



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini persaingan secara global akan semakin ketat di segala lini, termasuk dari segi sumber daya manusia. Faktor-faktor yang dapat menunjang kualitas sumber daya manusia menjadi hal penting yang diperhatikan untuk dapat bersaing di era globalisasi. Salah satu faktor yang dapat menunjang kinerja sumber daya manusia dalam era globalisasi adalah kesehatan. Karena faktor kesehatan itu pula, kini semakin banyak masyarakat di dunia yang mulai sadar dan mengubah kebiasaan dengan memperhatikan pola hidup seperti pola konsumsi makanan sehat agar dapat mengatasi masalah-masalah kesehatan. (“Survei: Konsumen Indonesia Lebih Sadar Pola Makan Sehat”, 2016).

Pola konsumsi makanan yang sehat sangat didukung pula dengan asupan makanan yang bergizi. Makanan yang dikonsumsi dapat mempengaruhi kondisi fisik setiap manusia. Sehingga masyarakat kini semakin sadar terhadap pentingnya kesehatan bagi tubuh. Hal ini juga mempengaruhi kebiasaan masyarakat di Indonesia yang mulai sadar terhadap pentingnya kesehatan dengan menjalani pola hidup sehat salah satunya dengan menjaga pola konsumsi makanan (Priherdityo, 2016). Makanan sehat yang dikonsumsi dapat meminimalisir seseorang untuk terkena berbagai penyakit, salah satu pendorong yang sejalan dengan pola konsumsi makanan sehat ini adalah kenyataan semakin banyaknya penyakit-

penyakit akibat pola hidup tidak sehat seperti obesitas, diabetes dan penyakit kardiovaskular (Priherdityo, 2016).

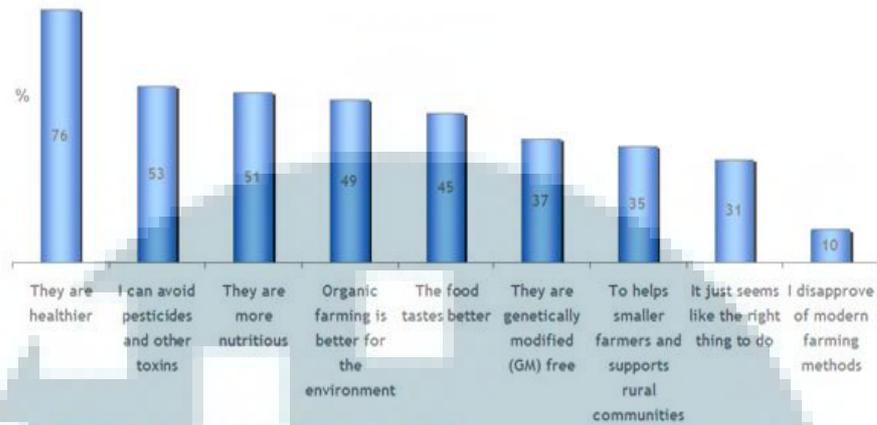
Masyarakat di perkotaan umumnya memiliki gaya hidup tidak teratur yang merupakan penyebab timbulnya berbagai penyakit (“Solusi Pola Hidup dan Makanan Tidak Teratur”, 2009). Padatnya aktivitas, pola hidup yang tidak teratur, ditambah polusi lingkungan mengharuskan masyarakat perkotaan berusaha lebih ekstra jika ingin tetap sehat dan bugar hingga masa tua nantinya. Tetapi saat ini, kian lama kesadaran masyarakat akan hidup sehat semakin tinggi (Cahyu, 2017). Pola hidup sehat mulai berkembang menjadi suatu tren gaya hidup yang digemari saat ini di dunia, khususnya masyarakat yang tinggal di perkotaan. Masyarakat mulai menjalani pola hidup sehat dengan melakukan olahraga dan juga mengkonsumsi makanan-makanan sehat yang terbuat dari bahan organik. Di tahun 2016, pasar organik menghasilkan hampir sebesar US\$ 80 miliar di dunia (Organicsnet, 2016 (dalam Toni et al., 2017)). Dalam beberapa tahun terakhir, konsumsi makanan organik telah meningkat, dan para ahli di lapangan meramalkan akan terjadi pertumbuhan yang lebih besar dalam beberapa tahun ke depan. (OTA, 2012).

Allen dan Albala (2007) dalam Nastase, Stoian, & Ion (2011) menjelaskan bahwa makanan berbahan dasar organik merupakan makanan yang menggunakan bahan pangan yang diproduksi dengan menggunakan metode pertanian organik, yang membatasi input sintetik modern seperti pestisida sintetik dan pupuk kimia. Bahan pangan organik juga tidak diproses menggunakan iradiasi, pelarut industri, atau bahan tambahan makanan kimiawi. Menurut Dias et al., (2015) bangkitnya

pasar untuk produk alami dan organik mengikuti tren global dari meningkatnya permintaan melalui penawaran yang lebih besar untuk kesehatan dan kesejahteraan. Terlebih lagi, adanya kekhawatiran yang besar terhadap penggunaan bahan kimia dan pestisida, yang memiliki konsekuensi terhadap kesehatan dan ekosistem alami. Sehingga masyarakat mulai beralih mengkonsumsi makanan organik (Dias et al. 2015).

Bagi masyarakat pada umumnya, makanan organik dianggap sebagai makanan yang memiliki harga yang kurang terjangkau, karena makanan sehat menggunakan bahan dasar organik yang pada umumnya memiliki harga yang lebih mahal daripada bahan-bahan non-organik. Tetapi bagi yang menerapkan pola hidup sehat, hal tersebut merupakan hal lumrah dan mereka tetap bersedia untuk membayar lebih untuk makanan sehat yang ingin dikonsumsinya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Nielsen menyatakan bahwa sebanyak 80 persen responden dari *Nielsen's New Global Health and Ingredient-Sentiment Survey*, hampir dua pertiga atau sebanyak 64 persen konsumen di dunia mengatakan bahwa mereka bersedia membayar lebih untuk makanan atau minuman yang mengandung bahan-bahan yang diinginkan sesuai dengan *concern* kesehatan mereka (Liliyah, 2016).

### I Purchase Organic Products Because: Global Average



Source: The Nielsen Company, Global Online Survey, Q1 2010

**Gambar 1.1 Alasan Membeli Produk Organik**

Sumber: Nielsen.com

Hasil dari survei yang dilakukan oleh Nielsen melalui *Global Online Survey* pada Gambar 1.1 menyatakan bahwa secara *global* masyarakat memilih produk organik dengan berbagai alasan yakni mereka percaya bahwa produk organik lebih sehat, bebas pestisida, lebih bergizi, ramah lingkungan, rasa yang lebih lezat, membantu petani-petani organik, hingga anti terhadap metode penanaman secara modern. Alasan terbanyak yang dipilih yaitu sebesar 76 persen responden menyatakan bersedia untuk membeli produk yang menggunakan bahan organik karena merasa bahwa bahan organik lebih sehat dibandingkan makanan dengan bahan non-organik. (“*Global Trends in Healthy Eating*”, 2010).

Tren pola hidup sehat ini pun berkembang pula di Indonesia. Masyarakat Indonesia khususnya masyarakat *professional* kalangan menengah ke atas yang tinggal di perkotaan seperti di ibukota Jakarta, kini lebih sadar untuk menerapkan

pola hidup sehat dalam kehidupan masa kini. Hal ini didukung pula oleh kondisi saat ini yakni pemerintah sedang gencar untuk mensosialisasikan mengenai pentingnya kesehatan. Pemerintah melalui Kementerian Kesehatan RI terus mengingatkan masyarakat untuk mengubah pola makan dengan selalu mengonsumsi makanan sehat dan mengetahui apa yang dikonsumsi (Ramadhan, 2017). Sosialisasi program pemerintah saat ini bertujuan untuk mengedukasi pentingnya pola hidup sehat lewat gerakan yang diinisiasikan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yaitu, Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas). Gerakan ini dilakukan secara sistematis dan terencana untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran, kemauan, dan kemampuan masyarakat untuk dapat menjaga kesehatan mereka (“Tingkatkan Kesehatan Masyarakat Melalui Germas”, 2016).



**Gambar 1.2 Peluncuran Gerakan Masyarakat Hidup Sehat**

Sumber: [depkes.go.id](http://depkes.go.id)

Dapat dilihat pula berdasarkan survei yang dilakukan *Jakarta Professional Health Index* pada tahun 2015 menyatakan bahwa sebesar 96 persen dari masyarakat di Jakarta yang berusia 25-40 tahun dengan status ekonomi A-B menyadari pentingnya pola hidup sehat. Mereka meyakini bahwa kesehatan berpengaruh terhadap performa pekerjaan mereka (Istihanah, 2015). Survei ini mempelajari pola aktivitas para *professional* di Jakarta serta persepsi mereka tentang hidup sehat. Survei tersebut melibatkan responden yang terdiri dari para *professional* yang tinggal di wilayah Jabodetabek dan beraktivitas di kota Jakarta. Kesadaran masyarakat terhadap kesehatan tersebut merupakan suatu hal positif dari perubahan yang terjadi saat ini. Dengan meningkatnya kesadaran terhadap kesehatan, konsumen di Indonesia khususnya di Jakarta saat ini mulai lebih selektif dalam memilih pola makanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kebanyakan masyarakat sudah mulai tertarik untuk mengonsumsi makanan sehat yang terbuat dari bahan-bahan organik, rendah lemak, serta rendah karbohidrat (Istihanah, 2015).

Selain makanan sehat, konsumen di Jakarta pun saat ini cenderung menginginkan makanan yang mudah dibuat, cepat dan harga yang terjangkau. Khususnya masyarakat *professional* yang tinggal di perkotaan saat ini yang menginginkan segala sesuatu yang cepat, praktis, instan dan nyaman (Pradpita, 2015) mengingat kondisi keadaan Jakarta yang semakin padat penduduknya, lalu lintas yang selalu padat setiap harinya membuat seseorang ingin serba cepat. Masyarakat umumnya banyak yang mengejar waktu di pagi hari untuk melakukan aktivitasnya setiap hari sehingga akhirnya memilih menu sarapan seadanya yang mudah untuk didapat atau bahkan melewati sarapan di pagi hari untuk menghemat

waktu. Seperti dengan mengkonsumsi salah satu makanan siap saji yang paling digemari di Indonesia yaitu mie instan. Menu makanan ini selalu menjadi andalan karena sangat praktis dan tidak perlu waktu lama untuk menyajikannya (SahabatNestle, n.d).

Mie instan merupakan makanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia sejak dahulu. Mie instan telah menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia sebagai pengganti makanan pokok Indonesia yaitu nasi di berbagai kalangan karena kepraktisannya. Kemudahan dalam membuat, praktis, cepat, serta rasa yang lezat membuat mie instan menjadi salah satu makanan favorit di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan data yang diterbitkan oleh *World Instant Noodles Association* (WINA) seperti pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Global Ranking for Instant Noodles**

*Global Ranking for Instant Noodles*

	Country/Region	Year		
		2014	2015	2016
1	China/Hong Kong	44,400	40,340	38,520
<b>2</b>	<b>Indonesia</b>	13,430	13,200	13,010
3	Japan	5,500	5,540	5,660
4	Vietnam	5,000	4,800	4,920
5	India	5,340	3,260	4,270
6	USA	4,280	4,210	4,100
7	Republic of Korea	3,590	3,650	3,830
8	Philippines	3,320	3,480	3,410
9	Thailand	3,070	3,070	3,360
10	Brazil	2,370	2,370	2,300

Sumber: diolah dari instantnoodles.org

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat terlihat bahwa Indonesia merupakan pangsa pasar mie instan yang besar di dunia. Indonesia menempati peringkat ke dua setelah China/Hong Kong sebagai negara dengan tingkat permintaan tertinggi terhadap mie instan secara global.

Dilihat berdasarkan faktor kesehatan, makanan cepat saji seperti mie instan sangat tidak dianjurkan apabila dikonsumsi secara rutin karena bahan-bahan yang terkandung di dalam mie instan tidak baik untuk kesehatan. Mie instan pada umumnya mengandung bahan pengawet, perasa, pewarna buatan, MSG (*monosodium glutamate*), serta HVP (*glutamate*). Kandungan MSG di dalam mie instan dapat memacu kerja sel syaraf yang dapat mengakibatkan kerusakan otak (Sadikin, 2016).



**Gambar 1.3 Bahaya Kandungan Mie Instan**

Sumber: tribunnews.com

Melihat kondisi tingginya permintaan terhadap mie instan di Indonesia, saat ini mulai bermunculan produsen-produsen yang menciptakan produk mie instan yang menggunakan kandungan bahan-bahan organik sehingga lebih aman untuk dikonsumsi secara rutin. Salah satunya adalah mie instan sehat yang diluncurkan oleh lemonilo.com. Lemonilo.com merupakan portal *marketplace* yang menjual produk-produk sehat berbahan dasar organik baik produk makanan, minuman, produk perawatan wajah, tubuh, serta perawatan rambut.



**Gambar 1.4 Tampilan Lemonilo.com**

Sumber: lemonilo.com

Mie instan sehat dari lemonilo.com ini terbuat dari bayam organik dan aneka bumbu pilihan. Proses dalam pembuatan mie instan ini tidak melalui proses penggorengan untuk membuat mie menjadi kaku dan kering ketika dikemas,

melainkan mie instan sehat dioven sehingga bebas akan lemak trans yang dapat membahayakan tubuh manusia. Selain itu, mie instan sehat ini rendah gluten, bebas MSG (*monosodium glutamate*) dan HVP (*glutamate*), serta bebas bahan 3P yaitu pengawet, perasa, dan pewarna buatan. Berbeda dengan makanan sehat pada umumnya yang memiliki rasa yang hambar, rasa Lemonilo Mie Instan Sehat ini lezat dan sangat mirip dengan mie instan pada umumnya yang digemari masyarakat Indonesia. Seperti *review* dari konsumen pada gambar 1.6.

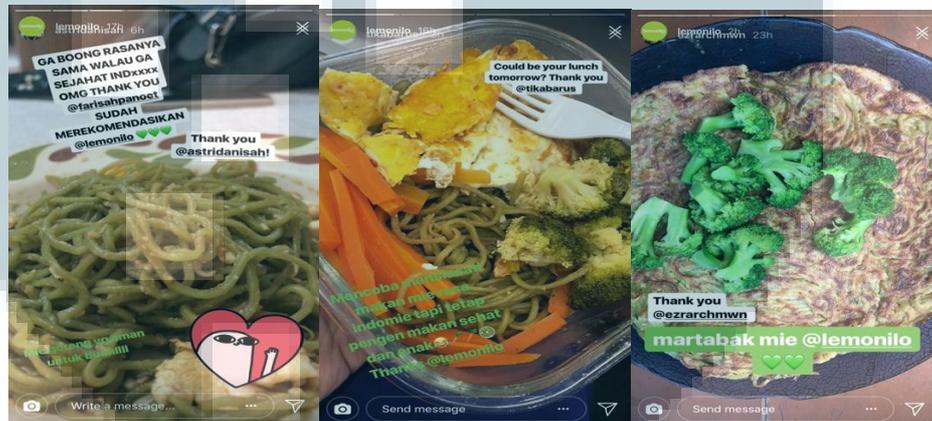


**Gambar 1.5 Review Lemonilo Mie Instan Sehat**

Sumber: [Instagram.com/lemonilo](https://www.instagram.com/lemonilo)

Sejak diluncurkan pada tanggal 11 September 2017, Lemonilo Mie Instan Sehat ini cukup banyak mendapat respon yang positif. Dapat dilihat dari banyaknya *review* positif dari konsumen yang telah mencoba dan kemudian mengunggah *review* melalui media sosial Instagram pribadi konsumen. Tetapi, terdapat pula *review* dari konsumen yang merasa tidak puas dengan Lemonilo Mie Instan Sehat.

Dari konsumen yang telah mencoba mengkonsumsi dan puas dengan Lemonilo Mie Instan Sehat sebagian besar melakukan *repeat purchase*. Dari keunggulan yang diberikan oleh Lemonilo Mie Instan Sehat serta yang dirasakan oleh konsumen Lemonilo Mie Instan Sehat melalui *review* yang diberikan, menciptakan adanya minat membeli kembali (*repurchase intention*) dari konsumen. Karena adanya *repurchase intention* mencerminkan kepuasan dari pelanggan atas performa atau kualitas pelayanan yang diberikan melebihi ekspektasi konsumen terhadap suatu produk. (Hellier, Geursen, Carr, (2003)).



**Gambar 1.6 Review Konsumen Lemonilo Mie Instan Sehat**

Sumber: Instagram.com

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat saat ini, manusia cenderung menginginkan sesuatu yang mudah dan cepat karena waktu menjadi sangat berharga. Kebutuhan terhadap segala sesuatu yang praktis pada masa kini menyebabkan munculnya berbagai portal yang menyediakan berbagai kebutuhan barang dan jasa secara *online* seperti transportasi *online*, belanja *online*, dan sebagainya. Berbagai kalangan telah dimudahkan dalam mengakses suatu

informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi *digital* dengan bebas dan terkendali.

Saat ini masyarakat telah memasuki era *digital* yang terus berkembang. Kondisi ini telah mengubah cara pandang seseorang dalam menjalani kehidupan yang canggih saat ini. Kemajuan teknologi yang serba *digital* ini membawa seseorang ke dunia bisnis yang revolusioner, karena dirasakan lebih mudah, praktis, dan dinamis dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi (Arijono, 2017). Setiap hari, miliaran orang di seluruh dunia menggunakan internet untuk saling berbagi ide, bertransaksi, dan tetap berhubungan dengan keluarga, teman, dan rekan kerja. Dengan penetrasi internet di seluruh dunia hampir 50 persen, ekonomi *digital* sedang menjadi primadona dan menciptakan peluang baru pasar (Arijono, 2017).

Melihat era *digital* yang semakin berkembang ini, lemonilo.com menangkap peluang untuk memberikan solusi kemudahan kepada konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan untuk mendapatkan produk-produk sehat berbahan dasar organik secara cepat, mudah, dan praktis.

## 1.2 Rumusan Masalah

Sebelumnya, belum ada *marketplace* di Indonesia yang menjual produk-produk organik seperti yang dilakukan oleh lemonilo.com. Meningkatnya permintaan terhadap makanan sehat menjadi peluang tersendiri dari para produsen-produk yang bergerak di bidang makanan sehat untuk berlomba membuat suatu produk baru yang unik, kreatif, rasa yang lezat serta harga yang terjangkau. Adanya persepsi masyarakat yang umumnya dirasakan bahwa produk organik dianggap

lebih mahal dari produk non-organik nampaknya menjadi salah satu kendala yang ada pada minat beli konsumen (Lee & Yun, 2015).

Banyak hal yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk, terutama keinginan untuk membeli kembali (*repurchase intention*). Lee & Yun, 2015 (dikutip dalam Toni et al., 2017) menyadari bahwa terdapat *literature* yang langka mengenai pertimbangan faktor internal yang menentukan tujuan *repurchase intention* dari makanan organik. Oleh karena itu, persepsi dari *value* muncul sebagai pendorong secara internal yang secara positif dapat mempengaruhi niat seseorang untuk *repurchase intention* dari produk-produk tersebut.

Banyak konsumen yang tertarik untuk mencoba suatu produk baru yang belum pernah dicoba sebelumnya. Cukup mudah untuk membuat seseorang mencoba produk baru. Tetapi, bagaimana menciptakan kepuasan pelanggan terhadap performa dari produk baru tersebut sehingga menimbulkan keinginan untuk membeli kembali. Adanya keinginan untuk membeli kembali terhadap suatu produk dilatarbelakangi oleh adanya kualitas produk yang baik, harga serta *value* yang dirasakan konsumen sehingga tercipta kepuasan dari konsumen maka konsumen akan melakukan *repurchase intention* terhadap suatu produk ataupun jasa. Seperti halnya makanan organik, semakin tinggi kepercayaan konsumen makanan organik, semakin tinggi pula probabilitas perilaku minat konsumen dalam kaitannya membeli produk tersebut (Yin et al., 2009).

Berdasarkan uraian rumusan penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai produk makanan organik dan faktor-faktor yang mempengaruhi

seseorang untuk membeli kembali produk makanan organik. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceived Value* dan Implikasinya terhadap *Repurchase Intention*, Telaah pada Lemonilo Mie Instan Sehat”

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Environmental Awareness* dari makanan organik memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*?
2. Apakah *Healthy Consumption* dari makanan organik memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*?
3. Apakah *Perceived Price Fairness* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*?
4. Apakah *Perceived Quality* dari Lemonilo Mie Instan Sehat memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*?
5. Apakah *Perceived Value* dari Lemonilo Mie Instan Sehat berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *Environmental Awareness* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*

2. Untuk mengetahui dan menganalisis *Healthy Consumption* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*
3. Untuk mengetahui dan menganalisis *Perceived Price Fairness* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*
4. Untuk mengetahui dan menganalisis *Perceived Quality* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*
5. Untuk mengetahui dan menganalisis *Perceived Value* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa manfaat praktis dan manfaat akademis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Untuk dapat memberikan gambaran informasi, pandangan, serta saran yang berguna bagi perusahaan yang bergerak pada industri makanan dan *consumer goods*. Sehingga perusahaan dapat mengetahui seberapa pentingnya perhatian terhadap faktor-faktor yang tepat digunakan dalam meningkatkan suatu *brand*, khususnya pada *Perceived Quality*, *Perceived Value* dan *Repurchase Intention*.

### **1.5.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini dibuat agar dapat memberikan kontribusi informasi dan referensi bagi kalangan akademis dalam bidang ilmu manajemen

pemasaran khususnya dalam hal *Environmental Awareness*, *Healthy Consumption*, *Perceived Price Fairness*, *Perceived Quality*, terhadap *Perceived Value*, dan implikasinya terhadap *Repurchase Intention*. Serta diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan masukan kepada lingkungan akademis untuk penelitian terhadap makanan sehat yang menggunakan bahan organik yang semakin berkembang di masa depan.

## 1.6 Batasan Penelitian

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan cakupan dan konteks penelitian. Batasan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian dibatasi terhadap 6 variabel, yakni: *Environmental Awareness*, *Healthy Consumption*, *Perceived Price Fairness*, *Perceived Quality*, *Perceived Value*, dan *Repurchase Intention*
2. *Brand Lemonilo* dipilih sebagai objek penelitian karena peneliti menganggap, *brand Lemonilo* merupakan *marketplace* pertama di Indonesia yang menjual berbagai produk-produk sehat berbahan dasar organik yang memiliki beragam produk. Serta produknya yang terbaru yaitu Mie Instan Sehat sejak pertama diluncurkan pada tanggal 11 September 2017 mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. Fenomena ini menjadikan *Lemonilo* menarik dan unik dibandingkan *website marketplace* yang sudah ada sebelumnya di Indonesia. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui *Environmental Awareness*, *Healthy Consumption*, *Perceived Price Fairness*, *Perceived Quality*, *Perceived*

*Value*, terhadap *Repurchase Intention* dari para konsumen mie instan sehat Lemonilo yang telah mencoba produk Mie Instan Sehat ini.

3. Profil responden pada penelitian ini merupakan wanita atau pria yang berdomisili di Jabodetabek dengan rentang usia 25-40 tahun, dengan status ekonomi A dan B, responden yang telah membeli dan mencoba produk Lemonilo Mie Instan Sehat. Ruang lingkup wilayah penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel di Jakarta.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terbagi atas 5 (lima) bab. Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah yang dijadikan dasar dalam melakukan penelitian ini, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat yang diharapkan serta sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, yakni *Environmental Awareness*, *Healthy Consumption*, *Perceived Price Fairness*, *Perceived Quality*, *Perceived Value*, dan *Repurchase Intention*. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan menguraikan tentang gambaran umum objek, metode yang digunakan, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengambilan data, serta teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

#### **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian secara sistematis yang kemudian akan dianalisis dengan metode analisis data yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang analisis tersebut.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan dari penulis kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian.

UMMN