

# BAB I

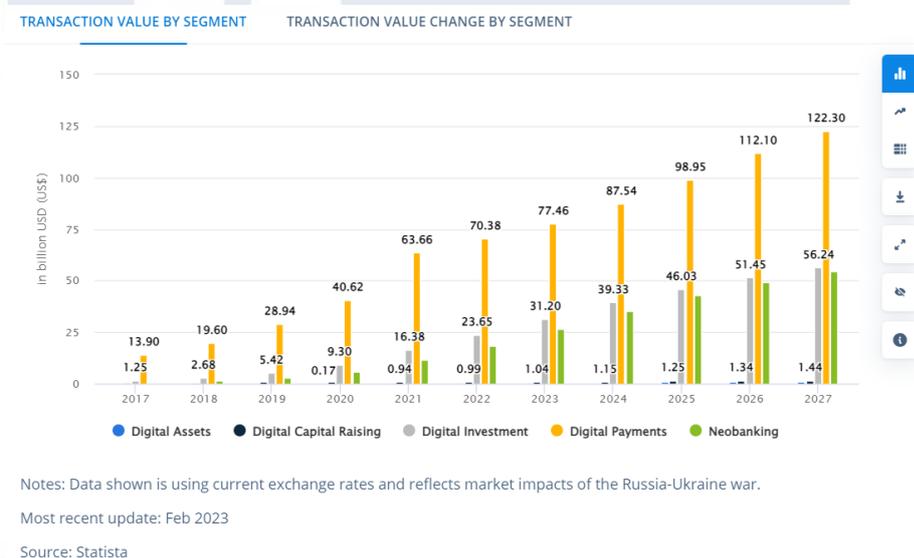
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan pesat teknologi di Indonesia telah memasuki revolusi industri 4.0 yang sangat menyokong dunia digital. Teknologi dan internet merupakan dua hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia saat ini. Perkembangan teknologi terjadi sangat cepat dan hasil perubahannya sangat terasa. Banyak hal yang berubah di sekitar kita mulai dari buku yang sudah berubah menjadi *e-book*, lagu yang disimpan di CD menjadi akun *spotify*, toko tanpa fisik (*online store*), dan lain-lain. Benda yang awalnya memiliki wujud fisik berubah menjadi sesuatu yang tak kasat mata atau menjadi digital. Adanya perkembangan teknologi ini tentunya sangat membantu manusia untuk dapat menghemat ruang dan waktu.

Industri keuangan juga menjadi salah satu target dari perubahan teknologi. Teknologi dan keuangan sudah tidak lagi berjalan sendiri-sendiri melainkan saling beriringan. Banyak perubahan yang terjadi pada industri keuangan akibat perkembangan teknologi yang kemudian disebut dengan *financial technology*. *Financial technology* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah cara transaksi konvensional seperti membawa sejumlah uang untuk dapat membeli sesuatu, kini dapat dilakukan dengan hitungan detik dan dari jarak yang jauh (Bank Indonesia, 2018). Produk dari *financial technology* sendiri terdiri dari bank digital yang dapat diakses hanya menggunakan *smartphone*, dompet yang sekarang dapat menyimpan banyak uang di dalam satu alat yang disebut dengan dompet digital (*e-wallet*), tempat dimana peminjam dan orang yang membutuhkan pinjaman tanpa harus bertemu langsung, hanya melalui *platform peer to peer lending*, uang kertas dan koin berubah menjadi *digital currencies* yang tidak berwujud, dll.

Penggunaan dari *financial technology* memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan penggunaan *financial technology* dari tahun ke tahun. Peningkatan ini dikarenakan kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan dari layanan berbasis digital ini mendorong masyarakat menggunakan *financial technology* untuk membantu pengelolaan uang sehari-harinya. Bahkan, peningkatan penggunaan *financial technology* diprediksi akan terus meningkat di tahun-tahun berikutnya seperti yang dapat dilihat dari grafik di bawah ini.



**Gambar 1.1 Pertumbuhan Nilai Transaksi FinTech Indonesia**

Sumber: Statista (2023)

Pada gambar di atas, *digital payments* menjadi *financial technology* yang diprediksikan akan mengalami peningkatan yang sangat tinggi dari tahun 2023 sampai tahun 2027. Kemudian diikuti oleh *digital investment* yang juga meningkat secara berkala dari tahun ke tahun. Tidak jauh beda dari *digital investment*, adalah *neo banking* atau bank digital. Pada gambar di atas, *neo banking* atau bank digital diprediksi akan mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya.

Bank digital merupakan bank yang memberikan pelayanan dan melakukan aktivitasnya secara digital dari awal hingga akhir (Pangesti, 2022).

Bank digital bisa berupa bank baru ataupun bank yang sudah lama ada namun sedang melakukan transformasi digital. *Neo bank* merupakan bank digital baru yang terpisah atau tanpa bantuan dari bank konvensional yang sudah ada (Mahendra, 2021). Oleh karena itu, *neo bank* merupakan bagian dari bank digital. Secara umum, bank digital di Indonesia didasari pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 Tentang Bank Umum Bab IV Nomor 1:

*“Bank Digital adalah **Bank BHI** yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain KP atau menggunakan kantor fisik terbatas.”*

Peraturan ini menunjukkan bahwa bank digital adalah Bank Berbadan Hukum Indonesia (BBHI) yang dapat menjalankan kegiatan usahanya tanpa memiliki kantor cabang tapi harus memiliki kantor pusat (Oktavira, 2022). Selain peraturan diatas, pengembangan dari bank digital ini juga diatur dalam Pasal 11 sampai dengan Pasal 22POJK/2021 yang mengatur pendirian *neo bank* yaitu bank BHI baru yang beroperasi sebagai bank digital dan Pasal 24POJK/2021 yang mengatur pengembangan bank konvensional menjadi bank digital (Oktavira, 2022).

*Digital bank* dengan *digital banking* memiliki arti yang berbeda. Dimana *digital bank* adalah bank baru hasil pengembangan dari bank konvensional atau bank yang berdiri sendiri dan diluncurkan dalam bentuk aplikasi digital, sedangkan *digital banking* merupakan layanan perbankan konvensional yang dapat dijumpai secara *online* (Asmita, 2023). Perbankan digital ini memiliki keunggulan dalam segi waktu dan ruang daripada internet dan *mobile banking* pada umumnya. Pengguna bank digital dapat mengakses semua layanan yang ada tanpa harus mengunjungi kantor cabang mulai dari pendaftaran sampai pada penutupan rekening.

Di Indonesia, pertumbuhan bank digital ini didorong dengan sangat kuat oleh negara (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Dukungan dari negara juga diberikan oleh OJK dengan cara membuat peraturan baru pembentukan bank digital yang tidak rumit, dan juga peningkatan keamanan siber untuk mengantisipasi adanya pencurian data nasabah. Pertumbuhan bank digital di Indonesia sendiri diawali dengan munculnya Bank Jenius milik Bank BTPN yang dirilis tahun 2016. Kemudian disusul dengan Bank Jago, Allo Bank, Sea Bank, dan lain-lain. Munculnya beberapa bank digital yang baru ini juga didorong oleh adanya pandemi Covid-19 yang mendigitalisasi hampir semua kegiatan masyarakat (Primus, 2022). Berikut ini merupakan daftar bank digital yang ada di Indonesia yang ada di Indonesia berdasarkan data dari Finantier (2022) & Yuliasuti (2023).

**Tabel 1.1 Daftar Bank Digital di Indonesia**

No	Nama Bank Digital	Nama Perusahaan
1	Jenius	PT Bank BTPN Tbk
2	Bank Jago	PT Bank Jago Tbk
3	Blu BCA	PT Bank Digital BCA
4	Digibank	PT Bank DBS Indonesia
5	TMRW	PT Bank UOB Indonesia
6	Neo Bank	PT Bank Neo Commerce
7	Wokee	PT Bank Bukopin Tbk
8	SeaBank	PT Bank SeaBank Indonesia
9	Motion	PT MNC Teknologi Nusantara
10	AlloBank	PT Allobank Indonesia Tbk
11	Aladin	PT Bank Aladin Syariah Tbk
12	Line Bank	PT Bank KEB Hana Indonesia
13	New Livin'	PT Bank Mandiri Tbk
14	Nyala	PT Bank OCBC NISP Tbk
15	Raya	PT Bank Rakyat Indonesia

Sumber: Finantier (2022) & Yuliasuti (2023)

Dari sejumlah bank digital yang ada di Indonesia, terdapat 10 bank yang paling sering digunakan di Indonesia. Data ini diambil dari hasil penelitian

Populix (2022) yang dikutip oleh GoodStat (2022). Dimana dalam penelitiannya ditemukan bahwa Bank Jago merupakan bank digital yang menduduki posisi pertama dengan jumlah 46% dari total responden. Kemudian disusul oleh *Bank Neo Commerce* dan *Jenius* dengan jumlah 40% dan 32% dari total responden. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Populix dirangkum dalam gambar di bawah ini.



**Gambar 1.2 10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia**

Sumber: GoodStats (2022)

Penggunaan bank digital ini didukung oleh keunggulan dari bank digital. Nasabah dapat melakukan transaksi dimanapun hanya dengan *smartphone* dan internet. Nasabah juga dapat menghemat waktu dan tidak perlu mengunjungi kantor cabang untuk melakukan pembuatan rekening karena dapat dilakukan secara *online*. Sehingga, menggunakan layanan pada bank digital ini tidak membuang banyak waktu nasabah. Selain itu, bunga yang ditawarkan oleh bank digital ini cenderung lebih tinggi dibandingkan bunga yang ditawarkan oleh bank konvensional (Pangesti 2022). Adanya tawaran bunga yang lebih tinggi ini dapat terjadi karena tidak adanya kantor cabang dari

bank digital. Tidak adanya kantor cabang berarti biaya operasional dari bank digital dapat berkurang dan dapat dialokasikan dengan memberikan suku bunga simpanan yang lebih tinggi dan suku pinjaman yang lebih rendah (Wijaya, 2021). Tingginya bunga yang ditawarkan oleh bank digital ini tidak dapat dipungkiri lagi menjadi alasan seseorang tertarik untuk menggunakan bank digital.

Di sisi lain, bank digital juga memiliki kelemahan. Kelemahan dari bank digital ini terletak pada adanya ketergantungan kepada internet. Ketika internet tidak dapat berfungsi dengan baik atau terjadi eror dalam sistem, maka segala aktivitas di dalam aplikasi akan mengalami eror dan tidak dapat digunakan. Selain itu, kelemahan bank digital juga terletak pada sistem keamanan. Jaringan keamanan dari sebuah aplikasi memang sudah berkembang dengan sangat baik, namun hal ini juga berpengaruh pada berkembangnya modus penipuan. Apalagi, pada bank digital, data nasabah dapat diketahui melalui aktivitas nasabah di sosial media, sehingga membuka celah yang besar untuk oknum-oknum yang ingin melakukan penipuan dan mencuri data nasabah (Bestari, 2021). Kasus pembobolan bank ini sempat terjadi pada Bank Jenius di tahun 2021 kemarin (Damara, 2021). Namun, untuk mendorong adanya pengguna bank digital di Indonesia, pemerintah terus mendorong adanya regulasi dan kebijakan yang dapat melindungi masyarakat yang menggunakan *financial technology*. Selain itu pemerintah juga akan meningkatkan konektivitas digital yang memadai agar bank digital dapat digunakan oleh banyak orang di Indonesia (Viska, 2022).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Populix menunjukkan hasil bahwa 64% masyarakat di Indonesia mengaku memiliki aplikasi perbankan atau finansial di *smartphone*-nya, dimana 33% nya mengaku memiliki aplikasi bank digital (Widi, 2022). Rata-rata pemilik rekening dari bank digital ini berasal dari generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang sudah memasuki usia produktif bekerja. Sehingga, rata-rata generasi milenial sudah memiliki penghasilan dan bertanggung jawab pada perencanaan keuangannya masing-masing. Penghasilan yang diperoleh oleh generasi

milenial perlu dibagi untuk biaya kebutuhan sehari-hari, tabungan atau investasi. Kebutuhan pembagian keuangan ini dapat dijawab dengan menggunakan bank digital (Lavenia, 2022).

Pada tahun 2022, Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) juga melaporkan adanya pertumbuhan pemilik rekening bank digital yang sangat cepat mencapai 8.000% di Mei 2022. Dimana pada akhir tahun 2020 jumlah pengguna bank digital sebesar 179.000 rekening, sedangkan di bulan Mei 2022 jumlah pengguna bank digital mencapai 28,3 juta rekening (Anggraeni, 2022). Namun, menurut Abdul Manap Pulungan seorang Ekonom Institute Development of Economics and Finance (Indef), adanya peningkatan yang sangat tinggi dari pemilik rekening bank digital ini kemungkinan disebabkan oleh nasabah yang hanya ingin menggunakan diskon dan potongan harga yang ditawarkan oleh bank digital (Jatmiko, 2022). Di awal perkenalannya, bank digital cenderung menggandeng perusahaan besar untuk melakukan promosi. Promosi yang dilakukan adalah dengan memberikan diskon atau potongan harga ketika melakukan pembelian pada suatu ritel tertentu jika membayar menggunakan bank digital. Salah satu contohnya adalah promo dimana harga tiket Trans Studio Cibubur akan mendapat potongan harga jika membayar menggunakan AlloBank (CNN Indonesia, 2022).

Selain itu, Senior Faculty Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) dalam Jatmiko (2022) juga mengatakan bahwa penambahan jumlah pemilik rekening bank digital ini mungkin hanya terjadi karena *euphoria* yang muncul ketika masa awal bank digital. Pada awal masa bank digital muncul, banyak masyarakat terutama generasi muda yang “ikut-ikutan” mengunduh aplikasi *digital bank* dan mencoba melakukan transaksi atau hanya sekedar melihat tampilan dari bank digital, namun tidak untuk digunakan sehari-hari.

Farel (2021) menyebutkan bahwa ternyata bank digital hanya menjadi *secondary bank*. Bank digital dianggap merepotkan, karena kebanyakan uang yang didapat ditransfer ke rekening bank konvensional sehingga uang tersebut harus dipindahkan ke rekening bank digital terlebih dahulu untuk dapat menggunakan akun bank digital ini. Selain itu, bank digital ini hanya

digunakan untuk memanfaatkan layanan yang tidak ditawarkan oleh bank konvensional. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) pada tahun 2022 bahwa ternyata peningkatan jumlah nominal simpanan pada bank digital ternyata hanya mencapai 56% saja, yaitu dari Rp. 31,6 triliun di akhir tahun 2020 menjadi Rp. 49,3 triliun di pertengahan tahun 2022 (Anggraeni, 2022).

Berdasarkan pada Hutauruk (2022), dicatatkan bahwa dari 947.000 pemilik rekening Blu by BCA pada Oktober 2022, hanya 40%-nya yang merupakan *Monthly Active Users* (MAU) atau pengguna aktif dari bank digital ini sendiri dan sisanya merupakan pengguna pasif atau pengguna yang sudah tidak aktif menggunakan bank digital lagi, karena promosi yang ditawarkan mulai terbatas. Sedangkan untuk Bank Neo Commerce, pada September 2022 tercatat memiliki hampir 20 juta nasabah dan hanya 10-15%-nya merupakan nasabah aktif dari Bank Neo Commerce. Di sisi lain, AlloBank sebagai bank digital yang baru diluncurkan pada Mei 2022, sudah memiliki 4,2 juta nasabah dalam waktu 6 bulan, dengan pengguna aktif 20% (Hutauruk, 2023). Dari ketiga bank digital ini, dapat dilihat bahwa pengguna aktif dari bank digital belum mencapai 50% dari total pemilik rekeningnya.

Adanya kelebihan yang dimiliki oleh bank digital dan dukungan dari pemerintah untuk peningkatan ekonomi digital ini tidak serta merta mendorong masyarakat untuk menggunakan bank digital sebagai tempat mereka melakukan transaksi keuangan. Bahkan beberapa ahli juga memandang bahwa pengguna bank digital hanya *euphoria* awal saja. Fenomena ini juga tercermin dari jumlah MAU sampai pada penghujung tahun 2022, belum mencapai 50% dari total pengguna bank digital. Fenomena ini yang kemudian menjadi alasan peneliti untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong nasabah bank digital sehingga bisa menjadi nasabah yang masih menggunakan bank digital secara berkelanjutan atau menjadi pengguna aktif dari bank digital untuk membantu transaksi keuangannya sehari-hari.

Melalui penelitian ini, peneliti akan meneliti bagaimana *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan

*attitude towards the service* dapat mempengaruhi *continuance intention to use digital bank* di Indonesia. *Perceived usefulness* merupakan persepsi nasabah tentang kemampuan untuk meningkatkan efisiensi kerja, misalnya dengan menghemat waktu, ketika mengakses layanan ke layanan dalam berbagai cara (Davis, 1993). *Perceived ease of use* merupakan tingkat kepercayaan nasabah terhadap suatu layanan untuk memberikan kebebasan dan kenyamanan (Davis, 1993, Jogiyanto, 2008). *Perceived risk* adalah persepsi tentang kerugian yang mungkin dialami oleh nasabah ketika menggunakan suatu layanan (Glover & Benbasat, 2010).

*Trust* merupakan faktor yang mempengaruhi perasaan aman dari nasabah ketika menggunakan suatu layanan tanpa harus mengkhawatirkan risiko yang akan dihadapi (Gefen, Karahanna & Straub, 2003). *Convenience* merupakan kenyamanan yang dirasakan oleh nasabah ketika menggunakan suatu layanan secara mudah dan memiliki efisiensi (Seiders, et.al., 2007). *Attitude towards the service* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan yang diinginkannya. Semakin baik pandangan yang dimiliki terhadap suatu layanan maka layanan tersebut akan lebih mudah diterima (Nguyen, 2020). *Continuance intention to use* merupakan niat nasabah untuk dapat melakukan suatu perilaku tertentu secara terus-menerus (Yadav & Pathak, 2017).

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Nguyen (2020) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang kuat terhadap *intention to use* pada *digital banking*. Sedangkan *perceived risk* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *intention to use* yang menandakan bahwa semakin kecil *perceived risk* akan semakin tinggi *attitude towards digital banking* dan *intention to use*. Penelitian yang dilakukan oleh Armanditya & Rahmiati (2020) menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived risk* & *trust* merupakan faktor penting yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet*.

Nguyen (2020) dan Chen & Farkas (2019) menyatakan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh terhadap *intention to use* & *attitude towards*

*service*. Dalam penelitian lain yang dilakukan Hutapea & Wijaya (2021) menunjukkan bahwa *perceived risk & trust* berpengaruh pada *actual usage of fintech service*. Demikian juga pada penelitian yang dilakukan oleh Putritama (2019) menunjukkan bahwa *convenience* memiliki pengaruh yang bersifat tidak langsung terhadap *continuance usage intention* pada produk *financial technology*.

Berdasarkan pada fenomena, permasalahan dan penelitian terdahulu diatas, peneliti ingin mengangkat topik ini untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi keinginan generasi milenial yang memilih bank digital sebagai tempat mereka mengelola keuangannya. Faktor-faktor yang mempengaruhi *continuance intention to use digital bank* dibatasi pada *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan *attitude towards digital bank* pada generasi milenial. Selain itu, belum banyak penelitian di Indonesia yang membahas *digital bank* sebagai objek dari penelitian ini.

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang terjadi diatas, maka peneliti membuat beberapa kesimpulan mengenai rumusan masalah dan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?
2. Apakah *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Continuance Intention to Use Digital Bank* pada generasi milenial?
3. Apakah *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Perceived Usefulness* pada generasi milenial?
4. Apakah *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?
5. Apakah *Perceived Risk* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?

6. Apakah *Trust* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Perceived Risk* pada generasi milenial?
7. Apakah *Trust* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?
8. Apakah *Convenience* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Continuance Intention to Use Digital Bank* pada generasi milenial?
9. Apakah *Attitude Towards the service* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Continuance Intention to Use Digital bank* pada generasi milenial?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh positif *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?
2. Mengetahui pengaruh positif *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention to Use Digital Bank* pada generasi milenial?
3. Mengetahui pengaruh positif *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* pada generasi milenial?
4. Mengetahui pengaruh positif *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?
5. Mengetahui pengaruh negatif *Perceived Risk* terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?
6. Mengetahui pengaruh positif *Trust* terhadap *Perceived Risk* pada generasi milenial?
7. Mengetahui pengaruh positif *Trust* terhadap *Attitude Towards the service* pada generasi milenial?
8. Mengetahui pengaruh positif *Convenience* terhadap *Continuance Intention to Use Digital Bank* pada generasi milenial?

9. Mengetahui pengaruh positif *Attitude Towards the service* terhadap *Continuance Intention to Use Digital Bank* pada generasi milenial?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan *attitude towards the service* terhadap *continuance intention to use digital bank* di Indonesia ini diharapkan dapat memberikan edukasi dan informasi bagi individu untuk dapat memahami alasan dari pemilihan bank digital sebagai alat pengelola keuangan.

##### **1. Manfaat Praktis**

Peneliti berharap melalui penelitian ini pembaca dapat lebih memahami alasan dari generasi milenial memilih bank digital sebagai sistem perbankan berdasarkan *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, *attitude towards the service*, meskipun banyak orang yang masih meragukan *digital bank* ini.

##### **2. Manfaat Akademis**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk penelitian lainnya dengan topik yang serupa sehingga dapat memberikan sumbangsih bagi peningkatan ilmu pengetahuan di Indonesia mengenai *continuance intention to use financial technology* khususnya *digital bank*.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini dibatasi dengan mengambil sampel dari generasi milenial. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan diambil dari hasil kuesioner pada *google form* yang dikumpulkan mulai bulan April 2023 sampai dengan bulan Mei 2023 melalui kuesioner yang akan

disebarkan secara *online*. Selain usia, adapun kriteria yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah responden yang memiliki akun bank digital. Penelitian ini menggunakan variabel eksogen *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, *convenience*, dan *attitude towards the service* serta *continuance intention to use digital bank* sebagai variabel endogen.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Penelitian skripsi ini memiliki lima bab yang telah disesuaikan dengan syarat yang sudah ditetapkan. Setiap bab pada penelitian ini memiliki keterkaitan satu sama lain. Berikut ini merupakan ringkasan mengenai isi dari kelima bab di dalam penelitian ini.

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai latar belakang dari penelitian ini seperti fenomena dan masalah yang muncul sehingga penelitian ini dibuat, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dilakukan, manfaat, batasan dan sistematika penelitian laporan skripsi ini.

### **BAB II Landasan Teori**

Pada bab berikutnya, peneliti akan membahas mengenai garis besar dari teori-teori yang digunakan untuk menguji penelitian, membuat model penelitian, hipotesis, dan dukungan dari penelitian terdahulu untuk memperkuat penelitian ini.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Bab berikut ini akan membahas mengenai objek penelitian, desain penelitian, ruang lingkup penelitian, tabel operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dan teknis analisis data yang akan digunakan untuk menguji hasil dari penelitian ini.

#### **BAB IV Analisis dan Pembahasan**

Dalam bab ini, peneliti akan membahas hasil dan analisis dari data yang sudah dikumpulkan baik *pre-test* dan *main test* serta interpretasi secara rinci dari hasil penelitian yang sudah didapatkan.

#### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Pada bab yang terakhir ini, peneliti akan membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA