorz.com/id-id>

Pada logo RedDoorz memiliki warna yang dominan merah yang memiliki makna gairah, keberanian, kekuatan serta kegembiraan untuk melakukan sesuatu kegiatan. Hal

ini memiliki arti yang sama seperti seseorang yang ini mendapat kegembiraan saat melakukan perjalanan dan mendapatkan tempat penginapan yang nyaman sehingga membuat seseorang merasa Bahagia saat liburan.

1.1.4 Visi dan Misi RedDoorz

Visi RedDoorz:

“Mempermudah usaha penginapan melakukan penjualan secara online dan membantu traveller melakukan reservasi.”

Misi RedDoorz:

- Mengembangkan dan membantu penginapan dan melakukan penjualan secara *online*.
- Mempermudah penjualan kamar di bawah merk RedDoorz.
- Membantu penginapan untuk menjalankan fungsi operasional.
- Berusaha menjadi yang terbaik bagi pelanggan.

1.1.5 Fitur Yang Disediakan RedDoorz

Pada aplikasi RedDoorz telah disediakan berbagai macam fitur yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tidak hanya menyediakan jasa pelayanan penginapan hotel, RedDoorz juga menyediakan jasa pelayanan sewa apartemen hingga rumah kost dimana mereka bisa memilih kebutuhan sesuai apa saja yang di inginkan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Panorama Group Brand & Communications AB Sadewa, *Vice President Brand and Communications AB*, mengatakan prioritas masyarakat terhadap pariwisata meningkat selama lima tahun terakhir. Pariwisata dipandang sebagai suatu kebutuhan, bukan sekedar aspirasi. Ada dua hal penyebab utamanya yaitu adalah peningkatan kelas menengah ekonomi dan sosial serta digitalisasi. Banyak masyarakat yang berada dikelas menengah yang kini sudah tidak lagi memikirkan hanya tentang produk konsumsi. Setelah mereka dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka seperti rumah dan kendaraan pribadi, banyak orang yang mulai fokus pada pencapaian aktualisasi diri yang bisa mereka dapatkan dengan cara melakukan wisata ke suatu daerah. Namun, Sadewa mengatakan kebutuhan akan waktu luang rata-rata tidak ada pada kelompok

demografi tertentu. Setiap golongan menjadikan pariwisata sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Namun perbedaannya terletak pada tujuan perjalanan dan tujuan wisatanya. Masyarakat menengah ke bawah cenderung memilih destinasi domestik yang jaraknya dekat. Saat ini, kelas menengah biasanya melakukan perjalanan jauh ke dalam kota dan antar kota, yaitu ke Bali dan Lombok, sedangkan untuk kelas menengah keatas banyak yang melakukan perjalanan ke luar negeri seperti Singapura. Banyak masyarakat yang saat ini telah mengaitkan dengan melakukan kegiatan berwisata dapan menumbuhkan rasa kepercayaan diri mereka. Karena dengan melakukan perjalanan mereka bisa mendapatkan pengalaman baru dalam hidupnya (Pryanka, 2019).

Kemudian ditambah dengan seiringnya program pemerintahan yang ingin meningkat sektor pariwisata di Indonesia membuat tiap tahun jumlah orang yang melakukan perjalanan semakin meningkat. Dengan dicabutnya kebijakan pemerintah terhadap Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) setelah situasi Covid-19 telah meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan kegiatan perjalanan wisata. Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi kreatif juga mengatakan bahwa peningkatan sektor pariwisata dapat dilihat sejak Januari 2022 dengan mengalami peningkatan sebanyak 152% dibandingkan pada Januari 2021. Sandiaga Uno juga menargetkan kedatangan wisatawan mancanegara pada 2023 harus bisa mencapai hingga 7,4 juta wisatawan (Hutauruk, 2023).

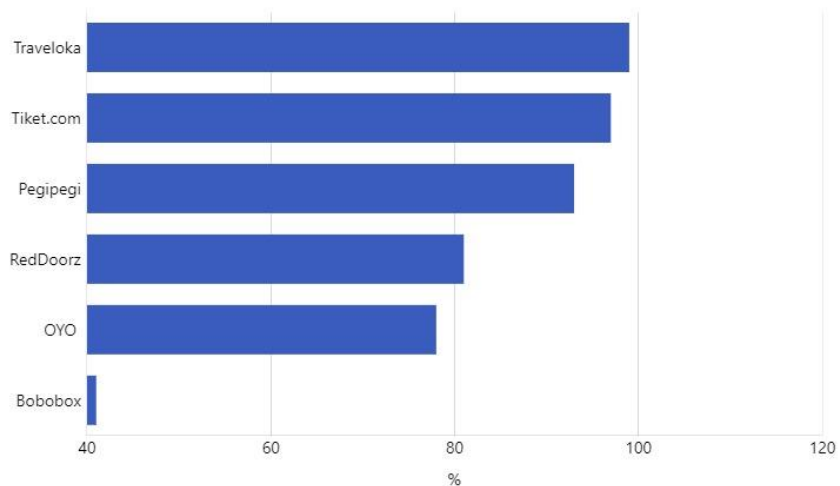
Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan asing pada bulan Januari hingga Juli 2023 mencapai 6.31 juta, meningkat sebesar 196,85% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya yaitu hanya sebesar 2.12 juta kunjungan. Mayoritas wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia pada Juli 2023 atau sebanyak 821,26 ribu orang menggunakan transportasi udara. Jumlah tersebut setara dengan 73,13% dari total jumlah wisatawan asing pada bulan ini. Kemudian ada 124,22 ribu kunjungan wisatawan asing melalui moda angkutan laut (11,06%), dan moda angkutan darat 21,11 ribu kunjungan (1,88%). Sementara, kunjungan wisatawan asing ke Indonesia yang melalui pintu perbatasan sebanyak 156,34 ribu kunjungan (13,92%) (Annur, 2023).

Selain itu perkembangan teknologi juga menjadi faktor penting yang memberikan dampak yang sangat besar dalam industri pariwisata. Dimana teknologi telah berkembang pesat serta membawa banyak sekali perubahan dan inovasi dalam cara wisatawan melakukan perjalanan dan menjelajahi dunia. Tahapan penggunaan

teknologi dalam melakukan perjalanan pariwisata antara lain Perencanaan (*Planning*) *online reservation*, dalam perjalanan (*On The Road*), dan setelah perjalanan (*Post-Trip*) *Sharing is Living*. Tahap Perencanaan (*Planning*) *online reservation* adalah dimana seseorang yang akan melakukan perjalanan mereka akan melakukan pemesanan tiket perjalanan hingga penginapan yang mana mayoritas sudah dilakukan secara *online reservation*. Adanya aplikasi dapat memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan sehingga aplikasi pariwisata diminati oleh banyak masyarakat. Kemudian tahapan berikutnya *On The Road* yaitu dimana hadirnya perkembangan teknologi menjadi pemandu terbaik saat akan melakukan kegiatan perjalanan. Dimana pengguna aplikasi bisa mendapatkan banyak informasi dengan menggunakan *smartphone* yang dimiliki. Tahap yang terakhir adalah setelah perjalanan (*Post trip*) *Sharing is Living* yaitu dengan banyaknya media sosial saat ini merubah gaya hidup orang-orang ini dimana banyak orang yang akan memposting kegiatan mereka saat melakukan liburan (Rizkinaswara, 2019).

Salah satu yang dibutuhkan oleh para pengunjung atau wisatawan saat melakukan perjalanan adalah sebuah penginapan. Tentu saja orang-orang yang ingin mencari penginapan mereka membutuhkan informasi mengenai ketersediaan kamar, harga yang disewakan, serta penilaian seseorang terhadap suatu hotel. Dengan perkembangan teknologi pariwisata di industri pariwisata maka pengguna aplikasi akan mempermudah seseorang dalam mencari penginapan karena banyak pengunjung atau wisatawan dari luar daerah yang biasa berlibur hingga beberapa hari. Oleh sebab itu munculah berbagai macam aplikasi *Online Travel Agent* seperti RedDoorz, Oyo, dan Airbnb.

RedDoorz merupakan jaringan penginapan *budget online* terbesar di Indonesia. Berfokus pada perkembangan penginapan dan distribusi penjualan secara *online*. RedDoorz akan memilih properti yang berpotensi untuk bekerja sama secara langsung dan terikat komitmen dengan *brand* RedDoorz. Dengan adanya aplikasi *booking hotel online* saat ini orang dapat melihat *review* hotel secara *online*. Dalam penggunaannya juga aplikasi tersebut harus membuat konsumen merasa nyaman saat memakai aplikasi tersebut. Selain itu RedDoorz sendiri menjadi salah satu *Agent Travel Online (ATO)* yang telah tersebar di beberapa negara seperti Filipina, Malaysia, Singapura, Vietnam, dan Indonesia (RedDoorz, 2023).



Gambar 1.2 Data Penggunaan RedDoorz

Aplikasi RedDoorz juga menjadi salah satu aplikasi yang lebih sering dipilih oleh orang-orang dalam melakukan perjalanan mereka. Hal ini terbukti dengan adanya hasil survei laporan *DailySocial* yang bertajuk “*Startup Report 2021-2022*” yang menyatakan bahwa sebanyak 81% responden menyatakan paling sering menggunakan aplikasi RedDoorz pada tahun 2022. Adapun hasil survei ini dilakukan kepada 890 responden di Indonesia dengan kriteria responden berusia antara 18-35 tahun dan mayoritas berada di pulau Jawa ((Annur, 2022)

Pada aplikasi RedDoorz tersedia beberapa layanan yang dapat para digunakan oleh para penggunanya seperti mencari lokasi hotel yang terdekat dengan tempat tujuan yang ingin mereka kunjungi, memilih hotel sesuai dengan *rating* dan *budget* yang mereka miliki, melihat, melihat fasilitas yang disediakan pada tempat penginapan yang ada, serta layanan *booking online* yang mudah dan praktis. Tidak hanya menyediakan jasa pemesan hotel secara *online*, RedDoorz juga menyediakan fitur jasa pencarian sewa apartemen dan rumah kos-kosan yang dapat pengguna gunakan bagi mereka yang akan melakukan perjalanan dengan waktu yang cukup lama. Yang mana fitur tersebut sangat cocok bagi para pengunjung yang sedang melakukan dinas di luar kota, harga yang ditawarkan pada aplikasi ini juga akan sangat murah meriah dibandingkan dengan aplikasi lainnya. Kemudian tersedia fitur pelayanan *customer service* 24 jam yang siap melayani penggunanya kapan saja jika ingin melakukan pembatalan pemesanan atau mengganti jadwal yang mereka inginkan.

Dengan ketatnya persaingan RedDoorz dengan aplikasi *Agent Travel Online* maka dari itu dibutuhkanlah inovasi yang dapat mempertahankan konsumen mereka

agar tetap terjaga dan berikutnya adalah agar terbentuk *Mobile App Loyalty*. Menurut Vayghan et al., (2022) bagi *Agent Travel Online (OTA)*, *Mobile App Loyalty* adalah hal yang sangat penting untuk dijadikan perhatian. Dalam membangun *Mobile App Loyalty*, RedDoorz merancang beberapa strategi salah satunya adalah menghadirkan program *Red Club* dimana program ini merupakan bentuk dari sistem *loyalty* yang disediakan oleh RedDoorz. Setiap *member Red Club* bisa mendapatkan keuntungan eksklusif sesuai dengan tingkatan level yang telah mereka capai. program ini adalah sebuah program *loyalty* terbaru yang memudahkan konsumen dalam mendapatkan diskon, kode voucher maupun promo menginap gratis dari RedDoorz. Konsumen bisa *join RedClub* dengan membayar biaya tahunan sebesar Rp 125.000 untuk satu tahun. Selain itu, keuntungan sebagai anggota adalah konsumen akan menghemat sampai Rp 30.000 untuk satu malam. Jadi semua anggota akan dengan mudah mendapatkan kembali uang senilai Rp 125.000 setelah menginap selama 4 malam.



Gambar 1.3 Program *Loyalty* dari RedDoorz

Sumber: www.reddoorz.com

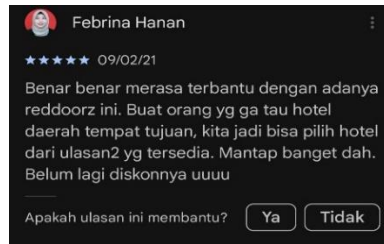
Menurut Vayghan et al., (2022) agar supaya terbentuk *Mobile App Loyalty*, maka *Agent Travel Online (OTA)* juga harus memperhatikan faktor *Mobile App Engagement*. *Mobile Engagement App* sangat dibutuhkan karena dapat membuat konsumen betah dalam menggunakan aplikasi. *Mobile App engagement* adalah keterlibatan aplikasi adalah interaksi antara pengguna dan aplikasi. Keterlibatan tersebut diukur dengan memeriksa beberapa *metrics* secara bersamaan untuk menghasilkan gambaran tentang bagaimana pengguna berinteraksi dengan suatu aplikasi.

RedDoorz menggunakan teknologi berbasis preferensi. Pencarian yang disediakan RedDoorz mengikuti pelanggan sepanjang aktivitas online mereka, dimana mereka akan sering memunculkan iklan promosi pada sosial media konsumen. Tidak ada alasan untuk mempertanyakan pertumbuhan RedDoorz. Sebagai *digital native*,

RedDoorz memiliki tulang punggung teknologi yang kuat. Terkait pemasaran digital, Sandy mengatakan mereka memiliki penempatan digital yang beragam, mulai dari media sosial hingga manajemen hubungan pelanggan (CRM), akses hingga optimasi mesin pencari (SEO). RedDoorz awalnya memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menyelesaikan proses pemesanan, menawarkan berbagai saluran pembayaran dan opsi. Anda dapat memesan akomodasi RedDoorz melalui situs web seluler kami (aplikasi, situs web), *agent travel online* (OTA) yang bekerja sama dengan RedDoorz, atau langsung dengan akomodasi RedDoorz. pelanggan memiliki akses ke berbagai pilihan pembayaran, mulai dari kartu debit dan kredit hingga dompet digital dan pembayaran tunai di tempat. Bahkan, anda bisa memesan secara *online* dan membayar secara *offline* di penginapan.

Kemudian berikutnya, untuk dapat terbentuk *Mobile App Engagement* maka pengguna aplikasi harus memiliki *value* yang dianut, salah satunya adalah *utilitarian value* (Vayghan et al., 2022). *Mobile App engagement* juga memiliki peran dalam menghubungkan (*mediasi*) antara *Utilitarian Value* dan *Mobile App Loyalty*. *Utilitarian value* adalah motivasi konsumen untuk membeli barang berdasarkan pada nilai efisiensi dan prestasi. Hal ini merujuk kepada bagaimana aplikasi tersebut dapat memberikan apa yang menjadi kebutuhan bagi para konsumen pada saat akan menggunakannya. *Utilitarian value* merupakan faktor yang berpengaruh terhadap niat perilaku pengguna untuk terlibat dalam teknologi. Ketika pengguna terlibat dengan aplikasi yang memenuhi kebutuhan pengguna maka pengguna akan termotivasi untuk terus menggunakan aplikasi. Aplikasi seluler pemesanan hotel memberi pengguna fitur unik yang tidak tersedia di saluran *online* lainnya dan meningkatkan pengalaman pemesanan dengan membuatnya lebih mudah dan cepat (Vayghan et al., 2022). Dengan adanya fitur unik yang meningkatkan pengalaman dan mempermudah pemesanan (*utilitarian value*) dapat menimbulkan loyalitas antara pengguna dan aplikasi melalui *mobile App engagement* dengan terlibat dalam penggunaan aplikasi untuk kebutuhan pengguna.

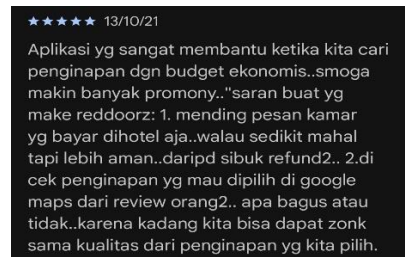
Utilitarian value dari pengguna aplikasi RedDoorz dapat terbentuk karena aplikasi ini dapat membantu pengguna dalam mencari penginapan dengan mudah dan cepat. Gambar 1.3 menunjukkan salah satu review bahwa konsumen merasa sangat senang karena RedDoorz telah mempermudah dalam memilih hotel sebagai tempat penginapan.



Gambar 1.4 Utilitarian Value

Sumber: Play Store, 2023

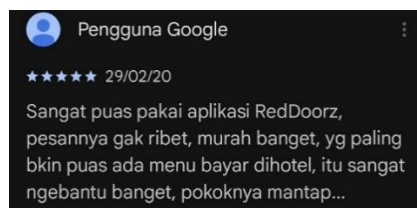
Berikutnya, tidak hanya memudahkan konsumen dalam mencari penginapan mereka, dengan melakukan pemesanan kamar melalui RedDoorz juga konsumen dapat menyesuaikan dengan *budget* yang mereka miliki karena harga yang ditawarkan dari aplikasi ini juga relative murah dan dengan fasilitas yang nyaman. Hal ini selaras dengan tujuan dari RedDoorz dimana mereka memiliki motto “liburan gak harus mahal”, Jadi orang tetap bisa melakukan liburan tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup besar.



Gambar 1.5 Review Konsumen

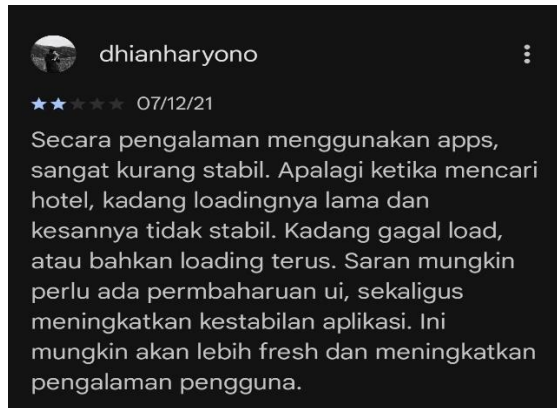
Sumber : Play Store, 2023

Pada aplikasi ini juga telah disediakan berbagai macam metode pembayaran yang bisa dilakukan oleh konsumen, mulai dari *M-Banking*, *E-wallet*, hingga bayar ditempat. Sehingga konsumen memiliki berbagai macam pilihan yang bisa mereka gunakan, terutama bagi para konsumen yang tidak memiliki *m-banking* atau *e-wallet* mereka tidak perlu khawatir karena mereka bisa melakukan pembayaran saat telah tiba di hotel.



Gambar 1.6 Metode Pembayaran

Sumber : Play Store, 2023



Gambar 1.7 Review Ketidakpuasan

Sumber : Play Store, 2023

Akan tetapi masih terdapat beberapa orang yang kurang puas dengan jasa yang disediakan oleh aplikasi RedDoorz. Karena masih terdapat beberapa performa yang diberikan pada aplikasi RedDoorz masih belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari penilaian review yang diberikan para pengguna pada aplikasi tersebut di *google playstore*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Utilitarian Value* terhadap *Mobile App Loyalty* melalui *Mobile App Engagement* (Studi pada pengguna RedDoorz di Indonesia)”.

1.2.1 Rumusan masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah penelitian diatas maka perumusan masalah terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana *Utilitarian Value*, *Mobile App Engagement* dan *Mobile App Loyalty* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- b. Seberapa besar pengaruh *Utilitarian Value*, terhadap *Mobile App Engagement* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- c. Seberapa besar pengaruh *Mobile App Engagement* terhadap *Mobile App Loyalty* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- d. Seberapa besar pengaruh *Utilitarian Value* terhadap *Mobile App Loyalty* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- e. Seberapa besar pengaruh *Utilitarian Value*, terhadap *Mobile App Loyalty* dengan melalui *Mobile App Engagement* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?

1.2.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana *Utilitarian Value*, *Mobile App Engagement* dan *Mobile App Loyalty* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Utilitarian Value*, terhadap *Mobile App Engagement* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Mobile App Engagement* terhadap *Mobile App Loyalty* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Utilitarian Value* terhadap *Mobile App Loyalty* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?
- e. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Utilitarian Value*, terhadap *Mobile App Loyalty* dengan melalui *Mobile App Engagement* pada para pengguna aplikasi RedDoorz?

1.2.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian maka kegunaan penelitian penulis melakukan penelitian ini adalah:

a. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini dapat memperkaya dan melengkapi wawasan keilmuan dalam industri penginapan khususnya pada aplikasi RedDoorz dan dapat menjadi referensi serta masukan terhadap inovasi dalam bidang pemasaran dan juga dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bagi RedDoorz dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan mengenai seberapa besar Pengaruh *Engagement App* dalam penggunaan aplikasi RedDoorz.

1.2.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat tentang isi penelitian. Isi bab ini meliputi: objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah Penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan Sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat rangkuman secara jelas, ringkas, dan padat tentang hasil tinjauan Pustaka terkait dengan topik dan variabel penelitian yang dijadikan sebagai dasar/ Rujukan dalam penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian. Tinjauan pustaka harus merujuk pada teori-teori yang sudah baku yang dimuat dalam Buku teks yang dipublikasikan. Rangkuman teori dapat merujuk pada artikel dalam jurnal bereputasi (baik jurnal Nasional maupun jurnal internasional).

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk Mengumpulkan dan menganalisis data. Teknik analisis data harus relevan dengan Masalah penelitian

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan harus diuraikan secara sistematis sesuai dengan Identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Dalam pembahasan hasil pengolahan data, Cakupan penelitian dan batasan 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 jawaban Terhadap pertanyaan penelitian. Kesimpulan penelitian ditulis secara berurutan sesuai Masalah dan pertanyaan penelitian. Saran merupakan masukan yang diberikan oleh peneliti berkaitan dengan hasil Penelitian. Saran ditujukan kepada perusahaan/masyarakat tempat penelitian sebagai Upaya alternatif pemecahan masalah. Saran juga ditujukan untuk pengembangan Pengetahuan dan penelitian selanjutnya.