BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang menyebabkan persaingan dunia bisnis usaha semakin ketat. Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat ini, perusahaan harus lebih kreatif dalam menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut.

Untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam memasarkan sebuah produk yaitu dengan berusaha mencapai tujuan yang dapat menciptakan serta mempertahankan konsumennya sehingga dalam memasarkan suatu produk, pemasar wajib memahami karakteristik dan kebutuhan konsumen agar tercapainya keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Dengan demikian, kegiatan pemasaran harus direncanakan terlebih dahulu sebelum melaksanakan

kegiatan yang diinginkan, kebutuhan dan harapan konsumen. Untuk mengetahui apa saja keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen, maka pemasar harus menganalisis perilaku pembelian konsumen karena reaksi pembeli terhadap strategi pemasaran perusahaan memiliki dampak yang sangat besar terhadap keberhasilan perusahaan.

Semakin meningkatnya perkembangan zaman, ternyata semakin banyak produk kecantikan yang menawarkan perubahan secara instan, salah satunya adalah produk *Lotion* pemutih kulit. Padahal *Lotion* pemutih kulit yang banyak dijual secara sembarangan tidak mempunyai izin edar resmi dari BPOM. Jika digunakan secara rutin justru dapat menyebabkan berbagai masalah kulit, salah satunya striae atrofi. Striae atrofi terlihat seperti stretch mark yang melebar di beberapa bagian kulit tubuh.[1] Selain itu, campuran pemutih dalam *Handbody Lotion* perlu lebih diperhatikan karena terdapat beberapa jenis produk yang menggunakan

[1] Vika Widiastuti, Rosiana Chozanah, Jangan Mudah Tergiur, Efek Samping Lotion Pemutih Abal-Abal Tak Bisa Hilang. Diupload pada tanggal 04 September 2019. Diakses pada tanggal 17 juni 2020

merkuri sebagai bahan pemutih. Merkuri adalah logam beracun yang bisa menyebabkan gagguan pada tubuh, termasuk gangguan ginjal maupun saraf. Oleh karena itu, produk yang mengandung merkuri tergolong berbahaya dan bisa memicu keracunan logam ini. Keracunan merkuri dapat ditandai dengan kulit terasa kebas sensitif terhadap cahaya. Tak hanya itu, keracunan bahan ini juga bisa menyebabkan kelelahan, tekanan darah tinggi dan gangguan sistem saraf seperti tremor. Dari kejadian tersebut, masih ada produk *Handbody Lotion* dengan kualitas produk yang dapat merugikan konsumen. Sebelum melakukan pembelian pada suatu produk, maka konsumen melihat terlebih dahulu atribut yang ditawarkan pada suatu produk.

Selain kualitas produk, hal yang dapat dilihat dari konsumen yaitu pada bentuk kemasan. Kemasan melibatkan desain agar pesan pada suatu produk dapat tersampaikan kepada konsumen dan sebagai pelindung sebuah produk. Pengemasan penting untuk melindungi isi dari produk tersebut guna tetap menjaga kualitas dari produk. Akan tetapi

terdapat pengemasan yang kurang baik yang dapat mengurangi kualitas pada produk tersebut pada *Handbody Lotion*, semakin lama produk dibuka dan digunakan konsumen, maka produk tersebut dapat mengeras dengan sendirinya. Selain untuk mengamankan isi dari produk, bahan dari kemasan sendiri harus aman dari zat yang berbahaya seperti bahan *High Density Polyethylene* (HDPE), bahan plastik jenis ini biasanya digunakan untuk kemasan kosmetik. Kemasan dari bahan tersebut paling banyak mengeluarkan senyawa kimia estrogenik aktif (EA). EA dapat mengubah struktur sel manusia dan gangguan kesehatan pada janin dan anak-anak.[2] Dari kejadian tersebut akan mempengaruhi citra merek pada sebuah produk juga, semakin terlihat hal yang bisa membuat konsumen merasa tidak nyaman dalam menggunakan produk, maka citra merek pun akan ikut berpengaruh terhadap keputusan pembelian bagi konsumen. Karena seiring dengan perkembangan zaman yang ada, maka

[2] Indocare Citrapasific, Kenali Jenis Plastik Untuk Kemasan Kosmetk Anda. Diupload pada tanggal 24 Maret 2019 Diakses Pada Tanggal 18 Agustus 2020

semakin banyak merek-merek *Handbody Lotion* yang menghasilkan produk yang sama. Dengan banyaknya merek yang ada dapat menyebabkan konsumen berpindah dari satu merek ke merek yang lainnya sampai konsumen merasa nyaman menggunakan merek tersebut.

Dalam pengukuran kepuasan konsumen, atribut atau fitur produk berperan penting. Oleh karena itu terdapat beberapa cara yang dapat digunakan untuk menentukan atribut produk, salah satunya adalah dengan menanyakan kepada konsumen atribut atau fitur apa saja yang dianggap penting.[3] Produk yang memiliki atribut produk menarik, tentu akan menimbulkan minat konsumen dalam melakukan pembelian. Atribut produk pada akhirnya akan memberikan hasil positif berupa manfaat pada konsumen. Karena itulah atribut produk menjadi pertimbangan bagi konsumen yang tertarik terhadap suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

---

[3] Rivan Sutrisno, Jurnal Perilaku Konsumen Muslim : Persepsi Religiusitas dan Persepsi Atribut Produk Terhadap Loyalitas Produk Makanan dan Minuman Berlabel Halal di Kalangan Mahasiswa Muslim Bandung, *Sigma-Mu* Vol. 5 No. 2 (Bandung 2013) h. 3

Aspek-aspek inilah yang harus tetap dijaga agar atribut tetap baik dan membuat dampak terhadap keputusan pembelian bagi para konsumen. Apabila atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, kemasan, dan merek tidak ditingkatkan maka para konsumen akan merasa ragu dan hal tersebut terjadi maka akan merugikan perusahaan. Pada tingkat kebutuhan konsumen yang semakin tinggi antara harapan dengan atribut yang ditawarkan perusahaan, disitulah terdapat keputusan pembelian yang maksimal.

Selain pentingnya dalam memperhatikan kualitas, produk, kemasan, dan merek, sertifikasi halal pun harus menjadi pertimbangan dalam mencantumkan pada suatu produk. karna label halal dapat memastikan keamanan dari bahan-bahan yang mengandung unsur yang berbahaya bagi kesehatan dan sesuatu yang di haramkan pada suatu produk.

Produk halal telah menjelma menjadi primadona. masyarakat dunia, baik muslim maupun non muslim mulai melirik dan memilih aneka produk bersertifikasi halal. Produk halal baik makanan, minuman, obat-obatan, maupun

kosmetika mulai disambut dan mendapat tempat terhormat di pasar negara-negara maju, yang mayoritas penduduknya muslim. Direktur Eksekutif Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) bahwa dari jumlah produk makanan, minuman, obat-obatan, maupun kosmetika yang beredar di seluruh Indonesia, hanya ribuan saja yang mengantongi sertifikat halal dari LPPOM-MUI yaitu baru sekitar 20% dari keseluruhan yang sudah disertifikasi halal oleh MUI.[4]

Aspek halal dinilai sebagai upaya perlindungan, baik itu kepada produsen maupun konsumen. Sayangnya, mayoritas pengusaha belum sepenuhnya menerapkan aspek kehalalan atau mensertifikasi produknya menjadi halal. Hampir secara keseluruhan konsumen Indonesia enggan mempertanyakan kehalalan suatu produk ataupun makanan yang dijual-jual baik di kaki lima maupun di pusat perbelanjaan ketika hendak membeli.

---

[4] Rivan Sutrisno, Jurnal Perilaku Konsumen Muslim : Persepsi Religiusitas dan Persepsi Atribut Produk Terhadap Loyalitas Produk Makanan dan Minuman Berlabel Halal di Kalangan Mahasiswa Muslim Bandung. *Sigma-Mu* Vol. 5 No. 2 (Bandung 2013) h. 3

Minimnya pengetahuan mayoritas konsumen Indonesia tentang halal menjadi alasan untuk meneliti tentang label halal, biasanya konsumen menilai label halal masih terpaku hanya satu aspek, yakni mengandung zat dan daging babi atau tidak. Padahal, unsur halal tak hanya bisa dilihat dari satu unsur saja. Faktor halal perlu dipastikan mulai dari memperoleh bahan baku, ketersediaan bahan baku, ruangan produksi, kebersihan saat memproduksi, hingga proses-proses produksi lainnya seperti perlakuan produsen terhadap dirinya saat melakukan produksi. Proses hulu dan hilir halal tersebut belum sepenuhnya dimengerti oleh konsumen dan produsen.[5]

Kehalalan sebagai parameter utama dalam proses pemilihan produk. Selain untuk memastikan produk ini aman dari hal-hal dan bahan-bahan yang mengandung unsur haram, label halal juga dapat memastikan produk tersebut aman bagi kesehatan kulit juga. Ketentuan ini membuat keterbatasan pada produk-produk untuk memasuki pasar umat Muslim.

[5] Imas Damayanti, Kesadaran Halal Konsumen-Produsen UKM Masih Rendah. Diupload pada taggal 28 Juni 2019. Diakses pada tanggal 12 februari 2020

Memastikan produk yang digunakan halal menjadi tanggung jawab bagi setiap muslim. Untuk mempermudah mengetahui produk yang digunakan halal khususnya produk dalam kemasan maka dapat dilihat dari label halal yang tercantum pada kemasan produk tersebut. Label pada produk adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Handbody Lotion merupakan produk yang unik karena memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan perawatan kulit. Seiring perkembangan zaman, *Handbody Lotion* seolah menjadi kebutuhan primer bagi kaum wanita. Padahal, tak sedikit produk *Handbody Lotion* yang memiliki kualitas produk yang dapat membahayakan konsumen.

Kesadaran masyarakat tentang keamanan *Handbody Lotion* yang digunakannya sudah semakin meningkat sejalan dengan munculnya berbagai kasus dampak penggunaan bahan berbahaya dalam *Handbody Lotion* secara terbuka. Akan tetapi, kesadaran masyarakat Muslim untuk memperhatikan kehalalan bahan yang terkandung dalam produk *Handbody*

Lotion masih sangat rendah. Berbeda dengan makanan, *Handbody Lotion* tidak diserap secara langsung oleh tubuh. Namun jika terbuat dari unsur hewani yang diharamkan seperti babi atau alkohol tetap saja haram. bukan hanya konsumen, para sebagian produsen pun masih ada yang belum menggunakan sertifikasi halal pada produk *Handbody Lotion*, padahal dengan adanya serfitikasi halal membantu meningkatkan pemasan dan meningkatkan keyakinan konsumen. *Handbody Lotion* halal menjadi jawaban bagi wanita islam yang ingin merawat kulit namun tidak melanggar ajaran agama.[6]

Alasan utama mahasiswi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten FEBI Jurusan Ekonomi Syariah sebagai Angkatan 2017-2019 sebagai sampel dalam penelitian ini karena ketersediaan data, waktu yang cukup untuk menemui responden dan untuk menghemat biaya. Selain itu mahasiswi merupakan komponen yang dapat menilai serta mahasiswi

[6] Vivi Rahmawati, Jurnal Pengaruh Atribut Produk dan Label Halal Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian di Kota Semarang, (Semarang) h. 1

juga merupakan salah satu pengguna produk perawatan kulit *Handbody Lotion* dan menjadi pangsa pasar produk perawatan kulit *Handbody Lotion*.

Dari uraian dan masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan menelaah masalah Kualitas Produk, Kemasan, Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian yang dirumuskan dalam judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, MEREK DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDBODY LOTION* (Studi Kasus pada Mahasiswi Pengguna *Handbody Lotion* di Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas, dapat diidentifikasikan berbagai masalah yaitu :

1. Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

2. Pentingnya memilih produk *Handbody Lotion* yang telah bersertifikasi halal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah agar pengkajian masalah dalam penelitian ini dapat lebih terfokus dan terarah. Serta untuk menghindari luasnya penelitian yang akan dilakukan, maka dalam penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan yang akan menjadi objek penelitian. Sehingga penulis membatasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Lokasi

   Penelitian dilaksanakan pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang beralamat di Jl. Jendral Sudirman No. 30 Penancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kec, Serang, Kota Serang- Banten.

2. Dimensi

Penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu mengacu pada keputusan konsumen dalam membeli *Handbody Lotion* dengan judul penelitian pengaruh kualitas produk, kemasan, merek dan label halal terhadap keputusan pembelian *Handbody Lotion*.

D. Perumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion* ?
2. Bagaimana pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion* ?
3. Bagaimana pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion* ?
4. Bagaimana pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion* ?

5. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion* ?

E. Tujuan Penelitian

Mengacu pada permasalahan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Sebagai refrensi untuk menerapkan ilmu-ilmu teoritis serta mengembangkannya, menambah pengetahuan, pengalaman serta wawasan tentang pengaruh kualitas produk, kemasan, merek dan label halal terhadap keputusan pembelian *Handbody Lotion*.

b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan bahan kajian pustaka terkait dengan masalah kualitas produk, kemasan, merek dan label halal terhadap keputusan pembelian serta dapat menjadi refrensi tambahan literatur bagi peneliti selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

dapat dijadikan sebagai catatan ataupun masukan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya

sebagai perusahaan yang profesional, serta memperbaiki apabila ada kelemahan dan kekurangan yang terdapat dalam produknya.

G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Yuli Mutiah Rambe & Syaad Afifuddin/2012/Medan "PENGARUH PENCANTUMAN LABEL HALAL PADA KEMASAN MIE INSTAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN MASYARAKAT MUSLIM"	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pencantuman label halal pada kemasan mie instan terhadap minat pembelian masyarakat muslim pada mahasiswa Universitas Al-Washliyah Medan. Hasil penelitian menunjukan bahwa pencantuman label halal pada kemasan mie instan terhadap minat pembelian masyarakat yaitu

	berpengaruh sebesar 31,1%.
Maria Margaretha Sumaryati, Gregorius Gregie/2016/Fakultas Ekonomi Unika Atma Jaya Jakarta "ANALISIS ATRIBUT PRODUK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK NIKE"	Penelitian ini menunjukan untuk menganalisis bagaimana pengaruh atribut produk terhadap perilaku pembelian konsumen sepatu merek nike. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa Kualitas Produk, Desain Produk, Harga Produk, dan Merek Produk berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pembelian Konsumen sepatu olahraga basket Nike, kecuali Fitur produk. Kualitas Produk merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap

	Perilaku Pembelian Konsumen sepatu olahraga basket Nike. Kontribusi seluruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 0.663 atau 66,3%. Sisanya sebesar 33,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian
Nela Kristiana, Nanang Wahyudin/2012/STIE Totalwin Semarang. "PENGARUH PERSEPSI ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MOBIL MEREK ISUZU ELF STUDI PADA PT. KARYA ZIRANG UTAMA ISUZU	Penelitian ini menunjukan untuk menganalisis bagaimana pengaruh atribut produk terhadap minat beli konsumen mobl merek Isuzu Elf. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa harga, merek dan kualitas produk berpengaruh

SEMARANG”	terhadap minat beli konsumen. Variabel yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk dengan nilai t hitung paling besar (4,292) dibanding variabel merek dan harga

H. Kerangka Pemikiran

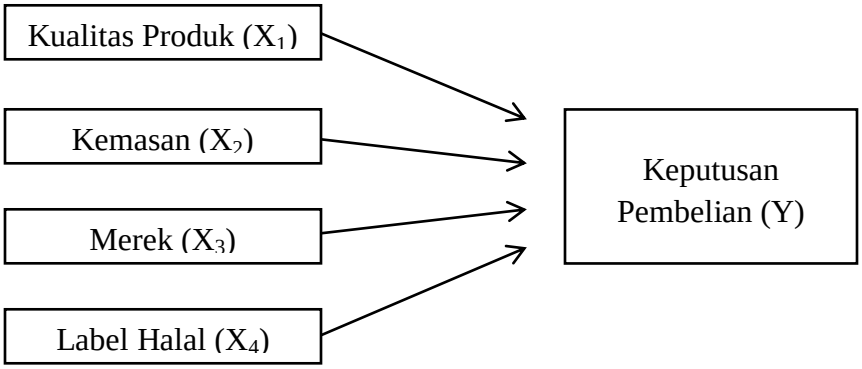
Atribut adalah sifat-sifat yang mendasar dari sebuah produk yang akan menjadi pertimbangan pembeli saat akan membeli suatu produk. Hal ini menunjukan bahwa setiap perusahaan harus memiliki kualitas produk, kemasan dan merek yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen sehingga akan meningkatkan daya saing dan konsumen memiliki daya tarik tersendiri dalam memutuskan untuk membeli produk *Handbody Lotion*.

Qardhawi mendefinisikan halal sebagai segala perkara yang dibolehkan, tidak mengandung transaksi yang terlarang secara syariat, dan telah diperbolehkan oleh syariat untuk memberlangsungkan perkara tersebut.[7] Label halal memiliki peran penting dalam suatu produk karena untuk memastikan produk yang dijual halal menunjukkan suatu produk itu steril dari bahan-bahan yang haram berdasarkan syariat islam. Label halal tersebut sangat penting untuk menjamin konsumen muslim agar tidak melanggar hukum agama dalam hal mengonsumsi bahan yang jelas diharamkan serta memberikan rasa aman bagi konsumen dalam menggunakan produk *Handbody Lotion*.

Agar konsep-konsep tersebut dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel bebas (*Independen variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab

[7] Tengku Putri Lindung Bulan, Khairul Fazrin, Muhammad Rizal, Jurnal Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Vol.6, No.2, Nov 2017 (Aceh, 2017), h. 731

perubahanya atau timbulnya variabel terikat (*Dependent variable*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas, kemasan, merek dan label halal. Sedangkan variabel terikat (*Dependent variable)* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian. Sehingga dengan penelitian yang akan dilakukan ini akan menjelaskan apakah Kualitas Produk, Kemasan, Merek dan Label Halal berpengaruh dengan Keputusan Pembelian.



I. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah

penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.[8] Berdasarkan paradigma penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$X_1 \rightarrow Y$ H_o : Tidak ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

H_1 : Adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

$X_2 \rightarrow Y$ H_o : Tidak ada pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

H_1 : Adanya pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

$X_3 \rightarrow Y$ H_o : Tidak ada pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

H_1 : Adanya pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

---

[8] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 63

$X_4 \rightarrow Y$ H_o : Tidak ada pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

H_1 : Adanya pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

$X_1, X_2, X_3, X_4 \rightarrow Y$:

H_o : Tidak ada pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

H_1 : Adanya pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Merek dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian *Handbody Lotion*

J. Sistematika Pembahasan

Penulis memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika pembahasan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu :

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/sinifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teoritis

Dalam bagian ini, disajikan teori-teori yang mendukung pembahasan dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bagian ini meliputi lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik analisis data dan hipotesis penelitian.

Bab IV Deskripsi Hasil Penelitian

Berisi tentang hasil penelitian, uji statistik inferensial : uji hipotesis dan pembahasan.

Bab V Penutup

Pada bagian ini yaitu besiri tentang kesimpulan dan saran.