BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi pada bidang ekonomi. Terdapat inovasi dalam sistem pembayaran yaitu *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) yang secara resmi diluncurkan oleh Bank Indonesia. Hadirnya inovasi QRIS memungkinkan transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan fleksibel. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan QRIS terus mengalami pertumbuhan signifikan. Tercatat pada tahun 2025 jumlah pengguna sistem pembayaran digital QRIS ini mencapai 2,6 miliar dengan total nominal sebesar Rp262,1 triliun. Pada bulan Januari 2025 tercatat bahwa jumlah transaksi digital QRIS mencapai Rp80,88 triliun dengan pengguna transaksi 790,79 juta transaksi. Dari data tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan transaksi tahunan mencapai 170,1% (Zed dkk., 2025). Adanya peningkatan ini menunjukkan bahwa QRIS telah menjadi bagian dari rutinitas konsumsi masyarakat Indonesia, khususnya dalam transaksi sehari-hari.

Dengan adanya perubahan cara bertransaksi tersebut, terdapat potensi individu dalam *impulse buying*. Ketika pembayaran tidak lagi dilakukan secara tunai dan fisik, pengalaman psikologis serta kontrol reflektif terhadap pengeluaran dapat berubah. Rook (1987) menjelaskan bahwa *impulse buying* merupakan bentuk perilaku individu yang muncul secara tiba-tiba, didorong oleh dorongan emosional, dan sering kali minim pertimbangan rasional utnuk melakukan pembelian atau melakukan transaksi. Dalam konteks sistem pembayaran digital, kemudahan transaksi dapat mengurangi "rasa kehilangan uang" yang biasanya muncul dalam pembayaran tunai, sehingga berpotensi meningkatkan kecenderungan *impulse buying*.

Untuk memahami mengapa teknologi pembayaran digital seperti QRIS dapat diterima dan digunakan secara luas oleh masyarakat, terdapat penelitian sebelumnya yang menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Davis (1989) menyatakan bahwa penerimaan teknologi dapat dipengaruhi oleh dua faktor

utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Meskipun hal ini dikembangkan dalam kajian sistem informasi, kedua persepsi ini tidak lepas dengan konteks sosial pengguna. Hal yang dianggap "mudah" dan "bermanfaat" sering kali dibentuk oleh pengalaman kolektif, pengaruh lingkungan sosial, serta norma kelompok yang berlaku.

Dalam konteks komunitas atau organisasi sosial, penggunaan pembayaran digital QRIS dapat menjadi bagian dari gaya hidup dan praktik sosial bersama. Pilihan menggunakan metode pembayaran digital tidak hanya berdasarkan pada pertimbangan teknis, tetapi juga berkaitan dengan modernitas serta kesesuaian pengguna atau individu dengan kelompok sosial. Oleh karena itu, hubungan antara persepsi kemudahan dan kemanfaatan QRIS dengan *impulse buying* perlu dipahami tidak hanya sebagai hubungan individual, tetapi juga sebagai fenomena sosial.

Pada penelitian ini, populasi yang dipilih sebagai objek penelitian yaitu anggota organisasi Miss Bantul. Organisasi ini dipilih karena kelompok tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan adanya kecenderungan penggunaan teknologi pembayaran digital pada aktivitas transaksi sehari-hari. Anggota organisasi Miss Bantul merupakan sekelompok individu yang menjadi sorotan sebagai perempuan yang aktif pada kegiatan sosial serta memiliki interaksi yang cukup tinggi dengan teknologi modern. Anggota organisasi ini berusia produktif dan mengikuti perkembangan gaya hidup modern serta sistem pembayaran digital. Dengan adanya karakteristik tersebut, anggota organisasi Miss Bantul dapat dinilai sesuai sebagai populasi penelitian untuk mengkaji hubungan persepsi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan QRIS dengan *impulse buying*.

Hasil penelitian yang sebelumnya yang mengkaji tentang pola *impulse buying* generasi Z dalam penggunaan QRIS menunjukkan bahwa terdapat pergeseran budaya sistem pembayaran. Perubahan tersebut terjadi karena transaksi digital memberikan rasa nyaman serta efisien. Transaksi pembayaran digital menggunakan QRIS lebih digemari karena masyarakat tidak perlu lagi membawa uang tunai dan proses transaksi lebih cepat (Amelia dkk., 2025). Penelitian Akhmal & Lutviani (2024) menunjukkan bahwa QRIS mempengaruhi perilaku konsumtif, khususnya

implusive buying pada generasi Z (41%), generasi milenial (34%), dan generasi X (31%). Hal ini dapat menjadi perhatian para pengguna QRIS agar tetap bijak dalam penggunaan sistem pembayaran QRIS.

Meskipun pada beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji penggunaan QRIS dan perilaku konsumtif, masih terdapat cela dalam kajian bagaimana persepsi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan QRIS yang merupakan bagian dari penerimaan Technology Acceptance Model (TAM) berhubungan dengan perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya fokus pada aspek adopsi teknologi dengan perilaku konsumtif, dan belum secara spesifik mengkaji hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan pengguna QRIS terhadap perilaku konsumtif.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan oleh penulis, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

a) Apakah ada hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan QRIS dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul yang menggunakan QRIS?

b) Apakah ada hubungan antara persepsi kemanfaatan pengguna QRIS dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul yang menggunakan QRIS?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan adanya rumusan masalah yang telah dibuat oleh penulis, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

a) Untuk mengetahui hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan QRIS dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul yang menggunakan QRIS.

b) Untuk mengetahui hubungan persepsi kemanfaatan pengguna QRIS dengan *impulse buying* pada anggota organisasi Miss Bantul yang menggunakan QRIS.

D. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji penggunaan sistem pembayaran digital, khususnya QRIS, serta kaitannya dengan *impulse buying* masyarakat. Penelitian pertama dilakukan oleh Hapsari (2024) "Pengaruh Financial Literacy, Gaya Hidup, Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Terhadap pweilaku konsumtif Gen-Z Sebagai Pengguna Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai alat pembayaran digital di Yogyakarta." mengkaji penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai dalam transaksi sehari-hari. Penelitian ini menunjukkan bahwa QRIS dipersepsikan memudahkan pengguna karena proses pembayaran menjadi lebih cepat dan praktis. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang mendorong individu menggunakan QRIS dalam aktivitas konsumsi. Namun, penelitian ini lebih menekankan aspek adopsi teknologi dan belum membahas implikasinya terhadap *impulse buying*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Muniarty dkk (2023) dengan judul "Efektivitas Pengguna QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Di Kota Bima." tentang impulse buying pada mahasiswa dalam konteks penggunaan uang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan transaksi non-tunai dapat mendorong pembelian yang bersifat spontan, terutama ketika individu tidak harus menggunakan uang tunai secara langsung. Penelitian ini mengindikasikan bahwa sistem pembayaran digital berpotensi berhubungan dengan perilaku konsumtif, namun tidak secara spesifik mengkaji QRIS sebagai objek penelitian.

Penelitian lain oleh Amelia dkk (2025) dengan judul "Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (QRIS) Terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Generasi Z". Dan Penelitian ini membahas hubungan antara persepsi kemanfaatan sistem pembayaran digital dengan *impulse buying*. Penelitian tersebut menemukan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan dari suatu sistem pembayaran digital, semakin sering sistem tersebut digunakan dalam transaksi sehari-hari. Meskipun demikian, fokus penelitian ini masih terbatas pada intensitas penggunaan teknologi, bukan pada kecenderungan.

Selain itu, Zahra dkk (2023) dengan judul " Pengaruh Digital Payment QRIS Terhadap Impulse buying Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Telkom (Studi Kasus Pada Pujasera Tel-u)," dan (Mardhiyah & Mirati, 2025) dengan judul "Pengaruh Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Pembelian impulsive Generasi Z di Kota Depok." Kedua penelitian ini membahas impulse buying sebagai pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh situasi dan kemudahan saat bertransaksi. Penelitian tersebut lebih menekankan aspek psikologis individu dan belum mengaitkannya dengan persepsi terhadap teknologi pembayaran tertentu.

Selanjutnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Zahra dkk., (2026) dengan judul "Pengaruh kemudahan transaksi, promosi digital, dan gaya hidup hedonis teradap perilaku konsumtif pengguna QRIS di kalangan mahasiswa" menunjukkan bahwa adanya perilaku konsumtif didorong dari faktor psikologis. Penelitian ini fokus dalam mengkaji aspek promosi dan faktor psikologis yang memengaruhi individu dalam perilaku konsumtif serta tidak secara spesifik mengkaji akan hubungan antara kemudahan penggunaan QRIS dengan perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital, termasuk QRIS, telah banyak dikaji terutama dari aspek kemudahan, kemanfaatan, dan adopsi teknologi. Di sisi lain, perilaku konsumtif juga telah diteliti sebagai perilaku pembelian yang cenderung spontan dan kurang terencana. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik menghubungkan persepsi kemudahan dan kemanfaatan penggunaan QRIS dengan perilaku konsumtif**,** khususnya dalam konteks komunitas atau organisasi sosial tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan QRIS dan persepsi kemanfaatan QRIS dengan perilaku konsumtif pada anggota organisasi Miss Bantul yang menggunakan QRIS. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dengan memfokuskan perhatian pada hubungan antara persepsi penggunaan teknologi pembayaran digital dan kecenderungan *impulse buying* dalam konteks komunitas sosial.

E. Kerangka Konseptual

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah model yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan tentang konsep penerimaan teknologi serta merujuk pada pengguna yang menerima, mengadopsi, serta menggunakan teknologi tersebut pada aktivitas sehari-hari mereka. Adanya penerimaan teknologi didorong dengan adanya persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi tersebut. Menurut Davis (1989) dengan adanya persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan dapat menjadi faktor utama pengguna dalam mempengaruhi keputusan penggunaan. Adanya penerimaan teknologi juga dapat dipangaruhi oleh faktor individu, organisasi, teknologi, hingga persepsi manfaat dan kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut. TAM dirancang untuk mengetahui apa saja faktor yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi.

Fokus utama TAM kini merujuk pada persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use)* dan persepsi kemanfaatan *(perceived usefulness)* Davis (1989). Kedua variabel tersebut menjadi faktor utama pengguna dalam menggunakan teknologi pada aktivitas sehari-hari. TAM juga menjelaskan bahwa jika persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan kemanfaatan suatu teknologi tinggi, maka pengguna akan cenderung menerima dan menggunakan teknologi tersebut. Hal ini terjadi karena persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan menjadi faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan dan mengadopsi teknologi. Konsep penerimaan teknologi akan diukur dengan dua variabel utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan sebagai indikator utama dalam melakukan pengukuran tingkat penerimanaan pengguna terhadap teknologi.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Pada penelitian ini, konsep penerimanaan teknologi sangat relevan dengan adanya sistem pembayaran digital. Bank Indonesia secara resmi meluncurkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS**)** Pembayaran menggunakan QR

Code yang berstandar nasional. Adanya penerimanaan pengguna terhadap QRIS terjadi karena adanya persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan kemanfaatan dalam penggunaan teknologi tersebut. Jika pengguna merasa bahwa QRIS dapat menciptakan transaksi yang lebih cepat dan efisien yang dimana masuk kedalam kategori persepsi kemanfaatan, serta menciptakan penggunaan yang mudah dan tanpa hambatan dan masuk dalam kategori persepsi kemudahan penggunaan, maka besar kemungkinan pengguna akan menerima dan mengunakan sistem ini, Davis (1989).

QRIS diciptakan untuk mendorong pengembangan ekonomi digital untuk meningkatkan efisiensi sistem pembayaran dengan menggunakan satu kode QR yang dapat menerima dan digunakan pada saat transaksi dari berbagai dompet digital, atau seluruh *mobile banking*. Selain itu, QRIS juga mendukung para pelaku UMKM dalam menerima pembayaran digital tanpa perlu memiliki rekening bank yang cukup rumit. Dengan adanya Kehadiran QRIS kini mendorong masyarakat dalam perubahan bentuk transaksi dari penggunaan uang tunai menuju *cahsless socity* yang mendorong sistem pembayaran digital modern dan fleksibel. Cara penggunaan sistem pembayaran QRIS sangat sederhana. Pengguna dapat melakukan transaksi hanya dengan memindai kode QR melalui berbagai aplikasi pembayaran digital atau *mobile banking* pengguna, memasukan nominal yang harus dibayarkan, memverifikasi saldo pengguna, dan dana akan secara real-time masuk pada akun merchant (pemilik kode QR) Bank Indonesia (2025).

Persepsi kemudahan penggunaan (X1)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan penialaian individu atau pengguna terhadap suatu individu bahwa sebuah teknologi tersebut dapat mudah dipelajari dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar dan tidak mengalami kesulitan, Davis (1989). Pada konteks QRIS, dapat tercermin bahwa persepsi dari pengguna bahwa penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran mudah dipahami, mudah digunakan, serta tidak menyulitkan dalam proses transaksi. Menurut davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan dapat diukur melalui indikator :

1. Mudah dipelajari : aspek ini mengukur sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi mudah untuk dipelajari dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

2. Mudah dipahami : Aspek ini mengukur sejauh mana teknologi mudah dimengerti pada tampilan dan fitur yang dihadirkan.

3. Mudah digunakan : aspek ini mengukur sejauh mana pengguna tidak memerlukan usaha yang besar saat menggunakan teknologi.

4. fleksibel : aspek ini mengukur sejauh mana pengguna dapat menggunakan teknologi diberbagai tempat dan situasi dengan mudah.

Melalui indikator tersebut, variabel persepsi kemudahan penggunaan QRIS sdapat mengukur sejauh mana pengguna merasakan adanya faktor kemudahan penggunaan dalam menggunakan teknologi pada aktivitas sehari-hari.

Persepsi Kemanfaatan (X2)

Persepsi kemanfaatan merupakan penilaian individu terhadap suatu teknologi yang membantu individu meningkatkan kinerja atau pekerjaan dalam aktivitas sehari-hari, Davis (1989). Manfaat yang diapat dirasakan oleh pengguna meliputi peningkatan kinerja, meningkatkan efisiensi, dan mempermudah pekerjaan pengguna. Pengguna percaya akan adanya teknologi tersebut akan membantu pengguna dalam mencapai hasil yang baik serta meningkatkan produktivitas kerja penggunanya. Pada pengguna QRIS, persepsi kemanfaatan dapat dipahami sebagai alat transaksi yang membantu transaksi menjadi lebih cepat, aman, efisien, serta mendukung aktivitas pembayaran sehari-hari menjadi lebih optimal. Davis (1989) menyatakan bahwa terdapat indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi kemanfaatan teknologi penggunannya yaitu :

1. Mempercepat pekerjaan : aspek ini mengukur sejauh mana teknologi membantu pengguna dalam menyelesaikan pekerjaan atau aktivitas transaksi menjadi lebih cepat.

2. Memberikan manfaat: aspek ini mengukur sejauh mana teknologi memberikan manfaatpengguna dalam mencapai tujuan dengan lebih efektif.

3. Meningkatkan kinerja : aspek ini mengukur sejauh mana teknologi membantu pekerjaan pengguna.

4. Meningkatkan produktivitas : aspek ini mengukur sejauh mana pengguna lebih banyak menyelesaikan pekerjaan menjadi lebih besar

Impulse buying

Impulse buying merupakan bentuk perilaku individu dalam hal pembelian suatu barang atau jasa yang muncul secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaa sebelumnya serta memiliki dorongan kuat untuk membeli tanpa adanya banyak pertimbangan, Rook (1987). Rook juga menjelaskan bahwa terjadinya *impulse buying* tidak hanya diukur dengan pembelian tidak terencana saja, melainkan terdapat keterlibatan asepek psikologis, hedonisme, dan emosional. Ketika dorongan membeli muncul,individu tersebut akan mengutamakan keputusuan emosional sesaat dibandingkan mempertimbangkan kebutuhan, manfaat produk tersebut, dan kondisi keuangan. Dengan demikian, *impulse buying* didasarkan oleh reaksi emosional daripada proses pengambilan keutusan pembelian dengan rasional.

Berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Rook (1987) penelitian ini akan mengoperasionalkan *impulse buying* dengan beberapa indikator yang mencerminkan karakteristik *impulse buying* sebagai berikut :

1. Pembelian secara spontan
2. Pembelian tanpa pertimbangan yang matang
3. Pembelian secara tiba-tiba
4. Pembelian karena adanya stimulus

Hubungan Persepsi kemudahan penggunaan QRIS dengan *impulse buying*

Persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) adalah sebuah keyakinan individu dalam memandang suatu teknologi yang dapat digunakan dengan mudah, dipelajari dan dipahami dengan jelas, serta tidak membutuhkan usaha yang besar untuk digunakan. Menurut Davis (1989), semakin mudah digunakannya suatu teknologi yang dirsakan oleh pengguna, maka akan semakin besar pula kecenderungan individu dalam menggunakan teknologi tersebut.

Pada konteks penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran non-tunai, kemudahan penggunaan yang dapat dirasakan oleh pengguna kini berupa proses transaksi pembayaran dengan sederhana, mudah dipahami, mudah digunakan, serta fleksibel. Sistem pembayaran digital pada saat ini dapat digunakan pada segala situasi. Dengan adanya kemudahan tersebut, memungkinkan para pengguna dapat

melakukan transaksi pembayaran lebih praktis dibandingkan dengan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai. Hal ini dapat mengurangi pertimbangan pembelian karena proses transaksi lebih cepat dan mudah.

Menurut Rook (1987), *impulse buying* merupakan perilaku pembelian yang dilakukan spontan, secara tiba-tiba, dan tidak direncanakan sebelumnya. Ketika proses pembayaran menjadi semakin mudah, cepat, dan fleksibel hal ini dapat memunculkan pengguna melakukan pembelian secara spontan. Dengan adanya hal tersebut, persepsi kemudahan penggunaan QRIS diduga memiliki hubungan dengan adanya kecenderungan impulse buying pada pengguna.

Hubungan persepsi kemanfaatan QRIS dengan *impulse buying*

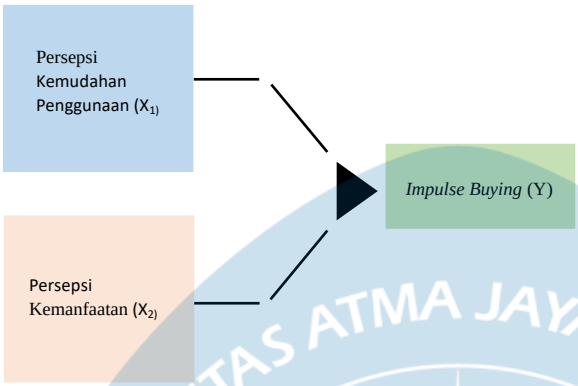
Persepsi kemnafaatan (perceived usefulness) adalah sebuah keyakinan individu dalam memandang suatu teknologi yang dapat meningkatkan efektivitas atau efisiensi suatu pekerjaan individu serta dapat menyelesaikan aktivitas atau pekerjaan individu menjadi lebih cepat atau lebih baik. Menurut (Davis, 1989) adanya persepsi kemanfaatan dapat menjadi faktor utama dalam penggunaan teknologi pada pengguna.

Pada pengguna QRIS, manfaat yang dirasakan dalam penggunaan QRIS berupa kemudahan saat melakukan pembayaran, efisiensi waktu, kelancaran transaksi, serta dapat melakukan pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Ketika pengguna merasakan adanya manfaat dalam melakukan transaksi, hal ini dapat meningkatkan intensitas pengguna dalam aktivitas transaksiu sehari-hari.

Peningkatan penggunaan teknologi pembayaran digital dapat memberikan pengalaman transaksi menjadi lebih cepat dan nyaman, sehingga pengguna dapat lebih melakukan transaksi. Adanya kemudahan dan manfaat pada pemayara non-tunai QRIS, dapat menodorong *kecenderungan impulse buying.* Dengan adanya hal tersebut, persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan diduga memiliki hubungan dengan *impulse buying* pada pengguna QRIS.

Berdasarkan uraian diatas mengenai persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan, serta impulse buying, penelitian ini berfokus untuk mengkaji hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (X1), dan persepsi kemanfaatan (X2) dengan *impulse buying* (Y) pada anggota organisasi Miss Bantul. Adapun

huubungan antavariabel pada penelitian ini digambarkan dengan kerangka konsep sebagai berikut :



Hipotesis penelitian :

H1 : terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan QRIS (X1) dengan *impulse buying* (Y).

H2 : terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemanfaatan QRIS (X2) dengan *impulse buying* (Y).

F. Sistematika penulisan

Untuk memberikan gambaran umum isi dari penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis, maka penulis akan memaparkan isi dari beberapa bagian. Pada penelitian ini, terdapat 4 bagian atau bab utama yakni :

1. BAB I - Pendahuluan

Pada bab I terdapat alasan penelitian atau sebuah landasan pemilihan topik serta urgensi dibalik penelitian yang dilakukan. Hal ini diuraikan pada bagian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta kerangka konseptual yang berfungsi sebagai dasar untuk penulis melakukan analisis.

2. BAB II – Metode Penelitian

Pada bab II, penulis akan memaparkan dengan detail tentang metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Hal tersebut akan menguraikan jenis dan metode penelitian, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data, jenis data, dan bagaimana analisis data yang dilakukan oleh penulis.

3. BAB III- Temuan dan Pembahasan

Pada bab III, penulis akan memaparkan tentang perolehan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner. Selain pemaparan data, penulis juga melakukan pengolahan data serta menganalisis data tersebut. Penulis melakukan pengolahan data dengan menggunakan alat bantu yakni *IBM STATISTIC 22*. Setelah melakukan analisis data, penulis juga akan memberikan paparan hasil dari analisis yang telah dilakukan oleh penulis.

4. BAB IV- Penutup

Bab IV merupakan bagian akhir dari pada penelitian ini. Pada bab ini akan berisikan jawaban dari rumusan masalah yang ada pada bab I serta bab ini akan menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.