

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha saat ini semakin meningkat jika dipandang dari berbagai aspek. Para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan inovasi baru demi menarik perhatian konsumen baik dari penampilan usaha, lokasi, pelayanan hingga produk yang dijualnya. Dari beberapa gebrakan yang dilakukan pelaku usaha, hal yang perlu diperhatikan dalam usaha yakni bagaimana upaya untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen sehingga konsumen akan kembali membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Jonathan,dkk (2021) Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan produk yang berkualitas. Kualitas produk dapat dikatakan baik jika produk tersebut memiliki kualitas dan mutu yang baik, sebagai yang sesuai dengan yang diharapkan oleh setiap konsumen.

Setiap pelaku usaha yang mampu memberikan jaminan produk yang berkualitas untuk konsumen dapat memberikan dampak yang besar terhadap kepercayaan dan kepuasan konsumen. Jaminan produk ini tidak hanya pada kebersihan dan rasa, namun juga asal muasal atau dari mana dan bagaimana status produk tersebut. Salah satu pelaku usaha yang menjual produk yakni kedai kopi.

Dalam persaingan bisnis yang serupa, suatu *brand* harus memberikan kualitas yang lebih baik dari para pesaing di satu sisi dan disisi lain, konsumen akan selalu membandingkan antara harapan dan kualitas yang dirasakan atau yang diterima. Kualitas produk merupakan keunggulan suatu produk yang mendefinisikan tentang

kemampuan suatu produk dalam memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas produk yang telah ditentukan.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Syifa Nur Febriani (2023) “kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Jika konsumen sudah terpenuhi kebutuhannya maka produk tersebut bisa dikatakan berkualitas. Kualitas produk juga merupakan faktor yang menentukan kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk”.

Tidak semua kedai kopi memiliki konsumen setia atau konsumen tetap, faktor ini bisa disebabkan karena rasa kopi yang tidak sesuai dengan selera konsumen. Sekalipun memiliki atau menyediakan fasilitas kedai kopi yang mewah atau lebih lengkap dari kedai kopi lainnya. Ada pula kedai-kedai kopi yang memperoleh konsumen hanya dari lalu lalang pengendara atau masyarakat seperti misalnya di lokasi-lokasi jalan lintas atau wisata. Namun umumnya seorang pelaku usaha akan membangun kedai kopi yang disekelilingnya terdapat orang ramai atau penduduk atau menjadi tempat berkumpulnya komoditas-komoditas tertentu sehingga sampai ketangan konsumen untuk membeli kopi akan lebih sering. Sebagai konsumen pula tentunya akan memilih kedai kopi yang memiliki cita rasa kopi yang nikmat dilidah konsumen.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan produk kopi yang diminum, cenderung akan bersikap loyal. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan

spesifikasi, estetika produk, dan juga kesan produk. Dengan memperhatikan kualitas dari suatu produk, menentukan tinggi rendahnya kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam Fahmi Firdaus Ruffiansah dan Agus Hermani Daryanto Seno (2020) menyebutkan terdapat beberapa ciri utama dalam melihat kepuasan konsumen. Ciri tersebut ialah lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya. Sedangkan kepuasan konsumen yang rendah adalah ketika kesetiaan konsumen tidak berlangsung lama, tidak membeli lebih banyak produk ketika perusahaan mengeluarkan produk baru, tidak membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, memberikan perhatian lebih kepada produk perusahaan pesaing, tidak menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan transaksi yang dilakukan tidak rutin.

Kepuasan konsumen ini mencakup seluruh sektor usaha termasuk sektor kuliner seperti minuman dan makanan. Lumrahnya yang berlaku dimasyarakat, konsumen akan dengan senang hati mengingat dan mengunjungi kembali tempat yang pernah ia kunjungi untuk kembali membeli produk yang berdasarkan penilaiannya enak, bersih dan terjamin mutunya.

Berdasarkan latar belakang ini dapat kita lihat bersama bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas ini dapat berupa identitas atau status dari produk tersebut maupun rasa, karakter, ataupun bentuk dari produk tersebut. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk dapat ditentukan dari tingkat kualitas produk yang disajikan atau diberikan kepada konsumen.

Bintan salah satu wilayah kabupaten/kota di Provinsi Kepulauan Riau. Bintan selain dikenal sebagai daerah wisata pesisirnya, juga dikenal sebagai daerah wisata kuliner. Kuliner-kuliner khas Bintan yang mayoritas penduduknya adalah suku Melayu, dapat dengan mudah ditemui diwarung-warung baik warung makanan maupun termasuk pula disediakan di kedai-kedai kopi sebagai pendamping minuman kopi bagi konsumen. Walaupun tidak seperti kota Tanjungpinang yang banyak orang dikenal sebagai kota “Seribu Kedai Kopi”, namun setiap wilayah di kabupaten Bintan ini dapat pula dengan mudah ditemui kedai-kedai kopi yang berjejeran di pinggir jalan. Hampir di setiap sudut wilayah di Bintan yang ada penduduknya memiliki kedai kopi dengan ciri khas dan cita rasanya tersendiri.

Bahkan di beberapa wilayah dalam satu lokasi tertentu, kedai kopi di Bintan berjejeran dan saling berdekatan satu dengan yang lainnya. Dari sekian banyak kedai kopi di Bintan, kedai kopi Alvaro menjadi salah satu pilihan masyarakat.

Berdiri sejak tahun 2022, kedai kopi Alvaro mendapat posisi tersendiri dari konsumen. Kepuasan ini diperoleh melalui produk kopi yang dianggap berkualitas dan cita rasa yang enak yang dirasakan oleh konsumen sehingga menjadi alasan pula konsumen kembali untuk membeli produknya secara berulang dan terus menerus. Selain kedai kopi Alvaro, sebenarnya masih terdapat beberapa kedai kopi lainnya yang terletak tidak jauh dari lokasi kedai kopi Alvaro. Berdasarkan pengamatan sementara peneliti di lapangan, nuansa keramaian di kedai kopi Alvaro jika dibandingkan dengan kedai kopi lainnya yang juga berdekatan, menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk mendalami lebih jauh.

Selain produk minuman kopi, kedai kopi Alvaro juga menyediakan berbagai menu makanan dan minuman, lainnya baik diwaktu sarapan, siang maupun diwaktu malam. Namun rata-rata konsumen mengunjungi kedai kopi Alvaro bertujuan untuk menikmati produk kopi yang disajikan. Imam mengatakan terdapat banyak konsumen tetap yang sejak kedai kopi ini berdiri hingga hari ini, konsumen tersebut menjadi konsumen setia di kedai kopi Alvaro. (Hasil wawancara peneliti bersama pemilik kedai kopi Alvaro pada 24 Mei 2025).

Kedai kopi Alvaro berlokasi di jalan Nusantara KM 18 arah Kijang, Bintan, Kepulauan Riau. Sebagaimana kedai-kedai kopi lainnya, kedai kopi Alvaro menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman baik dari produk kopi maupun produk lainnya. Jika dilakukan perbandingan dengan penggunaan produk kopi sebagai bahan baku utama pembuatan kopi di kedai kopi lainnya, kedai kopi Alvaro memiliki cara tersendiri dalam menyajikan kopi dengan racikan yang khas. Kedai kopi Alvaro menggunakan produk kopi dengan merek “Kawan Lama”. Produk kopi ini dianggap memiliki kualitas rasa dan karakter kopi yang enak dan unik, sehingga menjadi pilihan pemilik kedai kopi Alvaro menggunakan produk kopi Kawan Lama. (Hasil wawancara peneliti bersama pemilik kedai kopi Alvaro pada 24 Mei 2025).

Dilokasi yang sama, terdapat beberapa kedai kopi yang dapat dengan mudah ditemui atau dikunjungi. Beberapa kedai kopi ini saat ini masih ada yang beroperasi dan ada pula yang sudah tutup, diantaranya:

Tabel 1.1
Daftar Kedai Kopi di KM 18

No.	Nama Kedai Kopi	Tahun Berdiri
1.	Kedai Kopi Uno	2017
2.	Kedai Kopi Latansa	2018
3.	Kedai Kopi Aliya	2022
4.	Kedai Kopi Alvaro	2022

Sumber: Hasil wawancara pemilik kedai kopi Alvaro, 2025.

Meski beberapa kedai kopi ini terletak tidak jauh dari kedai kopi Alvaro, namun berdasarkan observasi sementara yang peneliti lakukan, peneliti memberikan asumsi bahwa kedai kopi Alvaro cenderung lebih ramai dikunjungi oleh konsumen dibandingkan kedai kopi lainnya. Selain memiliki tempat yang luas dan terbuka, pelayanan yang baik dan ramah, kedai kopi Alvaro dikenal dengan cita rasa kopinya yang menurut konsumennya terasa lebih enak.

Dalam jangka waktu satu bulan, kedai kopi Alvaro mampu menghabiskan 40 kg sampai dengan 60 kg kopi. Setiap 1 kg kopi dapat menghasilkan 35 sampai dengan 40 cangkir kopi tergantung pada takaran air dan kopi yang diseduh. Sedangkan untuk perharinya, kedai kopi Alvaro dapat menghabiskan sebanyak 1,5 kg sampai dengan 3 kg perharinya dalam kondisi ramai pengunjung.

Sehingga berdasarkan hal ini pula, Imam Basirun sebagai pemilik kedai kopi Alvaro berpendapat, jika satu orang pengunjung membeli satu produk, dengan rata-rata pembeli 38 cangkir perkilo (rata-rata dari 35-40 cangkir/kilo), maka dalam satu bulan kedai kopi Alvaro mampu menghabiskan sebanyak 1.520 cangkir dalam 40 kilo kopi sampai dengan 2.280 cangkir kopi dalam 60 kilo kopi setiap bulannya atau 54 cangkir kopi sampai dengan 114 cangkir kopi perharinya. Ini meningkat

lebih tinggi dari tahun sebelumnya yakni berkisar 1.140 cangkir hingga 100 produk terjual (Hasil wawancara peneliti bersama pemilik kedai kopi Alvaro pada 24 Mei 2025).

Berdasarkan hasil observasi tersebut, secara kasar dapat diperkirakan sementara pendapatan kedai kopi Alvaro dalam satu bulan dengan rata-rata jumlah kopi yang dihabiskan dalam satu bulan sebanyak 55 kg (rata-rata dari 40-60 kg), dengan rata-rata harga secangkir kopi yaitu Rp 7.000, pendapatan perbulan kedai kopi Alvaro mencapai Rp 14.630.000. Pendapatan ini meningkat dari tahun sebelumnya yakni berkisar Rp 6.840.000 dengan rata-rata penjualan 30 kg per bulan atau 1 kg perhari hingga Rp 10.000.000 dengan rata-rata penjualan 45 kg perbulan atau 1,5 kg perhari. Pendapatan ini tentunya tidak diperoleh begitu saja, konsumen yang datang berulang untuk membeli produk di kedai kopi Alvaro memiliki alasannya tersendiri. Dilihat dari beberapa pendapat konsumen, bahkan ada konsumen tetap yang sejak didirikan beberapa tahun yang lalu masih setia dan loyal mengunjungi kedai kopi Alvaro. Ini menunjukkan bahwa konsumen yang merasa puas dengan produk yang dibeli akan menunjukkan sikap yang loyal.

Dalam upaya memperkuat argumentasi pada latar belakang penelitian, peneliti melakukan penggalan data bersama tiga orang konsumen kedai kopi Alvaro. Dalam penggalan data tersebut, dengan merujuk pada kuesioner observasi berdasarkan indikator kualitas produk, inovasi produk, dan loyalitas konsumen, diperoleh informasi bahwa konsumen kedai kopi Alvaro cenderung lebih sering datang untuk menikmati atau membeli produk minuman di kedai kopi Alvaro didukung oleh beberapa faktor diantaranya yakni:

1. Rasa kopi yang dirasa enak
2. Komposisi kopi dan susu atau gula yang dirasa tepat
3. Tampilan kopi yang terlihat bersih dan menarik
4. Produk kopi yang dianggap berkualitas (hasil wawancara peneliti bersama responden 05 Desember 2025).

Selain memperhatikan dan menjamin produk yang berkualitas, penting pula bagi setiap pelaku usaha untuk memperhatikan inovasi dari produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen. Inovasi produk bagi pelaku usaha merupakan faktor penting didalam pengaruh peningkatan penjualan usaha. Konsumen dapat merasakan kepuasan atau sebaliknya hanya disebabkan oleh produk yang terkesan biasa atau sama dengan produk pada umumnya yang buat oleh penjual. Saat ini kehadiran kedai kopi di wilayah Bintan sudah mejadi usaha yang komoditas. Maraknya pelaku usaha kedai kopi menjadi tantangan tersendiri untuk menentukan produk yang dapat bersaing dengan pelaku usaha kedai kopi lainnya.

Untuk lebih rincinya lagi mengenai perkiraan peningkatan pendapatan dan peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2
Perkiraan Peningkatan Pendapatan dan Penjualan Kedai Kopi Alvaro
Dalam Rentang Tahun 2024 s/d 2025

Tahun	Perkiraan Penjualan		Perkiraan Pendapatan (*dalam ribuan rupiah)		Jenis Produk
	Perbulan	Pertahun	Perbulan	Pertahun	
2023	760- 1.330 cangkir	9.120- 15.960 cangkir	Rp5.320- Rp9.310	Rp63.840- Rp111.720	Kopi susu, kopi O

Tahun	Perkiraan Penjualan		Perkiraan Pendapatan (*dalam ribuan rupiah)		Jenis Produk
	Perbulan	Pertahun	Perbulan	Pertahun	
2024	1.140- 1.710 cangkir	13.680- 20.520 cangkir	Rp7.980- Rp11.710	Rp95.760- Rp143.640	Kopi susu, kopi O
2025	1.520- 2.280 cangkir	18.240- 27.360 cangkir	Rp10.640- Rp15.960	Rp127.680- Rp191.520	Kopi susu, kopi O

Sumber: Hasil wawancara pemilik kedai kopi Alvaro, 2025.

Inovasi produk menjadi nilai tersendiri bagi pesaing-pesaing pelaku usaha lainnya untuk menarik perhatian dan daya beli konsumen. Konsumen umumnya lebih tertarik dan senang dengan produk-produk terbaru atau unik, sehingga dengan demikian daya beli konsumen terhadap produk yang inovatif dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Menurut Lestari *et.al* (2022) menyebutkan “inovasi produk sangat berpengaruh pada keunggulan bersaing, hal ini dijelaskan bahwa inovasi produk sangat penting bagi perusahaan, untuk mencapai keunggulan bersaing perusahaan harus mengembangkan produk agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya”.

Kedai kopi Alvaro selalu berupaya untuk menyuguhkan produk-produk yang baik dan menarik bagi konsumennya. Sebagaimana yang diketahui, setiap penyajian produk kopi misalnya, kedai kopi Alvaro senantiasa menjaga bahan dasar kopi yang digunakan dan penggunaan kopi yang tidak secara berulang. Berbeda dengan beberapa kedai kopi lainnya yang menggunakan bahan dasar kopi yang

selalu berganti produk dan menggunakan penyaringan berkali-kali. Hal ini memberikan pengaruh terhadap cita rasa dan karakter dari produk kopi itu sendiri.

Pelaku usaha harus dapat menemukan inovasi baru terhadap produk-produk yang mereka jual. Hal ini pula tidak terlpas dari sejauh mana pelaku usaha mampu untuk menciptakan produk-produk baru yang berkualitas. Konsumen tidak akan membeli suatu produk atau jasa apabila dirasa produk atau jasa tersebut tidak memiliki kualitas yang memadai. Kualitas yang memadai akan memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan layak dan sesuai dengan kebutuhan calon konsumen. Sehingga pembelian produk atau jasa tersebut tidak akan menimbulkan rasa kecewa pada diri konsumen.

Salah satu inovasi yang produk yang pernah dilakukan oleh kedai kopi Alvaro yakni kopi colek. Kopi colek merupakan satu produk kopi yang diracik dengan racikan khusus oleh pemilik kedai kopi Alvaro. Kopi colek ini bertujuan untuk mencitpakan rasa yang khas yang dapat menarik perhatian konsumennya.

Inovasi dari produk sangat di butuhkan sebab produk baru dapat dikembangkan dengan memberikan banyaknya manfaat dan terdapat dampak positif yang akan dirasakan. Inovasi sebuah produk mesti dilakukan selalu. Produk yang memiliki inovasi akan mendapat apresiasi dari setiap konsumen, sehingga dapat memperoleh lebih banyak konsumen dan dapat meningkatkan daya unggu bersaing bagi pelaku usaha.

Hubungan diantara peningkatan penjualan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk dan inovasi produk yang disajikan atau dijual atau dikemas dengan cara yang unik dan menarik bagi konsumen sehingga konsumen mau membeli produk

tersebut. Menurut Mulyadi dalam Dian Pelari *et.al* (2024) menyatakan penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan impian akan mendapatkan laba dari terdapatnya transaksi transaksi tersebut dan penjualan bisa diartikan sebagai mengalihkan atau memindahkan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli. Lebih lanjut, dijelaskan bahwa indikator penjualan menurut Basu Swastha diantaranya yaitu:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual. Pada dasarnya, setiap transaksi penjualan melibatkan dua pihak: penjual dan pembeli. Tujuan utama penjualan adalah membujuk pembeli untuk melakukan pembelian sehingga pembelian tersebut mencapai tujuan penjualan. Untuk mencapai hal ini, penjual harus memahami aspek-aspek seperti lokasi toko, suasana, metode pembayaran, dan periklanan.
2. Kondisi Pasar. Pasar adalah tempat terjadinya transaksi penjualan; dengan kata lain, tempat terjadinya interaksi antara penjual dan pembeli. Pasar berfungsi sebagai tempat utama bagi penjual untuk menawarkan produk kepada pembeli. Oleh karena itu, penjual harus mempertimbangkan kondisi pasar, seperti jenis pasar konsumen, industri, ritel, nasional, atau internasional. Jenis dan fitur produk, harganya, dan kelengkapan kemasan juga harus dipertimbangkan.
3. Modal. Awalnya, pembeli tidak familiar dengan produk yang ditawarkan, sehingga penjual harus melakukan segala upaya untuk memperkenalkan produk tersebut kepada pembeli. Untuk melaksanakan tujuan tersebut diperlukan sarana usaha seperti alat transportasi, tempat peragaan, dan

biaya promosi. Semua hal tersebut dapat dilakukan apabila penjual mempunyai cukup modal yang diperlukan.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik untuk mendalami dan menganalisa bagaimana **“Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Loyalitas Konsumen Di Kedai Kopi Alvaro”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, identifikasi masalah didalam penelitian ini yakni:

1. Belum optimalnya konsistensi kualitas produk pada kedai kopi sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen.
2. Tingginya persaingan antar kedai kopi di wilayah Bintan menyebabkan perlunya strategi kualitas dan inovasi produk yang lebih kuat.
3. Belum maksimalnya inovasi produk dalam menarik konsumen secara berkelanjutan.
4. Belum terukurnya pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap loyalitas dan peningkatan penjualan di Kedai Kopi Alvaro.

1.3. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah didalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di kedai kopi Alvaro?
4. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di kedai kopi Alvaro?
5. Apakah loyalitas konsumen berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro melalui loyalitas konsumen?
7. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro melalui loyalitas konsumen?

1.4. Pembatasan Masalah

Untuk mempermudah dan memberikan fokus terhadap penelitian ini, dibutuhkan batasan-batasan tertentu. Maka berdasarkan identifikasi masalah diatas, batasan masalah didalam penelitian ini ialah berkaitan dengan kualitas produk dan inovasi produk yang dijual, peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen di kedai kopi Alvaro.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di kedai kopi Alvaro
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen di kedai kopi Alvaro
5. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas konsumen terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro melalui loyalitas konsumen
7. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan penjualan di kedai kopi Alvaro melalui loyalitas konsumen

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis: Sebagai bahan referensi, pengetahuan, dan ilmu bagi peneliti selanjutnya
2. Secara Praktis: Sebagai bahan untuk informasi dan acuan bagi Masyarakat.

1.7. Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Mencakup mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat dari penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup tentang teori-teori dan hasil-hasil penelitian sebelumnya serta jurnal yang relevan dengan variabel yang

menjadi objek didalam penelitian ini. Didalam penelitian ini akan menguraikan kajian pustaka yang memuat penjelasan- penjelasan atau teori-teori yang menyangkut variabel baik variabel terikat (Y) , variabel bebas (X) maupun variabel intervening (Z) melalui pendefinisian dan uraian yang lengkap dan mendalam dari berbagai referensi sehingga ruang lingkup, kedudukan dan prediksi terhadap hubungan antar variabel menjadi terarah dan jelas. Selain itu didalam bab ini terdapat pula keangka pemikiran dan hipotesis,

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menguraikan design penelitian, operasional variabel penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data. Ini bertujuan sebagai acuan peneliti didalam membedah masalah yang peneliti angkat serta memperoleh hasil penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan membahas temuan-temuan penelitian dan hasil akhir penelitian berdasarkan pengolahan data dan metodologi penelitian yang peneliti gunakan sebagai hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian bab ini memuat kesimpulan dari penelitian dan saran-saran.