

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang terletak di Pulau Jawa, tepatnya di wilayah Jawa Barat. Kota Bandung juga merupakan ibukota dari Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat. Menurut *Website Resmi Kota Bandung* (2024), Kota Bandung terletak diantara $107^{\circ}36'$ Bujur Timur dan $6^{\circ} 55'$ Lintang Selatan, dan secara topografis Kota Bandung terletak pada ketinggian 700 meter di atas permukaan laut, dengan titik terendah di sebelah Selatan setinggi 666 meter di atas permukaan laut dan titik tertinggi di daerah Utara setinggi 892 meter di atas permukaan laut. Menurut Pemerintah Kota Bandung (2023), wilayah administrasi Kota Bandung terbagi menjadi 30 kecamatan dan 151 kelurahan dengan total luas wilayah Kota Bandung menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2024) mencapai 167,31 km². Berikut ini merupakan lambang dari Kota Bandung yang dijelaskan oleh *Website Resmi Kota Bandung* (2024) yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kota Besar Bandung pada tahun 1953 tertanggal 8 Juni 1953, yang diizinkan dengan Keputusan Presiden tertanggal 28 april 1953 No. 104 dan diundangkan dalam Berita Provinsi Jawa Barat tertanggal 28 Agustus 1954 No. 4 lampiran No. 6.



Gambar 1.1 Lambang Kota Bandung

Sumber: Website Resmi Kota Bandung (2024)

Sysadmin (2021) menyebutkan bahwa Visi dari Kota Bandung adalah “Terwujudnya Kota Bandung yang Unggul, Nyaman, Sejahtera dan Agamis”. Visi tersebut didukung oleh beberapa misi, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Membangun Masyarakat yang Humanis, Agamis, Berkualitas dan Berdaya Saing
2. Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Efektif, Efisien, Bersih, dan Melayani
3. Membangun Perekonomian yang Mandiri, Kokoh, dan Berkeadilan
4. Mewujudkan Bandung Nyaman Melalui Perencanaan Tata Ruang, Pembangunan Infrastruktur, serta Pengendalian Pemanfaatan Ruang yang Berkualitas dan Berwawasan Lingkungan
5. Mengembangkan Pembiayaan Kota yang Partisipatif, Kolaboratif, dan Terintegrasi

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2024), jumlah penduduk hasil proyeksi interim menurut jenis kelamin di Kota Bandung pada tahun 2023 mencapai sebanyak 2.469.589 jiwa. Nilai tersebut meningkat daripada tahun sebelumnya dimana pada tahun 2022 jumlah penduduk di Kota Bandung adalah sebanyak 2.461.553 jiwa. Pada tahun 2023, dari sekitar 2,4 juta penduduk tersebut, sebanyak 1.242.674 jiwa diantaranya adalah laki-laki dan 1.226.915 jiwa lainnya adalah Perempuan (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2024). Menurut Yepro (2024), Generasi Y atau Milenial adalah mereka yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996 (berusia 28-43 tahun pada 2024) dan Generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 (berusia 12-27 tahun pada 2024). Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2024) menjelaskan bahwa jumlah penduduk milenial (berusia 27-42 tahun pada 2023) di Kota Bandung adalah sebanyak 618.870 jiwa. Sedangkan jumlah penduduk Gen Z (berusia 11-26 tahun pada 2023) adalah sebanyak 634.577 jiwa.

Hutauruk (2024) memaparkan bahwa Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat total aset perbankan syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan sebagaimana pada akhir 2023, nilai aset Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) mencapai Rp 868,98 triliun, yang meningkat sebesar 11,1%

secara tahunan (*yoy/year on year*). Khadafi (2024) menyebutkan bahwa terdapat 10 bank syariah terbesar di Indonesia, diantaranya adalah (1) PT Bank Syariah Indonesia Tbk, (2) PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, (3) PT Bank CIMB Niaga Tbk (unit usaha syariah), (4) PT Bank Tabungan Negara Tbk (unit usaha syariah), (5) PT Bank Maybank Indonesia Tbk (unit usaha syariah), (6) PT Bank Permata Tbk (unit usaha syariah), (7) PT Bank Riau Kepri Syariah, (8) PT Bank Aceh Syariah, (9) PT Bank BTPN Syariah Tbk, dan (10) PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk. Penerapan *FinTech* dalam perbankan syariah saat ini mulai meluas, sebagaimana yang dijelaskan oleh CIMB Niaga bahwa *FinTech* Syariah di Indonesia terus berkembang dan melahirkan beberapa jenis layanan, diantaranya adalah sistem pembayaran digital syariah, *crowdfunding* syariah, dan *peer-to-peer lending* syariah. Namun, dalam penelitian ini, penelitian difokuskan hanya untuk meneliti layanan *FinTech* Syariah berupa sistem pembayaran digital syariah yang memfasilitasi transaksi non-tunai sesuai dengan prinsip-prinsip syariah saja. Ruang lingkup atau permasalahan dalam penelitian ini hanya dibatasi pada nasabah Bank Syariah Generasi Milenial dan Z di Kota Bandung dan membatasi permasalahan pada sudut pandang nasabah Bank Syariah di Kota Bandung untuk mengadopsi layanan *FinTech* syariah saja.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya era digitalisasi yang pesat, *Financial Technology* atau yang biasa dikenal sebagai *FinTech* telah menjadi salah satu inovasi utama yang memengaruhi perilaku keuangan masyarakat. *FinTech* adalah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang pada akhirnya mengubah model bisnis menjadi moderat, yang semulanya konvensional. *FinTech* mengubah cara pembayaran yang awalnya harus dilakukan secara tatap muka dan membawa sejumlah uang *cash*, kini transaksi dapat dilakukan jarak jauh dengan melakukan pembayaran dalam hitungan detik saja (Departemen Komunikasi Bank Indonesia, 2018).

Menurut Asosiasi *FinTech* Pendanaan Bersama Indonesia (2024), pada tahun 2014 perkembangan *FinTech* di Indonesia mulai mengalami peningkatan

yang dilihat dari penggunaannya yang mencapai Rp 6.447 triliun atau naik sebanyak 17,32% dari tahun sebelumnya. Sistem pembayaran *online* berbasis digital mulai digunakan pada tahun 2015, memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang membutuhkan mobilitas tinggi. Kemajuan teknologi dan tuntutan konsumen yang terus berkembang telah mengubah pandangan tentang persaingan global, diantaranya pada penggunaan sistem *online* sebagai alat digital yang inovatif membantu bisnis menavigasi dan mengurangi tekanan persaingan (Wahyuningtyas, Disastra, & Rismayani, 2023). Di tahun berikutnya, mulai bermunculan perusahaan-perusahaan *FinTech* yang didukung penggunaan internet di Indonesia yang melesat. Santoso et al. (2021) mengatakan bahwa inklusi keuangan dapat berdampak memberikan ruang yang lebih luas bagi masyarakat, sehingga dapat meningkatkan akses terhadap layanan keuangan dengan mengubah komposisi sistem keuangan, seperti transaksi, layanan, dan *access point* yang tersedia, sehingga mengurangi ketimpangan ekonomi masyarakat.

Dasar hukum penyelenggaraan *FinTech* di Indonesia untuk sistem pembayaran dijelaskan oleh Departemen Komunikasi Bank Indonesia (2018) dengan menyebutkan tiga dasar hukum, yaitu Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik, Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital. Financial Stability Board (FSB) dalam Franedy & Bosnia (2018) menjelaskan *FinTech* berdasarkan jenis inovasi terbagi dalam empat kategori, yaitu (1) *payment, clearing* dan *settlement*, (2) *e-aggregator*, (3) manajemen risiko dan investasi, dan (4) *peer-to-peer (P2P) lending*. Di Indonesia, pelaku industri *FinTech* didominasi oleh segmen *payment* sebesar 43%, segmen pinjaman 17%, dan sisanya dalam bentuk *crowdfunding*, agregator, dan lain-lain (Asosiasi *FinTech* Pendanaan Bersama Indonesia, 2024).

Tahun 2022, pesatnya pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia tercatat sebagai yang tertinggi di Asia Tenggara, dengan nilai sebesar US\$77 miliar atau sekitar Rp1.155 triliun (kurs Rp15.000) (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Menurut Asosiasi *FinTech* Indonesia dalam Otoritas Jasa Keuangan (2023), tiga besar

pangsa pasar pelaku *FinTech* adalah Jakarta dengan nilai sebesar 88%, diikuti dengan Bandung sebesar 29,3%, dan Surabaya sebesar 28%. Pesatnya pertumbuhan teknologi yang sangat cepat tersebut tidak hanya berpengaruh pada industri perbankan konvensional saja, melainkan sektor perbankan syariah pun turut ikut berkembang pesat. Hasan (2023) menyebutkan bahwa popularitas keuangan syariah sedang meningkat, termasuk di dalamnya industri perbankan, pendanaan, dan asuransi yang telah tumbuh 3% pada tingkat *annual rate* sejak tahun 2017 dan pada 2024 diperkirakan akan melebihi angka \$3,69 triliun. Otoritas Jasa Keuangan (2023) juga menyebutkan bahwa pada triwulan I 2023, nilai pembiayaan bank umum syariah adalah sebesar Rp503,95 miliar yang naik sebesar 2,23% dibandingkan dengan triwulan I 2022. *Team Head Bank Indonesia FinTech Office* Yosamartha dalam Devega (2017) menyebutkan bahwa dengan meluasnya peran *FinTech* dalam sistem keuangan, dapat mendorong potensinya untuk menaikkan efisiensi dan keuangan inklusif, yang mana hal tersebut bisa memajukan pertumbuhan ekonomi serta mengubah lanskap sistem keuangan. Namun, Amanda (2023) menjelaskan bahwa bank konvensional yang digunakan di kalangan masyarakat lebih banyak jika dibandingkan dengan bank digital, dengan persentase yang mendominasi, yaitu sebesar 51 persen. Kendati demikian, sejumlah bank syariah terus berupaya mendorong pertumbuhan transaksi digital melalui berbagai fitur yang dirasa menarik untuk konsumen (Sinambela, 2024).

Di Indonesia, peluang ekonomi syariah sangat besar, sebagaimana yang disebutkan oleh *World Population Review* (2021) bahwa Indonesia adalah suatu negara dengan penduduk muslim tertinggi dengan jumlah lebih dari 231 juta jiwa. Di sisi lain, jumlah penduduk yang menganut Agama Islam di Kota Bandung pada tahun 2019 sebagaimana disebutkan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2020) adalah sebanyak 1.731.636 jiwa. Jumlah yang sangat besar tersebut tentu saja mendominasi total keseluruhan penduduk Kota Bandung di angka 2.469.589 jiwa. Dengan tingginya angka tersebut, tentu saja memengaruhi perhatian masyarakat terhadap penggunaan layanan berbasis syariah di kehidupan sehari-hari, khususnya sistem *digital payment* berbasis syariah yang diperlukan untuk mengakomodasi keperluan masyarakat muslim di Indonesia yang berjumlah sekitar

85% dari keseluruhan populasi di Indonesia (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2019).

Menurut Yeptro (2024), Generasi Y atau Milenial adalah kelompok yang lahir pada rentang tahun 1981 hingga 1996 (berusia 28-43 tahun pada 2024) dan Generasi Z adalah kelompok yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 (berusia 12-27 tahun pada 2024). Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2024) mengatakan bahwa jumlah penduduk hasil proyeksi interim menurut jenis kelamin di Kota Bandung pada tahun 2023 mencapai sebanyak 2.469.589 jiwa. Jumlah penduduk milenial (berusia 27-42 tahun pada 2023) di Kota Bandung adalah sebanyak 618.870 jiwa. Sedangkan jumlah penduduk Gen Z (berusia 11-26 tahun pada 2023) adalah sebanyak 634.577 jiwa (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2024). Dengan angka tersebut, dapat diketahui bahwa sekitar 50% dari penduduk di Kota Bandung merupakan Milenial dan Gen Z.

Oladapo et.al. (2022) menjelaskan bahwa niat nasabah bank syariah untuk mengadopsi layanan *FinTech* dipengaruhi oleh sikap, pengetahuan, norma subjektif, dan kesadaran. Sedangkan dalam Zakariyah et al (2023) disebutkan bahwa faktor kesadaran tidak terlalu memengaruhi adopsi *FinTech* secara signifikan. Ali et al. (2021) menyebutkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan yang kuat antara kepercayaan dan niat mengadopsi *FinTech* syariah. Dalam penelitian Alsmadi (2024), kepercayaan juga diidentifikasi sebagai salah satu faktor penentu yang penting dalam membentuk keputusan seseorang dalam mengadopsi *FinTech* syariah. Selain itu, Rahim et al. (2023) menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi berhubungan positif signifikan dengan adopsi pengguna terhadap adopsi *FinTech* syariah. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Xie et al. (2021), kondisi yang memfasilitasi tidak memengaruhi niat adopsi individu. Dalam Narayan & Phan (2019), dijelaskan bahwa sebagian besar penelitian mengenai perbankan dan keuangan syariah berfokus pada kinerja bank syariah dengan nilai persentase sebesar 44%, diikuti dengan kinerja pasar ekuitas sebesar 24% dan harga aset dan interaksi pasar pada persentase antara 7-13%, serta topik penelitian terkait pasar obligasi syariah menduduki posisi paling tidak populer. Dari hasil tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-

faktor apa saja yang memengaruhi nasabah bank syariah terhadap niat adopsi layanan *FinTech* pada layanan perbankan yang difokuskan pada konsumen generasi milenial dan generasi z.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian-penelitian sebelumnya, dan data yang dikumpulkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh sikap, norma subjektif, kesadaran, pengetahuan, kepercayaan, serta kondisi yang memfasilitasi generasi milenial dan z terhadap adopsi layanan *FinTech* dalam sektor perbankan syariah. Maka dari itu, judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kesadaran, Pengetahuan, dan Kepercayaan Generasi Milenial dan Z terhadap Adopsi Layanan *FinTech* dalam Sektor Perbankan Syariah dengan Kondisi yang Memfasilitasi sebagai Variabel Moderasi”**

1.3. Perumusan Masalah

Profil demografi Kota Bandung menunjukkan bahwa sekitar 1,7 juta penduduknya beragama Islam Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2020), dengan proporsi Generasi Milenial (usia 27-42 tahun) dan Generasi Z (usia 11-26 tahun) yang mendominasi, yaitu sekitar 1,2 juta penduduk (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2024). Kelompok Milenial dan Gen Z ini dianggap lebih melek terhadap teknologi yang ada (Fadilah, 2023), sebagaimana yang dikatakan oleh Fajra Octrina et al. (2023) bahwa Generasi Z adalah generasi yang mudah menyerap informasi. Generasi milenial dan z dikatakan harus lebih memahami terkait cara memiliki produk dan layanan jasa keuangan yang ditujukan untuk mengelola manajemen keuangannya (Aman pada Hutaeruk, 2023). Tingginya angka tersebut tentu memengaruhi perhatian masyarakat terhadap penggunaan layanan syariah sehari-hari. Terlepas dari banyaknya informasi *FinTech* yang tersedia di internet, tidak berarti bahwa konsumen memiliki pengetahuan yang cukup terkait informasi mengenai *FinTech*. Sikap skeptis terhadap risiko yang besar dan tidak terduga pada *FinTech* merupakan hambatan dalam memaksimalkan potensi *FinTech* itu sendiri (Darmansyah et al., 2021). Sebagaimana yang dijelaskan oleh Amanda (2023)

bahwa bank konvensional yang digunakan di kalangan masyarakat lebih banyak jika dibandingkan dengan bank digital.

Dalam Oladapo et.al. (2022) dijelaskan bahwa niat nasabah bank syariah untuk mengadopsi layanan *FinTech* dipengaruhi oleh sikap, pengetahuan, norma subjektif, dan kesadaran. Dalam penelitian Alsmadi (2024), kepercayaan diidentifikasi sebagai salah satu faktor penentu yang penting dalam membentuk keputusan seseorang dalam mengadopsi *FinTech* syariah. Selain itu, Rahim et al. (2023) menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi berhubungan positif signifikan dengan adopsi pengguna terhadap adopsi *FinTech* syariah. Berdasarkan fenomena yang dipaparkan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, kesadaran, pengetahuan, kepercayaan, dan kondisi yang memfasilitasi konsumen Generasi Milenial dan Z dalam niatnya untuk mengadopsi layanan *FinTech* pada perbankan syariah. Maka dari itu, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yang akan menjadi dasar serta batasan penelitian dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah sikap berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*?
3. Apakah kesadaran berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*?
4. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*?

6. Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*?
7. Apakah kondisi yang memfasilitasi secara signifikan memoderasi pengaruh sikap konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*?
8. Apakah kondisi yang memfasilitasi secara signifikan memoderasi pengaruh norma subjektif konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*?
9. Apakah kondisi yang memfasilitasi secara signifikan memoderasi pengaruh kesadaran konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*?
10. Apakah kondisi yang memfasilitasi secara signifikan memoderasi pengaruh pengetahuan konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*?
11. Apakah kondisi yang memfasilitasi secara signifikan memoderasi pengaruh kepercayaan konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, berikut ini merupakan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui:

1. Pengaruh sikap terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*.
2. Pengaruh norma subjektif terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*.
3. Pengaruh kesadaran terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*.
4. Pengaruh pengetahuan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*.

5. Pengaruh kepercayaan terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*.
6. Pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech*.
7. Pengaruh moderasi kondisi yang memfasilitasi terhadap sikap konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*.
8. Pengaruh moderasi kondisi yang memfasilitasi terhadap norma subjektif konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*.
9. Pengaruh moderasi kondisi yang memfasilitasi terhadap kesadaran konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*.
10. Pengaruh moderasi kondisi yang memfasilitasi terhadap pengetahuan konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*.
11. Pengaruh moderasi kondisi yang memfasilitasi terhadap kepercayaan konsumen perbankan syariah Generasi Milenial dan Gen Z di Kota Bandung dalam niat mengadopsi layanan *FinTech*.

1.5. Manfaat Penelitian

Berikut ini merupakan harapan manfaat penelitian dari hasil penelitian yang dilakukan.

1.5.1. Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pengetahuan dan informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan *FinTech* oleh Generasi Milenial dan Z dalam sektor perbankan syariah, khususnya terkait pengaruh sikap, norma subjektif, kesadaran, pengetahuan, kepercayaan, dan kondisi yang memfasilitasi kepada pembaca dan masyarakat. Penelitian ini juga

diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

1.5.2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan wawasan yang berharga bagi perusahaan layanan *FinTech* dan perbankan syariah dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Generasi Milenial dan Z. Penelitian ini juga diharapkan dapat menyumbangkan manfaat untuk para pembuat kebijakan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan *FinTech* oleh Generasi Milenial dan Z, sehingga dapat merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan relevan.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada penelitian ini, sistematika penulisan tugas akhir diuraikan menjadi sebagai berikut.

1.6.1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan terkait gambaran dari isi penelitian yang dilakukan secara umum, padat, dan ringkas. Bab ini mencakup gambaran umum dari objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

1.6.2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang dasar teori-teori yang digunakan sebagai pendukung penelitian ini, mulai dari teori umum hingga teori khusus, disertai penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya dilanjutkan dengan kerangka pemikiran, serta diakhiri dengan hipotesis penelitian.

1.6.3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai pendekatan, metode, dan teknik apa saja yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisis temuan yang dapat menjawab permasalahan dari penelitian ini. Bab ini mencakup penguraian mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data, serta uji hipotesis.

1.6.4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan tentang karakteristik responden penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan yang diterangkan secara terstruktur sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini. Pada bab ini terdapat tiga bagian utama. Bagian pertama menerangkan tentang hasil dari karakteristik responden penelitian. Bagian kedua menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang dilakukan. Bagian ketiga menjelaskan tentang pembahasan atau analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

1.6.5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian untuk peneliti selanjutnya.