



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 ini penemuan dalam bidang teknologi seperti Internet adalah salah satu hal yang dibutuhkan bagi setiap individu atau masyarakat khususnya di Indonesia. Hal ini membuat persaingan secara global di segala bidang yang menuntut untuk menggunakan Internet disetiap kegiatan yang ada. Seiring dengan perkembangan zaman , pengguna Internet khususnya di Indonesia menjadi semakin meningkat.



Sumber : datareportal.com, 2019

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Dari Gambar 1.1 menjelaskan bahwa penduduk Indonesia memiliki total populasi 268,2 juta penduduk yang sekaligus menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara ke 4 dengan populasi terbanyak di dunia. Tercatat juga sebanyak 150 juta sebagai pengguna Internet yang menjelaskan bahwa 56% dari total

populasi Indonesia adalah pengguna Internet hingga tahun 2019 ini (Datareportal.com, 2019). Dari data tersebut disebutkan bahwa total populasi atau jumlah penduduk Indonesia dan pengguna Internet mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 265,4 juta untuk populasi dan 132,7 juta untuk pengguna internet pada tahun 2018 (Haryanto, 2018).

Memasuki era digital yang semakin maju, dengan meningkatnya pengguna Internet memberikan dampak yang serupa yaitu munculnya beragam aplikasi dan media sosial (Redaksi, 2016). Aplikasi yang dimaksud adalah *Tools Application* seperti *Google Translate* dan *Audio Recorder*, *Social Application* seperti Instagram dan Twitter, *Entertainment Application* seperti *Games*, *Streaming Video* (Anwardani, 2015) dan *Lifestyle Application* yang muncul di *App Store* dan *Google Play* untuk membuat hidup menjadi lebih mudah seperti mamikos, go-life, rumah.com, Tinder, Paktor, Coffee meets Bagel. (Sensortower.com, 2019) Media sosial merupakan bentuk komunikasi elektronik dimana penggunanya dapat menciptakan komunitas secara online untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi dan konten lainnya (Webster, 2004). Aplikasi dan Media sosial pada zaman sekarang ini ternyata tidak hanya di gunakan untuk menjalin hubungan pertemanan di dunia maya, tetapi juga untuk berbagi ilmu pengetahuan dan informasi, bahkan digunakan untuk mencari pasangan hidup melalui jejaring internet (Kompas.com, 2018).

Karena didukung dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin maju di era digital ini, banyak media pencarian jodoh atau pasangan pun juga mengalami perkembangan dengan menawarkan fitur yang bervariasi. Kencan secara online lewat jejaring internet semakin diminati generasi saat ini. Hal ini

dibuktikan dari riset terbaru yang telah menemukan fakta bahwa generasi masa kini dapat menghabiskan 10 jam waktunya dalam seminggu hanya untuk aplikasi kencan. Riset ini dilakukan dengan melakukan penelitian terhadap 5000 orang di Indonesia yang berusia 18-30 tahun. Hasilnya, sebagian besar dari responden memilih menggunakan gadget mereka untuk menemukan cinta (Anggraini, 2018).

Kencan online dianggap sebagai jalan pintas yang menawarkan kebebasan dalam mencari rekan hubungan romantis sesuai kriteria masing-masing, selain itu kencan online dapat memberikan kelebihan seperti penghematan waktu, pengalaman yang baru, dan menjadi diri sendiri (Adhanti, 2015). Mengingat rata-rata waktu pekerja Indonesia yang bekerja 8-9 jam sehari dan terkadang banyak masyarakat bekerja sampai lembur larut malam untuk menyelesaikan pekerjaannya (Kokbisa.id, 2019). Hal ini menjadi alasan aplikasi kencan online menawarkan kepraktisan dalam penggunaan aplikasi tersebut. Kepraktisan adalah salah satu alasan mengapa masyarakat berminat untuk mengunduh serta memakai aplikasi tersebut. Hal ini dibuktikan oleh survei yang dilakukan Jakpat pada tahun 2016 terhadap pengguna internet di Indonesia. Dari 1606 responden, 23,04% sebesar 370 orang dari total responden, menggunakan aplikasi kencan online (Novelia, 2018).

Dari hasil data yang didapatkan dari *sensor tower*, dari 10 negara pengguna aplikasi kencan online terbanyak di dunia diraih oleh negara Rusia dengan 0,39% banyaknya pengguna aplikasi kencan online, lalu disusul oleh Brazil 0,38%, China 0,34%, Amerika Serikat 0,25%, Turki 0,22%, Meksiko 0,18%, Indonesia dan Korea Selatan 0,11%, India 0,10%, dan Jepang 0,08% (Fauzi, 2017). Dalam hal ini, Tinder merupakan aplikasi kencan online yang

paling sering digunakan. Didukung dengan data yang di dapat dari sebuah sumber website, Aplikasi Tinder pada tahun 2016 dikatakan memiliki 40 juta pengguna aktif yang terdaftar, sementara di tahun 2017 memiliki 46 juta pengguna aktif dan di tahun 2018 memiliki 57 juta pengguna aktif yang terdaftar di aplikasi ini. Dikatakan juga dari semua pengguna aktif di aplikasi tersebut mayoritas terbanyak adalah pengguna dengan usia 18 - 25 tahun (Datingsitesreviews.com). Hal ini juga diperkuat saat aplikasi Tinder tak lagi mengizinkan pengguna dengan usia remaja atau setara dengan usia 13 – 17 tahun untuk memakai aplikasi tersebut (Edwin, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti kepada generasi millennial yang lahir pada tahun 1983 – 2001 yaitu orang dengan usia 18-36 tahun (Setkab.go.id, 2019).

Jika ditinjau dari usia, dikatakan wanita berusia 40 tahun kebawah akan lebih selektif terhadap pencarian pasangan lewat aplikasi kencan online dikarenakan wanita dengan usia tersebut cenderung memilih teman kencan lewat latar belakang seperti pendidikan dikarenakan pendidikan terlihat seperti status sosial dan kecerdasan. Sementara Pria yang tergolong selektif adalah Pria yang berusia diatas 40 tahun dikarenakan standar kriteria sudah meningkat akibat kesuksesan karirnya (Sekarani, 2019).

Dari data yang sudah dijelaskan bahwa Indonesia berada di posisi ke-7 pengguna terbanyak aplikasi kencan online. Sedangkan ditinjau dari Asia, Aplikasi kencan Tinder merupakan aplikasi kencan online yang paling populer se-Asia terutama di negara Singapore, Philipine, Hongkong, India, dan Indonesia. Lalu disusul dengan aplikasi Beetalk di negara Thailand, Taiwan dan Vietnam. Setelah itu Tinder juga bersaing dengan aplikasi Top lokal yang ada di Korea,

Japan dan China (Kang, 2017). Sementara itu di Indonesia sendiri, Tinder menjadi pemimpin dikalangan aplikasi kencan online, dikarenakan banyaknya downloader atas aplikasi ini. Tinder di Indonesia memiliki 2 juta downloader pada *App Store* dan 4 juta downloader pada *Google Play*. Setelah itu disusul oleh Aplikasi Badoo dengan 3 juta downloader di *Google Play*, Tantan, 2 juta downloader di *Google Play*, MiChat dengan 2 juta downloader di *Google Play*, dan Coffee meets bagel sebanyak 80 ribu downloader di *Google Play* maupun di *App Store* (Sensortower, 2019).

Melihat dari angka populasi dan jumlah pengguna Internet di Indonesia. Aplikasi kencan online mulai serius untuk mengembangkan bisnis di Indonesia, aplikasi tersebut adalah aplikasi Tinder. Hal ini didukung dari kondisi Indonesia saat ini, dimana populasi dan pengguna Internet di Indonesia memiliki angka yang cukup besar dan dapat dijadikan sebagai segmen pasar aplikasi tersebut (Eka, 2018). Selain Tinder aplikasi yang serupa dengan aplikasi tersebut adalah Tantan, Badoo, Coffee meets bagel dan masih ada banyak lainnya (Sensortower,2019).



Sumber : google.com

Gambar 1.2 Aplikasi Tinder

Tinder merupakan suatu aplikasi kencan online yang berasal dari Amerika Serikat yang diciptakan pada tahun 2012 dan *release* pada tahun 2013, aplikasi ini

dirancang dengan tujuan untuk membantu seseorang agar mendapatkan pasangan hidup dengan mudah dan sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Aplikasi Tinder memiliki konsep yang menarik sehingga banyak aplikasi *dating* lainnya yang berusaha meniru aplikasi tersebut. Aplikasi Tinder sendiri memiliki cara untuk mencari pasangan, melewati jarak dan rentan usia. Untuk menggunakan Tinder pengguna dapat masuk melewati akun *facebook* atau dengan nomor *handphone*. Dalam Aplikasi Tinder ini, pengguna harus melakukan *swipe right* untuk menyukai dan *swipe left* untuk tidak menyukai. Dengan hal ini digunakan Aplikasi Tinder agar pengguna aplikasi dapat menemukan pasangan sesuai dengan kriteria yang diinginkan. (Help.tinder.com)

Jika dilihat pada tahun 2015 Aplikasi Tinder sempat memiliki beberapa masalah seperti, penurunan *revenue*. Dari hasil data yang didapatkan dari *sensortower.com* mengatakan bahwa di penghujung 2015 *revenue* dalam cakupan dunia, Tinder mengalami penurunan sebesar 2 miliar dari bulan sebelumnya, yaitu dari 65 miliar menjadi 63 miliar (Noviadhista, 2016). Hal ini juga didukung dengan adanya kejahatan yang terjadi terkait aplikasi kencan online Tinder, seperti penipuan, pencurian hingga kasus pembunuhan yang sudah terjadi di Indonesia (Utomo, 2018). Lalu diikuti dengan penurunan harga saham selama dua hari yang turun sebanyak 13% di hari pertama dan 16% di hari kedua, dari harga awal saham adalah \$12 pada bulan November 2016. Hal ini disebabkan oleh penurunan *revenue* pada tahun 2016 (Oreskovic, 2016). Pada tahun 2018 Hal yang serupa kembali terjadi pada penurunan saham Tinder dikarenakan munculnya fitur kencan online di Facebook yang membuat saham Tinder menurun sebesar 17% pada tahun tersebut (Sabrina, 2018).

Aplikasi Tinder telah mendapatkan banyak keuntungan dari pengguna atau yang telah men-*download* aplikasi tersebut. Keuntungan Aplikasi Tinder juga didapatkan dari iklan meskipun keuntungan tersebut hanya 3% dari total revenue di tahun 2018 (Joseph, 2018). *Revenue* pada tahun 2018 tercatat sekitar \$444 (juta dollar) pada kuartar ke-3 di tahun 2018. Keuntungan tersebut semakin meningkat saat Aplikasi Tinder resmi mengeluarkan fitur *premium* yaitu Tinder Plus dan Tinder Gold, Tinder Plus adalah fitur yang menawarkan pengguna mendapatkan fitur seperti layaknya *passport* dan *unlimited likes*. Sementara Tinder Gold adalah fitur yang menawarkan hal yang sama seperti fitur sebelumnya namun ditambahkan dengan kemampuan pengguna agar dapat melihat *user* lain yang telah menyukai profilnya. (businessofapps.com, 2018).

Daftar Aplikasi Kencan Online di Indonesia 2019									
Nama Aplikasi	Size	Tahun Release	IOS	G-PLAY	Rating Review	FITUR	Kelebihan	Kekurangan	
Tinder	23mb	2012	2m	4m	4	Tinder Gold	Easy To Use	Limited Swipe	
						Tinder Plus		Keamanan Sedang	
Tantan	39mb	2014	1m	2m	4.3	VIP Tantan	Bebas Iklan	Minimnya Optional Fitur	
						Secret Crush			
Badoo	29mb	2010	600k	3m	4.3	Rise Up	Bisa melihat yang Visit secara gratis	Fitur Berbayar	
						Live Streaming			
						Menu Likes			
Tagged	74mb	2011	90k	700k	4.1	Menu Favorites	Keamanan Tinggi	Iklan	
						Menu Meet Me			
						Menu Pets			
						VIP Premium			
Coffee meets bagel	13mb	2015	80k	80k	4	Profile Viewers	Banyak Option Fitur Pilihan	Fitur Berbayar	
						Discovers			
Paktor	17mb	2013	60k	40k	4.3	Suggested	Biodata lebih Detail	Fitur berbayar	
						Premium		Bebas Iklan	Limited Bagel
						Interest		Keamanan	Ada delay
						Wink			Filter yang cukup detail
Filter	Fitur Berbayar								

Sumber : Berbagai Sumber yang diolah oleh Penulis, (sensortower.com, vidaselect.com, lifestyle.kompas.com)

Gambar 1.3 Daftar Aplikasi Kencan Online di Indonesia 2019

Dari Gambar 1.3 terlihat beberapa aplikasi kencan online selain Tinder seperti Tantan, Badoo, Tagged, Coffee Meet Bagel dan Paktor. Melihat dari data diatas bahwa Badoo, Tagged dan Paktor memiliki lebih banyak kriteria fitur yang tersedia dibandingkan 3 lainnya. Hal ini membuat Badoo, Tagged dan Paktor memiliki keunggulan dari segi fitur. Aplikasi Badoo merupakan aplikasi kencan online yang dinilai memiliki keamanan yang tinggi (Septania, 2017). Namun sebaliknya Tinder dan Tantan memiliki keunggulan dalam kemudahan pemakaian di aplikasinya. Meskipun Tinder dalam hal ini memiliki banyak kekurangan dari segi fitur berbayar hingga pemasangan iklan yang ada di aplikasi tersebut (Borntonerd.com).

Melihat Aplikasi Tinder telah memiliki banyak downloader atas aplikasi ini, sebuah *website* mengatakan bahwa aplikasi Tinder memang memiliki banyak downloader, namun banyak juga pengguna atau downloader yang mengun-instal langsung saat hari itu juga. Data ini diambil berdasarkan pengguna yang berada di Amerika Serikat, bahwa secara keseluruhan downloader saat itu, 32.9% dari pengguna yang mendownload aplikasi Tinder, menghapus aplikasi tersebut dalam waktu kurang dari satu hari (Silver, 2018).

Kencan online telah di percaya sebagai kemajuan teknologi sehingga segalanya lebih banyak dilakukan melalui perangkat teknologi. Tak lepas dari hal itu, masyarakat Indonesia tetap berhati-hati ketika mencari teman baru melalui internet (Santhika, 2017). Selain itu, masyarakat di Indonesia cenderung malu untuk mengakui bertemu dengan pasangan atau teman kencan lewat aplikasi kencan online. Hal ini didukung dengan survei yang dilakukan oleh YouGov yang diikuti 1.104 responden dimana 53% diantaranya malu mengakui bertemu dengan

pasangan atau teman kencan lewat aplikasi kencan online tersebut (Vice.com, 2017).

Hal tersebut juga didukung dengan hasil *interview* yang telah peneliti lakukan kepada 30 responden yang terdiri dari 12 perempuan dan 18 laki-laki yang berkisar pada usia 18 – 25 tahun. Dari hasil *interview* yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa 3 responden dari 12 responden perempuan mengakui bahwa mereka pernah menggunakan / mendownload aplikasi tinder sementara sisanya mengaku tidak pernah memakai dikarenakan alasan yang bervariasi. Sementara untuk responden laki-laki, 12 responden dari 18 responden laki-laki mengakui pernah memakai dan sisanya tidak pernah memakai. Alasan rata-rata responden yang tidak memakai memiliki kesamaan yaitu responden enggan untuk mencari pasangan melewati aplikasi melainkan lebih menyukai bertemu secara *face-to-face* atau secara langsung, dan sebagian mengatakan bahwa banyak pemalsuan data terkait foto ataupun profile yang sering ditemui jika memakai aplikasi kencan online.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *Intention to Use dating apps* Tinder khususnya pada daerah JABODETABEK. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan untuk membantu meningkatkan jumlah pengguna aplikasi kencan online Tinder sesuai dengan target perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah & Pertanyaan Penelitian

Fenomena masalah yang dihadapi oleh aplikasi kencan online Tinder adalah masyarakat Indonesia masih berpikir bahwa aplikasi kencan online

merupakan suatu hal yang tidak sepatutnya digunakan untuk mencari pasangan atau teman kencan secara online. Hal ini dibuktikan dari pernyataan bahwa masyarakat Indonesia malu untuk mengakui bertemu atau menemukan pasangan atau teman kencan lewat aplikasi kencan online. Selanjutnya ketakutan masyarakat akan aplikasi kencan online juga ditinjau dari kejahatan yang sering terjadi lewat aplikasi kencan online ini, seperti kasus penipuan, hingga ketahap yang paling buruk adalah pembunuhan. Lalu didukung juga dari pengguna Tinder yang baru saja mendownload aplikasi tersebut dan secara langsung juga meng-uninstall aplikasi tersebut dalam satu hari yang sama.

Hal tersebut juga didukung dari hasil *interview* kepada 30 responden yang terdiri dari 12 responden perempuan dan 18 responden laki-laki yang berkisar pada usia 18-25 tahun. Dari hasil *interview* ditemukan bahwa 15 orang mengaku tidak memakai aplikasi kencan online Tinder, dikarenakan enggan untuk mencari pasangan lewat aplikasi online tersebut, mengatakan bahwa aplikasi kencan online tersebut memiliki akun yang palsu dan lebih memilih untuk bertemu orang lain secara tatap muka. Maka dari itu peneliti melihat fenomena masalah yang ada dan ingin mengetahui lebih lanjut apakah masyarakat Indonesia memiliki niat untuk menggunakan aplikasi kencan online Tinder tersebut.

Sehingga melalui pembahasan diatas, pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Trust* berpengaruh *positive* terhadap *Attitude Toward using dating apps for romance* ?
2. Apakah *Trust* berpengaruh *positive* terhadap *Perceived Norm*?

3. Apakah *Trust* berpengaruh *positive* terhadap *Self-efficacy*?
4. Apakah *Sensation-seeking* berpengaruh *positive* terhadap *Attitude Toward using dating apps for romance*?
5. Apakah *Sensation-seeking* berpengaruh *positive* terhadap *Perceived Norm*?
6. Apakah *Sensation-seeking* berpengaruh *positive* terhadap *Self-efficacy*?
7. Apakah *Attitude Toward using dating apps for romance* berpengaruh *positive* terhadap *Intention to Use dating apps* ?
8. Apakah *Perceived Norm* berpengaruh *positive* terhadap *Intention to Use dating apps* ?
9. Apakah *Self-efficacy* berpengaruh *positive* terhadap *Intention to Use dating apps* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dibuat sebelumnya, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward using dating apps for romance*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Norm*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Self-efficacy*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Sensation Seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward using dating apps for romance*.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Sensation Seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Norm*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Sensation Seeking* memiliki pengaruh positif terhadap *Self-efficacy*.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Attitude Toward using dating apps for romance* memiliki pengaruh positif terhadap *Intent to Use dating apps*.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Perceived Norm* memiliki pengaruh positif terhadap *Intent to Use dating apps*.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Intent to Use dating apps*.

1.4 Batas Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan batas-batas ruang lingkup yang didasari atas masalah dan tujuan peneliti yang telah dibuat sebelumnya, Batas penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Trust*, *Sensation-seeking*, *Attitude Toward using dating apps for romance*, *Perceived Norm*, *Self-efficacy*, dan *Intent to use dating apps*.
2. *Sampling unit* yang akan diambil pada penelitian ini adalah generasi milenial yang lahir rentang 1983-2001 atau sama dengan orang yang berusia 18-36 tahun, yang ingin mencari pasangan secara online (Set.kab.go.id, 2019).
3. Penyebaran kuisisioner akan dilakukan dengan sistem *online* dan *offline*, dengan cara menyebarkan kuisisioner secara *online* dengan *link* yang

sudah dibuat menggunakan *google form* dan akan disebarakan melalui media sosial yaitu line, dan Instagram. Serta kuisioner secara *offline* dalam bentuk fisik kepada responden.

4. Peneliti akan menggunakan software SPSS versi ke 25 yang bertujuan untuk uji validitas dan reabilitas serta LISREL 8.80 untuk uji validitas, reabilitas, dalam kecocokan model dan hipotesis.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan pengetahuan khususnya pada aplikasi kencan online Tinder, serta dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bermanfaat untuk aplikasi kencan online Tinder untuk dapat mengetahui faktor pendukung yang dapat meningkatkan keinginan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut, sehingga pada pihak perusahaan dapat melihat pengaruhnya dari fitur yang ada untuk saat ini.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Bab I didalam penelitian ini berisi tentang sejarah singkat tentang populasi dan pengguna internet yang akhirnya berdampak pada perkembangan aplikasi dan media sosial salah satunya adalah aplikasi

kencan online. Dengan kebutuhan masyarakat saat ini dalam hal kepraktisan, maka dari itu aplikasi kencan online saat ini telah menawarkan kepraktisan sebagai alasan utama agar pengguna mau memakai aplikasi tersebut. Salah satu aplikasi kencan online ini adalah Tinder. Tinder merupakan aplikasi kencan online yang menawarkan kemudahan dan kepraktisan untuk menemukan pasangan yang sesuai dengan kriteria masing-masing pengguna secara online. Dengan latar belakang tersebut maka muncul pertanyaan *intention to use dating apps* yang tertera pada rumusan masalah sehingga memunculkan pertanyaan peneliti beserta tujuan dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam Bab II Penelitian ini, berisi tentang teori-teori pendukung yang bertujuan untuk mendukung baik dari variabel yang digunakan maupun untuk penelitian ini seperti *trust*, *sensation seeking*, *attitude toward using dating apps for romance*, *perceived norm*, *self-efficacy* dan *Intent to use dating apps for romance*, yang menjadi konsep-konsep dasar yang akan digunakan sebagai fondasi pembentukan hipotesis yang akan diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam Bab III ini, diisi dengan metodologi penelitian yang akan dibuka dengan gambaran secara umum dengan objek penelitian adalah Aplikasi kencan online Tinder. Setelah melanjutkan dengan design

penelitian, ruang lingkup penelitian, identifikasi variabel penelitian, table definisi operasional, dan teknik untuk menganalisis data yang ada.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab IV ini akan dibahas dengan deskripsi hasil penelitian yang membahas tentang profil responden yang valid secara analisis data dan teknis. Serta akan menjelaskan hasil dari kuisisioner yang akan diimplikasikan kedalam aspek manajerial.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini, akan berisi tentang kesimpulan peneliti yang didasari dari bab sebelumnya, dari tahap pengolahan data dan lainnya. Selain berisikan kesimpulan, peneliti juga memberikan saran yang baik pada objek khususnya aplikasi kencan online Tinder untuk penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih dikembangkan.

