



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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:

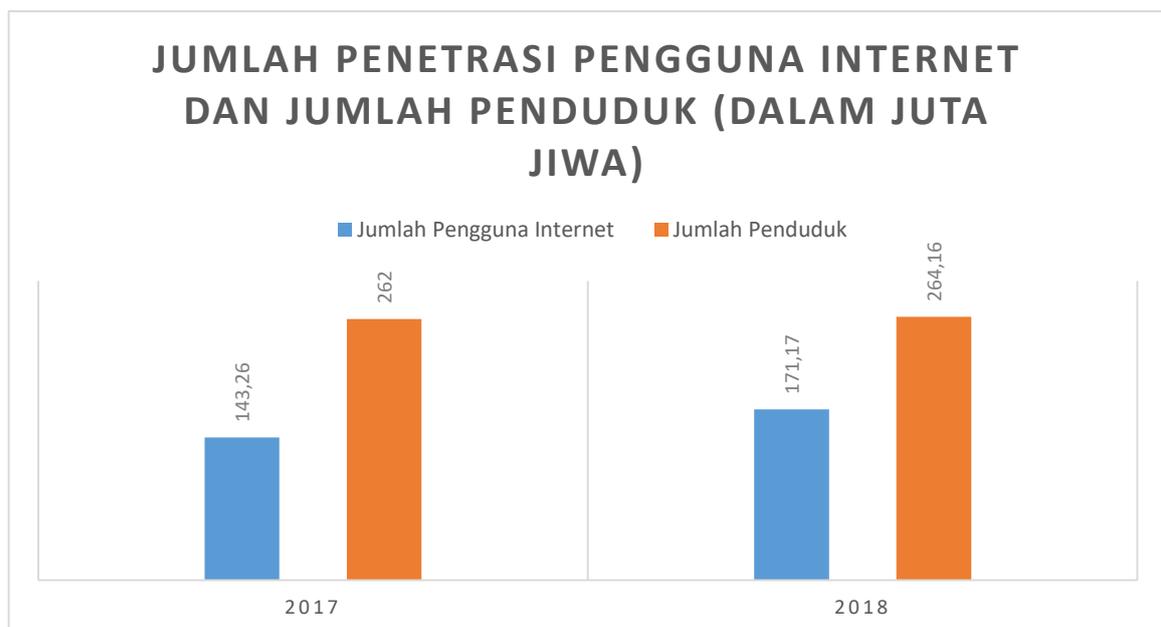
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi, khususnya internet, yang sangat cepat tidak dapat diragukan lagi. Meningkatnya jumlah pengguna internet menandakan bahwa penduduk Indonesia memiliki andil dalam memajukan penggunaan teknologi terbaru. Berikut adalah grafik dari Penetrasi Pengguna Internet dan Jumlah Penduduk yang di rilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).



Sumber: Laporan Survei APJII (2019)

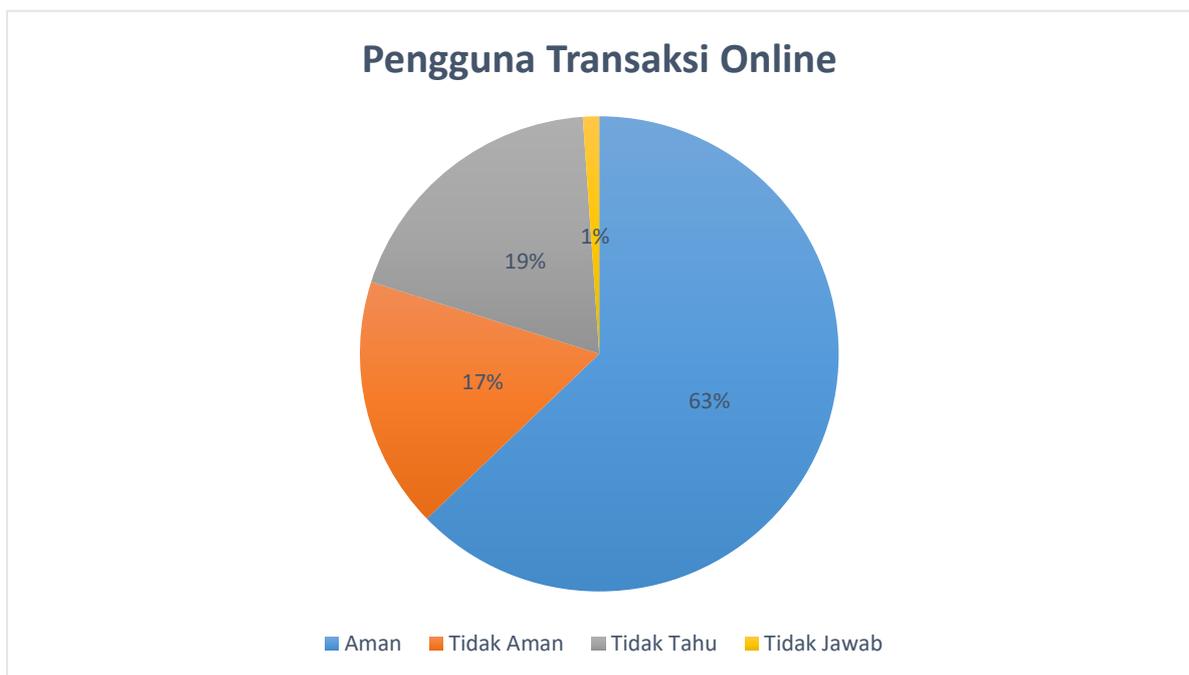
Gambar 1.1 Jumlah Penetrasi Pengguna Internet dan Jumlah Penduduk 2017 dan 2018

Pada gambar grafik diatas, dapat terlihat bahwa peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2018 bertumbuh sebesar 10,12% dari tahun sebelumnya, atau dalam angka ada sebanyak 27.916.716 pengguna internet baru pada selama tahun 2018. Sedangkan untuk jumlah penduduk mengalami peningkatan, yang tidak terlalu signifikan, sebesar 0,63% dari tahun sebelumnya, yaitu di angka 264.161.600 jiwa di 2018 (APJII, 2019). Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pengguna internet lebih tinggi dibandingkan dengan peningkatan jumlah penduduk.

Semakin menjamurnya pengguna internet dari berbagai kalangan masyarakat juga memberikan dampak positif bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Banyak sektor yang sudah menggunakan digitalisasi dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Pada bidang keuangan, sudah sering kita mendengar istilah tekfin/teknologi finansial, dimana inti dari tekfin sendiri adalah sistem layanan di bidang keuangan dengan basis teknologi dan inovasi. Terdapat beberapa jenis dari tekfin yang beredar di Indonesia, dalam *Fintech Landscape Report* yang dikeluarkan oleh fintechnews.sg menyebutkan terdapat 9 jenis tekfin di Indonesia, yaitu *Payment, Lending, Personal Finance and Wealth Management, Comparison, Insurtech, Crowdfunding, POS system, Crypto & Blockchain*, dan *Accounting* (Singapore Fintech News, 2018)

Dalam laman Edukasi yang terdapat di situs resmi Bank Indonesia terdapat beberapa manfaat yang dapat diberikan oleh teknologi finansial. Bagi para konsumen, mereka akan mendapatkan layanan keuangan yang lebih baik, cepat, dan lebih mudah terjangkau yang tidak didapatkan pada sistem keuangan tradisional. Sedangkan bagi para penjual jasa dan produk tekfin, manfaat yang didapatkan adalah rantai transaksi yang lebih kompleks serta biaya

operasional/modal yang lebih murah. Dan dalam lingkup suatu Negara, adanya tekfin dapat memberi manfaat sebagai pendorong transmisi kebijakan ekonomi, meningkatkan jumlah perputaran uang di masyarakat, khusus di Indonesia, tekfin juga menjadi strategi Nasional Keuangan Inklusif (Bank Indonesia, 2019).



Sumber: Laporan Survey AJPII (2019)

Gambar 1.2 Diagram Pengguna Transaksi Online

AJPII dalam laporan surveinya pada tahun 2018, menyatakan bahwa 62,8% pengguna internet merasa aman saat melakukan transaksi melalui koneksi internet, 17,1% pengguna merasa tidak aman, 19% pengguna merasa tidak tahu, dan sisanya tidak menjawab survey tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap individu sudah merasa aman atas transaksi yang dilakukan selama menggunakan media internet atau *online*.

Dari laporan survey tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan para pengguna internet dalam melakukan transaksi secara *online* sudah baik. Hal tersebut juga didukung oleh UU perlindungan konsumen dan juga UU ITE no. 19 tahun 2016 pasal 40 ayat 2 yang menyebutkan bahwa pemerintah melindungi segala penyalahgunaan data dan transaksi elektronik.

Sementara itu, dalam survei yang dilakukan DailySocial.id, merupakan media yang memiliki pengamatan khusus mengenai perkembangan teknologi di Indonesia, yang berasosiasi dengan OJK dan Jakpat yang merupakan lembaga survey independen, para pengguna internet yang menggunakan aplikasi tekfin dalam 3 tahun terakhir adalah sebagai berikut:



Sumber: Laporan Survei Fintek 2018 DailySocial.id

Gambar 1.3 Persentase Pengguna Tekfin

Survei tersebut diambil dari total 1.419 responden yang menganggap diri mereka mengerti soal industri teknologi finansial dan sebanyak 58% dari mereka telah menggunakan berbagai jenis teknologi finansial. Jumlah dari pengguna tersebut

meningkat pada kurun waktu 2016-2017, dari 18,46% pada tahun 2016 menjadi 60,96% pada tahun 2017. Sedangkan untuk tahun 2018, terjadi penurunan yang tidak cukup signifikan yaitu sebesar 2,82%. Dari 58,14% pengguna tekfin di Indonesia pada tahun 2018, sebanyak 42,18% dari tekfin tersebut dioperasikan oleh bank, 35,27% tekfin dikelola oleh perusahaan *Start up*, dan 22,55% sisanya dikelola oleh kedua jenis usaha dalam waktu bersamaan (DailySocial.id, 2018).

Salah satu teknologi finansial yang sedang ramai digunakan adalah yang berkaitan dengan donasi, atau dapat disebut juga sebagai *crowdfunding*. *Crowdfunding* adalah bentuk pengumpulan dana berdasarkan daring yang digunakan untuk membantu sebuah organisasi atau individual merealisasikan ide atau gagasan mereka (Belleflamme *et al.*, 2014). Dikutip dari Macht and Weatherston (2014) Perkembangan teknologi juga menjadi salah satu penyebab penting terlahirnya teknologi finansial *crowdfunding* ini, karena objektif utama dari *crowdfunding* adalah memperoleh modal dari masyarakat, dan perkembangan dari internet mempermudah masyarakat umum untuk berpartisipasi dalam *crowdfunding*, baik sebagai *fundseeker* maupun *fundraiser*.. Dalam jurnalnya, Belleflamme (2014) juga menyatakan terdapat berbagai format untuk *crowdfunding*, yaitu *equity-based model*, *profit-sharing scheme*, dan *lending to outright donations*.

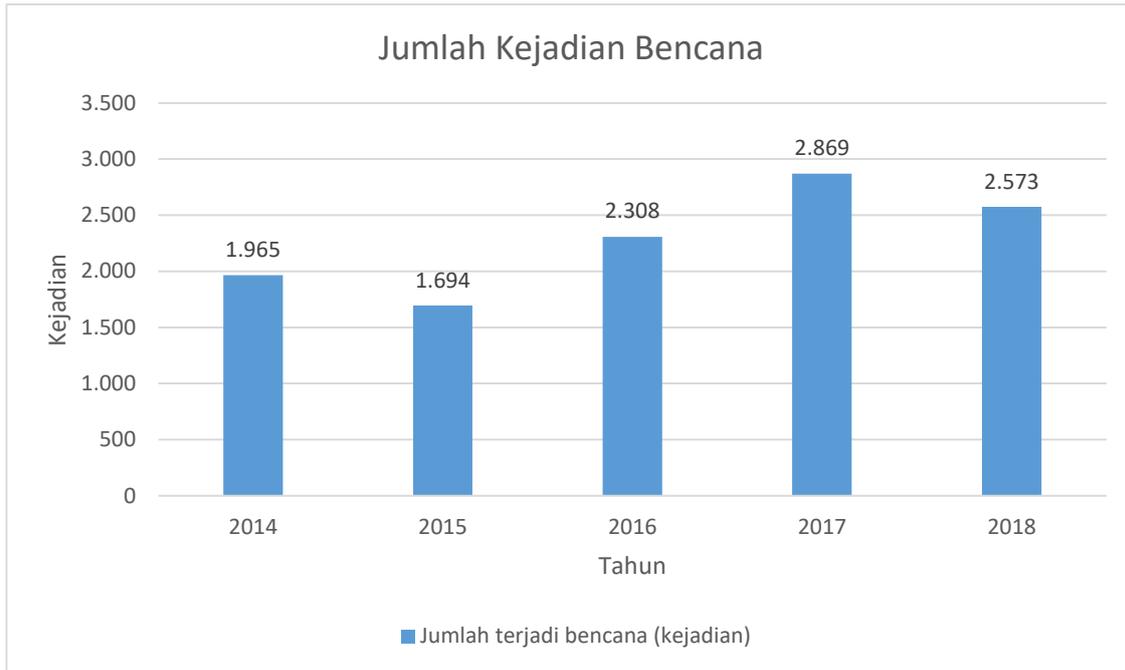
Merujuk pada laporan yang dipublikasikan oleh Fintech Singapore, terdapat 7 teknologi finansial yang bersifat sebagai *crowdfunding*, platform-platform tersebut akan dilampirkan dalam tabel di bawah ini (Singapore Fintech News, 2018)

Tabel 1.1 Daftar Platform Crowdfunding

No.	Nama Platform	Jenis
1	Arisan Mapan	<i>Profit-Sharing Scheme</i>
2	Ethis Crowd	<i>Lending to Outright Donation</i>
3	GandengTangan	<i>Equity-based Model</i>
4	Kapital Boost	<i>Equity-based Model</i>
5	KitaBisa	<i>Lending to Outright Donation</i>
6	Limakilo	<i>Profit-Sharing Scheme</i>
7	WeCare.id	<i>Lending to Outright Donation</i>

Sumber: Indonesia Fintech Landscape Report (2018)

Indonesia adalah sebuah negara kepulauan, yang secara geografis masih rentan terhadap datangnya bencana alam. Hal tersebut terus menjadi polemik utama karena masih kurangnya fasilitas pendukung untuk pencegahan dan penanggulangan bencana yang terjadi. Dalam periode tahun 2014-2018, Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mencatatkan ada 12.239 kejadian bencana alam di Indonesia (Badan Nasional Penanggulangan Bencana, 2018). Selama periode tersebut terjadi fluktuasi jumlah bencana yang terjadi di Indonesia. Berikut adalah grafik jumlah terjadinya bencana selama 2014-2018 secara lebih rinci:



Sumber: BNPB (2019)

Gambar 1.4 Jumlah Kejadian Bencana

Dalam gambar di atas, dapat dilihat bahwa kejadian bencana di Indonesia meningkat. Jumlah 1.684 kejadian bencana alam pada tahun 2015 merupakan yang terendah, lalu naik menjadi 2.308 kejadian pada tahun 2016 dan kembali meningkat sebesar 561 kejadian pada tahun 2017 menjadi 2.869 kejadian. Sedangkan pada tahun 2018, terjadi penurunan jumlah kejadian bencana alam menjadi 2.573 kejadian.

Berkaitan dengan hal tersebut, berdonasi adalah salah satu solusi untuk penyaluran bantuan bagi daerah yang terdampak bencana. Sebuah organisasi non-profit internasional, *Charity Aid Foundation*, mengeluarkan indeks memberi dunia atau *World Giving Index* pada 2018 yang lalu. Berikut adalah tabelnya:

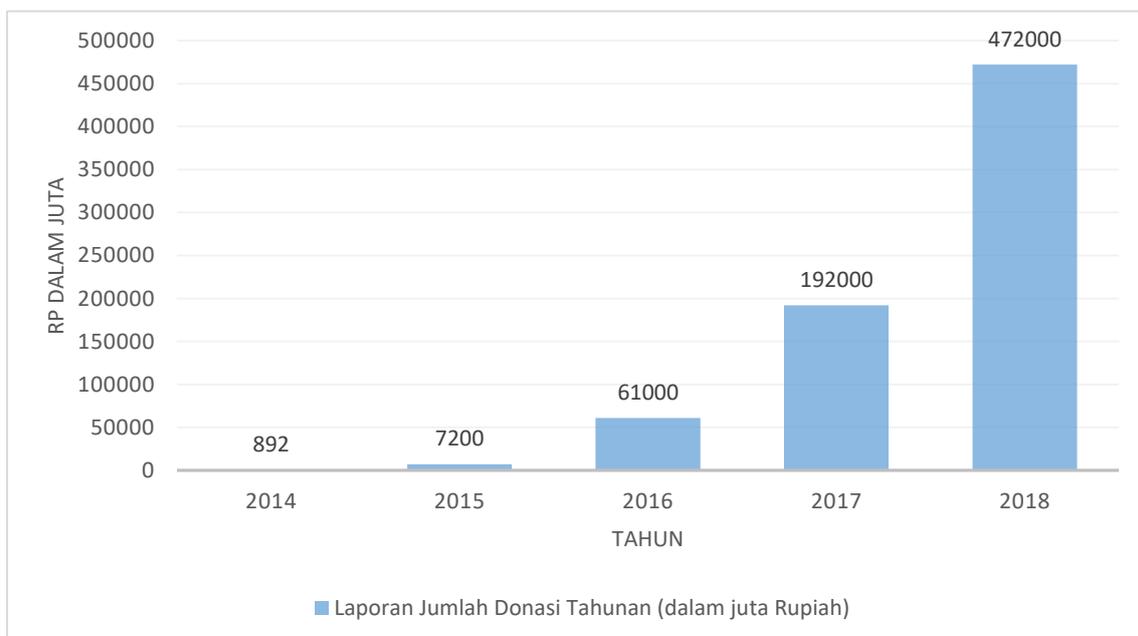
Tabel 1. 2 CAF World Giving Index 2018

<i>Country</i>	<i>Ranking</i>	<i>Score (%)</i>	<i>Helping a Stranger (%)</i>	<i>Donating Money (%)</i>	<i>Volunteering Time (%)</i>
Indonesia	1	59	46	78	53
Australia	2	59	65	71	40
New Zealand	3	58	66	68	40
USA	4	58	72	61	39
Ireland	5	56	64	64	40
United Kingdom	6	55	63	68	33
Singapore	7	54	67	58	39
Kenya	8	54	72	46	45
Myanmar	9	54	40	88	34
Bahrain	10	53	74	53	33

Sumber: CAF World Giving Index Report 2018

Dalam *World Giving Index 2018* yang di usung oleh *Charities Aid Foundation*, Indonesia merupakan negara yang memiliki poin tertinggi, yaitu 59%, dalam hal memberi, baik berupa bantuan fisik, donasi, maupun waktu yang diluangkan. Secara detail, Indonesia memiliki persentase 46% dalam hal membantu orang yang tidak dikenal, 78% dalam hal mendonasikan uang mereka untuk kebutuhan sosial, dan 53% dalam hal meluangkan waktu untuk menjadi sukarelawan. (Charities Aid Foundation, 2018).

Cara memberikan bantuan dalam bentuk donasi memiliki evolusi atau perubahan seiring dengan berkembangnya teknologi pada bidang keuangan atau tekfin. Berubahnya cara berdonasi, melalui lembaga sosial seperti Dompot Dhuafa dan Aksi Cepat Tanggap, menjadi lebih maju dengan menggunakan teknologi finansial dimulai pada tahun 2014. Contoh teknologi finansial, dalam bentuk platform, yang memfasilitasi kegiatan berdonasi adalah KitaBisa.com. KitaBisa.com adalah salah satu platform yang terkenal dan memiliki jumlah donasi yang terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia. KitaBisa.com adalah platform dimana seluruh transaksi yang terjadi didalamnya memanfaatkan hadirnya teknologi finansial seperti melalui aplikasi *mobile* dan menggunakan transfer antar bank sebagai cara utama untuk melakukan donasi. KitaBisa.com telah memiliki anggota/donatur yang terdaftar sebagai #OrangBaik sebanyak 1.831.525 orang serta total donasi dan zakat yang tersalurkan sebesar Rp.637.424.986.959 sampai Maret 2019 (KitaBisa, 2019). Berikut adalah rinciannya:



Sumber: KitaBisa.com (2018)

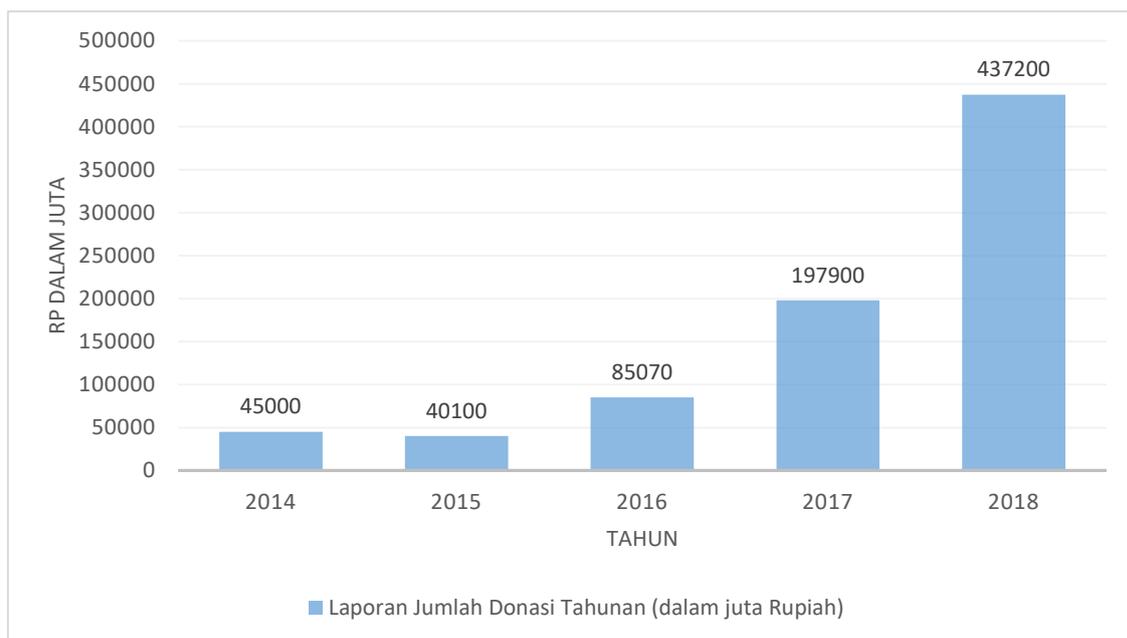
Gambar 1.5 Laporan Jumlah Donasi Daring Tahunan KitaBisa.com 2018

Tercatat pada tahun 2014, jumlah donasi yang diterima oleh KitaBisa sebesar Rp.892 Juta lalu meningkat pada tahun 2015 menjadi Rp 7.2 Miliar. Pada tahun 2016 jumlah donasi yang diterima meningkat jauh sebanyak Rp 52,8 Miliar, menjadi total Rp 61 Miliar. Tahun 2017 meningkat lebih dari 3 kali lipat dari tahun sebelumnya menjadi 192 Miliar, dan pada 2018 total donasi yang diterima mencapai Rp 472 Miliar (KitaBisa, 2018). Donasi yang tersalurkan melalui KitaBisa.com umumnya untuk disalurkan kepada korban bencana alam yang memerlukan bantuan segera atas kejadian tersebut, kebutuhan kesehatan, dan kegiatan amal.

Pada peristiwa bencana alam gempa bumi dan tsunami yang terjadi di Sulawesi, tepatnya di Palu dan Donggala, tercatat ada 114.000 orang yang melakukan donasi melalui KitaBisa.com dengan total dana yang terkumpul mencapai 40 Milyar rupiah dan sebanyak 3.000 *campaign* atau proyek *crowdfunding* yang memiliki maksud dan tujuan untuk menolong para korban jiwa yang terdampak atas bencana alam tersebut.

Selain KitaBisa.com, terdapat juga platform untuk berdonasi yang lain yang juga menggunakan teknologi finansial sebagai dasar berdirinya platform tersebut, yaitu WeCare.id. WeCare.id telah didirikan mulai dari 2013 dan baru *launching* kepada masyarakat luas pada tahun 2015, ujar CEO dari WeCare.id Gigih Septianto (Medium.com, 2017). Hingga kini, WeCare.id sampai bulan Desember 2019 telah mengumpulkan dana donasi sebesar Rp 9,838,434,890 dengan jumlah donatur yang bergabung sebanyak 22,814 orang serta telah menangani 692 proyek *crowdfunding* (WeCare.id, 2019).

Sedangkan untuk lembaga sosial yang melakukan pengumpulan dana menggunakan cara konvensional adalah Aksi Cepat Tanggap (ACT). ACT adalah sebuah lembaga kemanusiaan berskala global yang merespon cepat masalah-masalah penyelamatan kemanusiaan. Cara berdonasi yang dapat dilakukan adalah membayarkan donasi secara tunai melalui perwakilan kantor cabang maupun gerai yang mereka miliki. Siring berjalannya waktu, ACT juga mengikuti perkembangan teknologi finansial dengan cara melakukan kerja sama dengan platform *e-commerce* dan *crowdfunding* dalam mengumpulkan donasi. Dalam laporan mereka, jumlah donasi yang terkumpul melalui ACT adalah sebagai berikut:



Sumber: Laporan Keuangan Aksi Cepat Tanggap 2015-2018

Gambar 1.6 Laporan Jumlah Donasi ACT Tahun 2014-2018

Dalam gambar grafik diatas, dapat terlihat bahwa jumlah donasi yang diterima lembaga kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap (ACT) sejak periode 2014 – 2018 mengalami

fluktuasi pada 2 tahun pertama dan terjadi peningkatan pada 3 tahun setelahnya. Peningkatan yang terjadi sangat signifikan terjadi pada tahun 2018 dimana jumlah dana kemanusiaan yang diterima oleh tim ACT mencapai 437,2 Miliar. Namun dana tersebut merupakan dana yang terkumpul tidak hanya melalui sistem digital/*online*, melainkan melalui cara penerimaan uang secara tunai melalui perwakilan kantor cabang yang mereka miliki pula. Dan jumlah terkumpulnya donasi pada tahun 2018, jumlah yang dikumpulkan oleh ACT masih lebih sedikit dibandingkan dengan yang diterima oleh KitaBisa.com, serta peningkatan pada jumlah donasi dari setiap tahun (2014-2018) juga memiliki perbedaan yang sangat signifikan, dimana jumlah donasi yang diterima oleh KitaBisa.com meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Dengan begitu, dapat terlihat bahwa fenomena berdonasi melalui platform *online donation-based crowdfunding* sedang mengalami peningkatan positif selama 5 tahun terakhir.

Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian lebih lanjut mengenai mengapa terjadi peningkatan yang signifikan terhadap donasi yang terkumpul melalui platform *online donation-based crowdfunding*. Peneliti menggunakan variabel *Interpersonal connectivity*, *Attitude towards helping others*, serta *Social identification with crowdfunding community* (Rodriguez-Ricardo *et al.*, 2018) sebagai alat ukur terhadap niat untuk berpartisipasi dalam sebuah proyek *crowdfunding* (*Intention to participate in crowdfunding*).

Interpersonal connectivity adalah hubungan yang terjalin antara satu individu dengan individu lainnya yang berdasarkan adanya motivasi dan tujuan yang sama (DeVito, 2013). Dalam penelitian ini, *interpersonal connectivity* digunakan sebagai salah satu dari variabel yang menjelaskan bahwa dengan memiliki hubungan antar pribadi yang

telah terjalin akan memiliki pengaruh terhadap terbentuknya identitas sosial dari suatu individu, khususnya dalam terbentuknya komunitas *crowdfunding*.

Attitudes toward adalah bentuk evaluasi dari suatu objek baik itu positif atau negatif yang meliputi tiga komponen, yaitu efek, kesadaran, dan kebiasaan (Gilovich *et al.*, 2013). Dalam penelitian ini, variabel *attitudes toward* digunakan untuk mengukur bagaimana sikap dari para individu terhadap kondisi lingkungan sekitar mereka yang membutuhkan pertolongan. *Attitudes toward* juga digunakan sebagai salah satu variabel yang menjelaskan bahwa dengan adanya kesamaan sikap dari individu dalam menyikapi kondisi sekitar mereka yang membutuhkan bantuan akan memiliki pengaruh terhadap terbentuknya identitas sosial dari individu tersebut, khususnya dalam terbentuknya komunitas *crowdfunding*.

Social identification menjelaskan bahwa seseorang akan memiliki kemauan untuk bekerja sama dalam sebuah kelompok jika mereka merasa berada dalam bagian dari kelompok tersebut, atau dengan kata lain mereka sudah teridentifikasi dari bagian tersebut Muller *et al.* (2014). Dalam penelitian ini, variabel *social identification* merupakan variabel yang bersifat mediasi seperti yang dinyatakan dalam penelitian sebelumnya bahwa adanya variabel *social identification* ini berperan sebagai mediator dari variabel *interpersonal connectivity* dan *attitudes toward helping others* terhadap variabel *intention to participate in crowdfunding* (Rodriguez-Ricardo *et al.*, 2018). Hal yang sama juga dinyatakan oleh Fowler dan Kam (2007) bahwa *social identity* adalah konstruk yang dinamis yang dapat menjadi mediasi dalam hubungan antara partisipasi pada kelompok *online* dengan determinannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan beberapa masalah yang penulis rangkum sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara *Interpersonal connectivity* terhadap *Social identification with crowdfunding community*?
2. Apakah ada pengaruh antara *Attitudes toward helping others* terhadap *Social identification with crowdfunding community*?
3. Apakah *Social identification* sebagai variabel mediator dari hubungan *interpersonal connectivity* terhadap *intention to participate in crowdfunding*?
4. Apakah *Social identification* sebagai variabel mediator dari hubungan *attitudes toward helping others* terhadap *intention to participate in crowdfunding*?
5. Apakah ada pengaruh antara *Social identification with crowdfunding community* dengan *Intention to participate in crowdfunding*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini dibuat untuk beberapa tujuan, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara *Interpersonal connectivity* terhadap *Social identification with crowdfunding community*.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara *Attitudes toward helping others* terhadap *Social identification with crowdfunding community*.

3. Untuk mengetahui peran *Social identification* sebagai variabel mediator dari hubungan *interpersonal connectivity* terhadap *intention to participate in crowdfunding*
4. Untuk mengetahui peran *attitudes toward helping others* sebagai variabel mediator dari hubungan *interpersonal connectivity* terhadap *intention to participate in crowdfunding*
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara *Social identification with crowdfunding community* dengan *Intention to participate in crowdfunding*.

1.4 Batasan Penelitian

Untuk mendapatkan penelitian yang focus dan objek penelitian yang terlalu meluas dari pembahasan yang di maksud, penulis membatasi penelitian pada ruang lingkup berikut

1. Berfokus pada teknologi finansial *crowdfunding* yang berbasis donasi.
2. Berfokus kepada para individu yang belum pernah menggunakan platform *donation-based crowdfunding* sebagai objek penelitian.
3. Penelitian ini dibatasi oleh variabel-variabel *interpersonal connectivity*, *Attitudes toward helping others*, dan *Social identification with crowdfunding community*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna secara akademis, praktis, dan bagi penulis sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Memperluas wawasan dan informasi yang berkaitan dengan industri teknologi finansial, khususnya *donation-based crowdfunding*. Serta mengedukasi masyarakat tentang unsur-unsur apa saja yang mempengaruhi para donatur untuk ikut mengeluarkan/menyumbangkan donasi mereka melalui sistem donasi dalam jaringan (*online*).

2. Manfaat Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan untuk menjadi acuan dan juga pembelajaran bagi para mahasiswa maupun masyarakat luas yang hendak melakukan riset. Selain itu penelitian ini juga dapat memberi manfaat kepada komunitas, kelompok, maupun individu yang hendak melakukan donasi secara *online*.

3. Manfaat Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan penulis dalam teknologi finansial, donasi dan urun dana, dan faktor apa saja yang mempengaruhi donatur melakukan donasi. Dan juga mempertajam kemampuan penulis dalam melakukan analisa dan menambah ilmu pengetahuan secara umum.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan metodologi penelitian ini terdiri dari lima bab yang tiap babnya memiliki hubungan satu sama lainnya. Berikut sistematika penulisan yang sesuai dengan metodologi penelitian:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini, dijelaskan hal-hal yang menjadi latar belakang dari penelitian ini, yaitu berkembangnya penggunaan internet di Indonesia, kondisi dari penggunaan internet yang berkaitan dengan teknologi finansial, kondisi bencana alam yang menimpa Indonesia pada 2014-2018, serta informasi mengenai *donation-based crowdfunding*. Selain itu, pada bab ini juga, penulis menjelaskan secara singkat mengenai variabel-variabel yang berkaitan dengan *intention to participate in crowdfunding*. Rumusan dan tujuan penelitian dituliskan pada bab ini, dan juga tujuan penelitian dan batasan dari penelitian menjadi jawaban atas rumusan masalah yang disebutkan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian, seperti teori dari teknologi finansial, *intrapersonal connectivity*, *Attitudes toward helping others*, dan *social identification with the crowdfunding community*. Pada bab ini juga menjelaskan lebih rinci akan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dan juga keterkaitan antar-variabel secara teoritis, baik variabel independen maupun dependen. Teori-teori yang digunakan berdasarkan pada jurnal ilmiah, buku, dan juga literature-literatur lainnya yang berkaitan dengan tema penelitian.

BAB III: METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode apa yang digunakan selama penelitian, dengan memberikan gambaran dari penelitian yang ingin dilakukan. Kemudian menjelaskan desain dari penelitian, ruang lingkup penelitian yang meliputi target populasi penelitian, teknik sampling, prosedur dan juga tata cara pengambilan data. Di dalam bab ini juga akan dibahas mengenai operasional variabel yang digunakan sebagai dasar dalam pembuatan kuisisioner untuk para responden guna menjawab fenomena yang ada. Dan yang terakhir, pada bab ini juga ada penjelasan mengenai teknik analisis dalam mengolah data untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat pada bab-bab sebelumnya.

BAB IV: ANALISI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai analisis data serta pembahasannya untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel yang ada didalam penelitian ini. Analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan matematis, melakukan uji instrument pengukuran yang meliputi uji validasi data dan reliabilitas, dan menjelaskan deskripsi responden. Setiap variabel yang terkait dengan penelitian ini akan dibahas dan dijelaskan mengenai hasil uji validitas, uji reliabilitas, uji model struktural (SEM) dan uji hipotesis penelitian. Pada bab ini hasil penelitian akan dihubungkan dengan teori dan implikasi manajerial.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang dibuat oleh peneliti berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan. Kemudian peneliti memberikan saran untuk perusahaan yang dijadikan objek penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.