

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

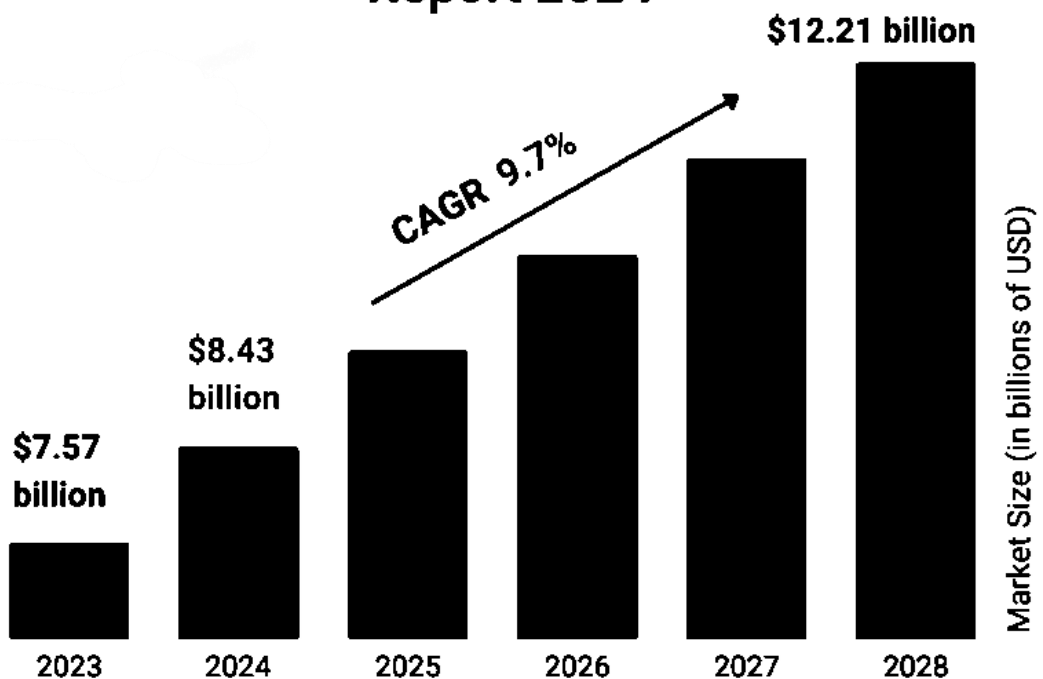
Dalam periode waktu 20-30 tahun terakhir, industri desain grafis telah mengalami perkembangan signifikan yang dipicu oleh munculnya komputer dan teknologi baru (Zafar, 2024). Perkembangan ini mendorong peningkatan permintaan terhadap layanan desain grafis yang mengintegrasikan elemen digital dan visual, khususnya dalam konteks media digital dan penyampaian informasi (Zhang, 2018). Adopsi teknologi dalam desain grafis juga memperlancar aliran informasi dan memfasilitasi proses kreatif yang lebih efisien (Ojalere, 2024). Selain itu, Wei & Yin (2024) menegaskan bahwa desain grafis memainkan peran penting dalam strategi pemasaran digital, yang membantu membentuk persepsi konsumen, dan menciptakan pengalaman merek yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa desain grafis kini menjadi salah satu faktor kunci dalam membangun identitas merek dan mempengaruhi perilaku konsumen di era digital.

Selama lima tahun terakhir, industri desain grafis menunjukkan tren positif dan signifikan dengan pendapatan mencapai sekitar \$52,6 miliar (IBIS World, 2024). Pasar perangkat lunak desain grafis diperkirakan tumbuh dari \$7,57 miliar pada tahun 2023 menjadi \$8,43 miliar pada tahun 2024, dengan CAGR sebesar 11,3%. Diperkirakan pasar ini akan mencapai \$12,21 miliar pada tahun 2028 dengan CAGR 9,7%, dapat dilihat pada gambar 1. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan akan konten visual yang berperan penting di berbagai

media. Selain itu, perangkat lunak desain grafis semakin banyak digunakan untuk menciptakan dan mengedit konten tersebut. Sejumlah perusahaan yang menjadi pemimpin utama dalam industri ini diantaranya, Wacom, Adobe Inc, Sketch, Autodesk Inc, Canva, Figma, Corel Corporation, dan sebagainya. Perusahaan-perusahaan tersebut terus berinovasi untuk memenuhi permintaan visual dan personalisasi yang semakin berkembang, menunjukkan besarnya pengaruh desain grafis terhadap ekonomi global (The Business Research Company, 2023).



## Graphic Designing Software Global Market Report 2024

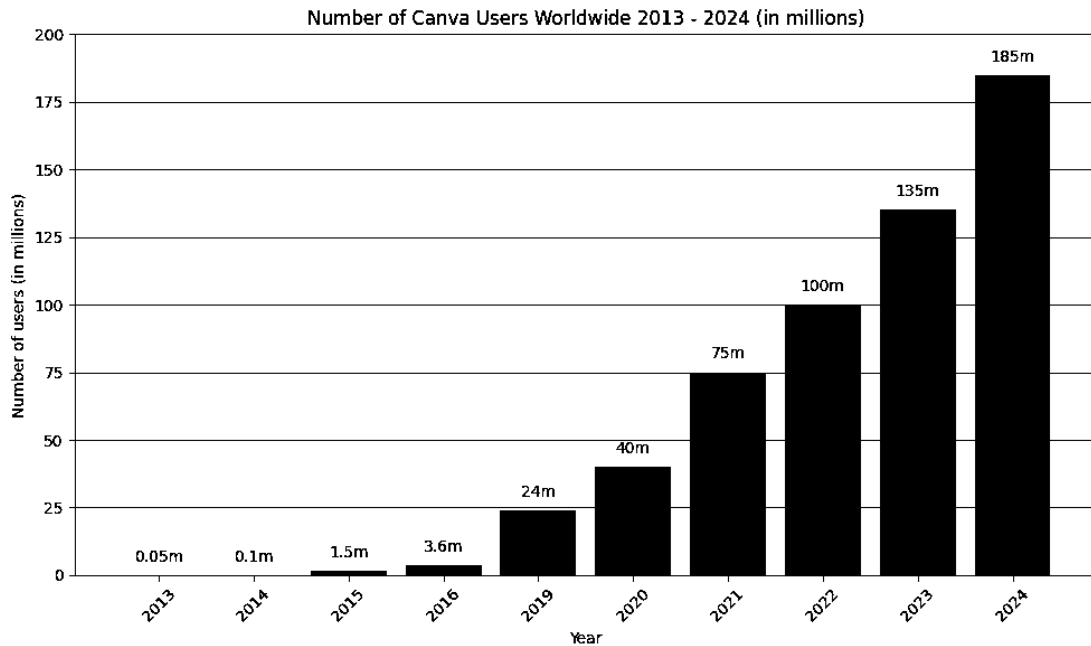


Gambar 1. Laporan Pasar Global Perangkat Lunak Desain Grafis 2024

Sumber : The Business Research Company, (2023)

Canva sebagai salah satu pemimpin utama dalam industri desain grafis, telah membuat akses terhadap teknologi desain menjadi mudah dan praktis. Canva pertama kali diluncurkan pada tahun 2013, dengan menawarkan berbagai alat dan fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat desain berkualitas tanpa memerlukan keahlian teknis mendalam (Orisa et al., 2024). Platform ini mendukung pembuatan berbagai jenis desain mulai dari presentasi, poster, *banner*, *wallpaper*, undangan, sampul atau cover, *name tag*, dokumen, sertifikat, dan sebagainya. Selain itu, Canva juga mempermudah pembuatan konten media sosial seperti *instagram feed*, *stories*, *reels*, *flayer* promosi, infografis, desain *merchandise* maupun berbagai jenis desain lainnya, sehingga siapa pun dapat menghasilkan desain kreatif dengan mudah (Friska et al., 2023).

Menurut data terbaru tahun 2024 dari Canva, platform ini memiliki lebih dari 185 juta pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, dapat dilihat pada gambar 2 yang menunjukkan data pengguna Canva di seluruh dunia dari tahun 2013-2024. Amerika Serikat menempati peringkat teratas dalam jumlah kunjungan, yaitu dengan persentase 13,37% baik dari desktop maupun perangkat seluler. Lalu disusul oleh Brazil (9,03%), India (5,93%) dan Indonesia sebagai posisi ke empat sebesar 4,54%. Aplikasi seluler Canva telah diunduh lebih dari 500 juta kali, diantara negara-negara teratas dengan jumlah unduhan aplikasi terbanyak ditempatkan oleh India (15%), Indonesia dan Brazil di posisi ke dua dengan persentase (13%), masing-masing dengan lebih dari 50 juta unduhan dari waktu ke waktu.



**Gambar 2. Data Jumlah Pengguna Canva Diseluruh Dunia Tahun 2013-2024**

*Sumber : Wethrift (2024), Canva Statistics*

Sebelum munculnya platform seperti Canva, platform-platform desain grafis yang sudah ada sebelumnya cenderung dianggap rumit dan memerlukan keterampilan teknis yang tinggi, contohnya seperti penggunaan Adobe Photoshop. Platform tersebut lebih banyak digunakan oleh profesional di bidang desain, secara khusus dirancang untuk penyuntingan gambar yang rumit dan untuk pekerjaan desain grafis yang serius. Oleh karena itu, membutuhkan pelatihan serta waktu yang tidak sedikit untuk benar-benar menguasainya (Style Factory, 2024). Namun, kehadiran Canva telah mengubah hal tersebut dengan memberikan akses kepada siapa pun, baik profesional maupun non-profesional untuk membuat desain dengan hasil yang profesional tanpa perlu memiliki keterampilan teknis yang mendalam (Orisa et al., 2024).

Dengan inovasi tersebut, Canva berhasil menempati posisi terdepan dalam industri desain grafis berbasis *cloud* karena kemampuannya menyediakan fitur yang intuitif dan efisien. Tidak hanya itu, pada tahun 2023 Canva diakui oleh *Fast Company* sebagai salah satu perusahaan paling inovatif di dunia, dan masuk ke dalam 50 perusahaan disruptor 2023 versi CNBC, serta dinobatkan sebagai salah satu dari 100 perusahaan paling berpengaruh di dunia oleh TIME (Canva, 2023). Penghargaan-penghargaan tersebut menegaskan pengakuan terhadap inovasi, keunggulan desain, dan dampak signifikan yang dihadirkan Canva dalam industri desain grafis global.

Dari dampak tersebut, Canva telah menjadi platform pilihan bagi berbagai lapisan pengguna. Mulai dari pelajar dan mahasiswa, pendidik, pekerja kreatif dan desainer grafis, perusahaan atau organisasi nirlaba, hingga pemilik bisnis kecil juga dapat memanfaatkan Canva untuk memenuhi kebutuhan desain mereka secara efisien. Dalam sektor pendidikan, Canva telah menyediakan program khusus *Canva for Education* yang dirancang untuk mendukung proses belajar-mengajar dan membuat berbagai konten pembelajaran yang menarik dan interaktif. Pada tahun 2024, jumlah pendidik dan pelajar yang menggunakan Canva diseluruh dunia melebihi 70 juta pengguna, menunjukkan tingginya adopsi Canva dalam konteks pendidikan. Selain itu, lebih dari 500.000 organisasi nirlaba tercatat menggunakan Canva pada tahun 2023, yang juga menunjukkan relevansi platform ini dalam berbagai sektor (WeThrift, 2024).

Pengaruh Canva juga terlihat pada demografi penggunanya. Secara global, pengguna Canva di dominasi generasi muda, dengan lebih dari separuhnya (53%+)



berusia antara 18-34 tahun dan hampir 60% di antaranya adalah wanita. Selain itu, mayoritas pengguna baru Canva berasal dari kelompok usia 18-24 tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa Canva telah di adopsi secara luas oleh generasi muda di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Data terbaru juga menunjukkan, Indonesia menempati posisi ke empat secara global dalam jumlah kunjungan ke Canva, dengan kontribusi sebesar 4,54% dari total trafik dunia. Tidak hanya itu, Indonesia juga mencatat pencapaian signifikan dalam hal jumlah unduhan aplikasi, di mana berada di posisi kedua di dunia bersama Brazil dengan kontribusi 13% dari total unduhan global, atau lebih dari 50 juta unduhan aplikasi (WeThrift, 2024). Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa Canva telah menjadi alat yang penting dalam menunjang kreativitas dan produktivitas, termasuk dalam sektor pendidikan Indonesia.

Sebagai salah satu upaya dalam mendukung transformasi digital dalam sektor pendidikan Indonesia, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) telah berperan aktif dalam menyediakan akses ke *Canva for Education* bagi guru dan siswa di jenjang pendidikan dasar hingga menengah, termasuk SD, SMP, SMA, SMK dan SLB. Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas proses pembelajaran yang lebih interaktif, menarik dan sesuai dengan perkembangan teknologi. Melalui program akun belajar.id, seluruh siswa dan guru dapat mengakses *Canva for Education* secara gratis tanpa perlu melakukan pendaftaran tambahan, sehingga mempermudah mereka dalam memanfaatkan platform tersebut untuk keperluan pembelajaran (LPMP DKI Jakarta, 2024).

Di sisi lain, untuk mendukung kebutuhan pendidikan tinggi, Canva juga menyediakan program *Canva for Campus* yang memberikan akses kepada semua anggota kampus termasuk mahasiswa, dosen, dan staf untuk menggunakan alat desain grafis ini. Institusi pendidikan tinggi yang ingin menggunakan *Canva for Campus* dapat memulai dengan lisensi tim Canva. Setelah populasi mahasiswa mencapai ambang tertentu, akun tersebut akan beralih ke model *Canva for Campus* yang memberikan akses gratis kepada seluruh mahasiswa (Campus Technology, 2023). Program *Canva for Campus* semakin memperkuat kemampuan institusi pendidikan tinggi dalam menyediakan akses yang terintegrasi, memfasilitasi keterampilan desain grafis yang relevan bagi mahasiswa dalam lingkungan yang kolaboratif dan terhubung. Namun, bagi institusi pendidikan tinggi yang belum mengadopsi program ini, mahasiswa biasanya mengakses Canva menggunakan akun pribadi.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Canva telah menjadi alat yang penting bagi mahasiswa dalam menunjang kegiatan belajar dan menyelesaikan berbagai kebutuhan desain grafis. Selain itu, fitur kolaborasi yang di tawarkan Canva sangat bermanfaat dalam proyek kelompok dan pekerjaan kolaboratif, memungkinkan mahasiswa untuk bekerja sama secara efektif dalam satu platform (Pedroso et al., 2023). Peningkatan penggunaan Canva ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan keterampilan desain grafis, yang kini menjadi kompetensi penting di berbagai bidang, seperti pemasaran digital, komunikasi visual dan industri kreatif (Noble Desktop, 2024).

Penggunaan Canva tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mahasiswa, tetapi juga mendukung pengembangan *soft skills* seperti kreativitas, kerja sama tim dan komunikasi. Dengan fitur-fitur seperti *template* siap pakai, elemen desain yang beragam, serta alat editing modern seperti foto editor, filter dan stiker, semakin mempermudah mahasiswa dalam menghasilkan desain berkualitas. Fitur-fitur ini membantu mahasiswa menyelesaikan tugas lebih cepat dan juga memfasilitasi proses kreatif, yang pada gilirannya mendukung pengembangan keterampilan desain mereka. Menguasai Canva juga memberikan keuntungan bagi mahasiswa dalam memperluas peluang karir di tengah persaingan dunia kerja yang semakin kompetitif. Keterampilan desain grafis yang dimiliki tersebut menjadi nilai tambah yang relevan bagi perusahaan (Junaedi et al., 2021). Selain itu, kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi dan berkolaborasi secara digital juga semakin dibutuhkan dalam industri modern, memberikan keunggulan bagi mahasiswa di mata perusahaan (Farman dkk, 2024).

Mahasiswa dapat berperan sebagai inovator dan pengembang teknologi, yang kapasitasnya tidak hanya menggunakan Canva, tetapi juga mengevaluasi dan memberikan masukan yang konstruktif terhadap keberlanjutan penggunaannya. Tidak hanya itu, intensitas penggunaan teknologi yang tinggi di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa mereka adalah pengguna aktif dari berbagai platform digital termasuk Canva. Pola penggunaan yang intensif ini membuat mahasiswa memiliki pengalaman yang cukup untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna. Selain itu, peran mahasiswa sebagai *agent of change* dapat mendorong adopsi teknologi di lingkungan akademik dan memahami bagaimana teknologi



desain seperti Canva dapat diintegrasikan secara efektif dalam proses pembelajaran di perguruan tinggi (Bimus, 2024).

Universitas Andalas sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri Berbadan Hukum (PTN-BH) sejak tahun 2021, memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan kualitas pendidikan, termasuk pembelajaran berbasis digital. Sejalan dengan tuntutan ini, Universitas Andalas melaksanakan Program Hibah Pengembangan dan Penyelenggaraan Pembelajaran Digital (P3D) sebagai salah satu inisiatif strategis yang mencerminkan komitmen institusi dalam membangun ekosistem pembelajaran digital yang adaptif dan inovatif (ITS, 2023). Implementasi pembelajaran digital juga mencakup pemanfaatan berbagai platform teknologi untuk mendukung aktivitas belajar mengajar secara lebih efektif, termasuk salah satunya penggunaan platform Canva. Berikut hasil pra survei yang melibatkan 30 mahasiswa terkait penggunaan Canva di Universitas Andalas :

**Tabel 1. Data Survei Awal Penggunaan Canva di Universitas Andalas**

No	Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	Apakah anda mengetahui mengenai aplikasi Canva?	Ya, saya mengetahuinya	30	100%
2.	Apakah anda pengguna Canva?	Ya, saya pengguna Canva	30	100%
3.	Jika anda pengguna Canva seberapa sering anda menggunakannya?	Beberapa kali seminggu	11	37%
		Beberapa kali sebulan	12	40%
		Jarang	7	23%
4,	Seberapa puas anda dengan pengalaman menggunakan Canva?	Cukup puas	7	23%
		Puas	15	50%
		Sangat puas	8	27%

No	Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi (Orang)	Persentase
5.	Seberapa besar pengaruh teman, rekan, kelompok studi atau lingkungan sosial dalam mendorong anda menggunakan Canva?	Tidak berpengaruh sama sekali	6	20%
		Sedikit berpengaruh	7	23%
		Cukup berpengaruh	11	37%
		Berpengaruh	4	13%
		Sangat berpengaruh	2	7%
6.	Apakah anda akan merekomendasikan Canva kepada orang lain?	Sangat mungkin	11	37%
		Mungkin	17	57%
		Tidak mungkin	2	6%

Sumber : Pra-survei pada mahasiswa Universitas Andalas

Dari tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat fenomena terkait penggunaan Canva di kalangan mahasiswa Universitas Andalas. Berdasarkan hasil pra-survei, menunjukkan adanya variasi dalam frekuensi penggunaan Canva. Variasi ini mengindikasikan perlunya dorongan yang lebih berkelanjutan agar Canva bisa dimanfaatkan secara lebih efektif untuk mendukung aktivitas akademik dan kreatif mahasiswa Universitas Andalas.

Secara umum, mayoritas responden merasa bahwa Canva dapat memenuhi berbagai jenis kebutuhan desain mereka. Namun, masih terdapat beberapa responden yang merasakan keterbatasan dalam penggunaan Canva *freemium* ataupun ketergantungan Canva pada koneksi internet, sehingga dapat mempengaruhi kesinambungan penggunaan Canva secara optimal. Selain itu, pada aspek sosial tidak semua individu merasakan dampak yang signifikan dari lingkungan sosial. Namun, tingkat rekomendasi untuk menggunakan Canva

menunjukkan angka yang cukup tinggi, menunjukkan bahwa platform ini tetap dianggap bermanfaat oleh sebagian besar pengguna.

Berdasarkan fenomena yang ada, *continuance intention* menjadi faktor yang penting untuk memastikan bahwa Canva tidak hanya di adopsi secara sementara, tetapi juga digunakan secara berkelanjutan oleh mahasiswa sebagai bagian dari proses belajar. *Continuance intention* mengacu pada niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan suatu teknologi, niat berkelanjutan ini biasanya terjadi setelah pengalaman awal penggunaan (Bhattacharjee & Lin, 2015). Keberlanjutan penggunaan platform seperti Canva dalam konteks pendidikan dapat memperkuat kontribusi teknologi dalam pengembangan keterampilan yang relevan di era digital (Masitoh & Adena, 2024).

Salah satu faktor yang berperan penting dalam meningkatkan *continuance intention* yaitu *user satisfaction*, di mana kedua variabel ini terhubung melalui *Expectation-Confirmation Model* (ECM) yang dikembangkan oleh Bhattacharjee (2001). Model ECM menjelaskan bahwa kepuasan pengguna terbentuk ketika harapan awal terhadap teknologi terpenuhi atau bahkan terlampaui melalui pengalaman penggunaan, yang kemudian mendorong niat untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Dalam penelitian ini, ECM diintegrasikan dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2003) untuk memperkuat analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan niat berkelanjutan penggunaan Canva.

UTAUT memiliki empat konstruk utama yaitu: *performance expectancy* yang menjelaskan keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan hasil yang diinginkan, *effort expectancy* yang berkaitan dengan kemudahan dalam penggunaan teknologi, *social influence* yang mengacu pada sejauh mana individu didorong oleh lingkungan sosial, serta *facilitating conditions* yang mencakup ketersediaan sumber daya dan infrastruktur yang mendukung penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Integrasi antara ECM dan UTAUT memberikan kerangka analisis yang lebih komprehensif untuk memahami bagaimana keempat konstruk tersebut mempengaruhi kepuasan pengguna. Melalui ekspektasi kinerja, kemudahan penggunaan, dukungan sosial, dan kondisi pendukung, pengguna tidak hanya merasa puas tetapi juga terdorong untuk melanjutkan penggunaan Canva secara berkelanjutan.

Penelitian terkait *continuance intention* teknologi informasi mengalami kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun belakangan dan telah diterapkan dalam berbagai konteks (Nguyen & Dao, 2024). Contohnya, penelitian oleh Sulliva & Koh (2019) tentang niat untuk melanjutkan penggunaan sistem informasi *mobile*, niat untuk melanjutkan penggunaan *financial technology* (Bergmann et al., 2023), niat untuk melanjutkan penggunaan UPI *apps* (Kaur et al., 2022) dan lain sebagainya. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan dalam konteks perangkat lunak atau LMS (*Learning Management System*) yang berbeda. Penelitian ini memberikan wawasan baru dengan fokus pada platform desain grafis seperti Canva, yang memiliki karakteristik dan dinamika penggunaan berbeda dibandingkan dengan LMS.



Abu Salim et al., (2021) menekankan bahwa *continuance intention* sangat bergantung pada seberapa puas pengguna terhadap pengalaman mereka setelah beberapa kali penggunaan teknologi. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Santosa et al., (2021) yang telah membuktikan bahwa faktor-faktor utama dalam model UTAUT berpengaruh terhadap *user satisfaction*, yang juga secara signifikan meningkatkan *continuance intention*. Penelitian lainnya oleh Bayastura et al., (2022) juga mengonfirmasi hal serupa, di mana ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan pada kepuasan pengguna sehingga meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan jangka panjang teknologi dapat ditentukan oleh kepuasan pengguna, yang berperan penting dalam mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Dengan demikian, variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana penggunaan teknologi Canva dalam konteks pembelajaran serta mendorong keberlanjutan penggunaan teknologi tersebut di masa depan. Berdasarkan paparan latar belakang di atas, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Continuance Intention* Dalam Penggunaan Canva (Survei Pada Mahasiswa Universitas Andalas)”**.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disusun beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *user satisfaction* Canva?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap *user satisfaction* Canva?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *user satisfaction* Canva?
4. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap *user satisfaction* Canva?
5. Bagaimana pengaruh *user satisfaction* terhadap *continuance intention* Canva?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap *user satisfaction* Canva.
2. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap *user satisfaction* Canva.
3. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *user satisfaction* Canva.
4. Untuk mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap *user satisfaction* Canva.

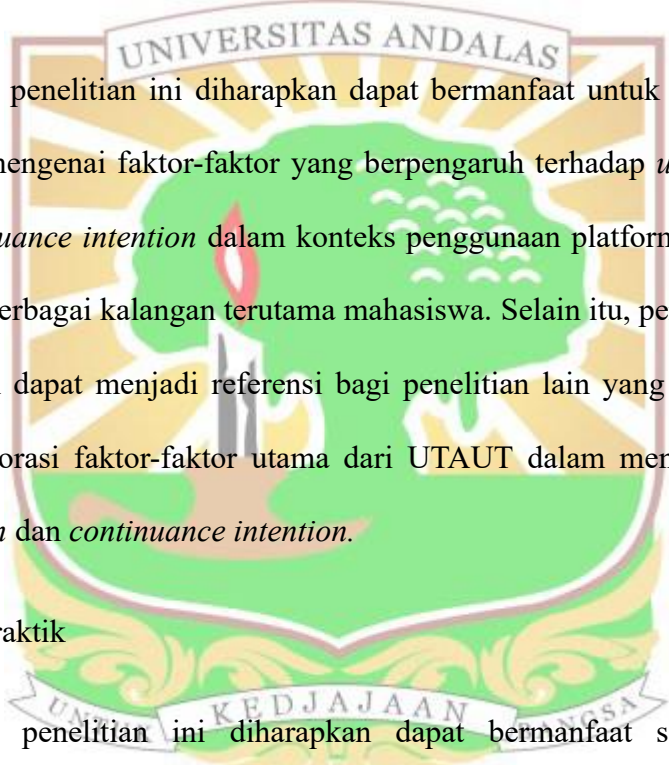


5. Untuk mengetahui pengaruh *user satisfaction* terhadap *continuance intention* Canva.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penjelasan rumusan masalah yang disebutkan diatas, manfaat penelitian di uraikan sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Akademik



Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperbanyak referensi mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *user satisfaction* dan *continuance intention* dalam konteks penggunaan platform digital seperti Canva di berbagai kalangan terutama mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang relevan, dalam mengeksplorasi faktor-faktor utama dari UTAUT dalam meningkatkan *user satisfaction* dan *continuance intention*.

##### 2. Manfaat Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber pertimbangan bagi pengembang dan pemasar platform digital, terutama Canva dalam memahami niat penggunaan secara berkelanjutan di kalangan generasi muda terutama mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dukungan dalam menyusun rencana yang efektif untuk meningkatkan *user satisfaction* dan *continuance intention* Canva. Dengan memanfaatkan sumber informasi seperti rekomendasi, ulasan dan pengalaman pengguna, Canva dapat

lebih baik dalam membangun loyalitas dan meningkatkan adopsi platform di kalangan pengguna.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar kajian literatur tetap terfokus dan pembahasan tidak meluas atau menjadi tidak terarah, penulis bermaksud memberikan batasan pada penelitian, diantaranya:

1. Penelitian ini dibatasi pada teori tentang *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *user satisfaction* dan *continuance intention*.
2. Responden dibatasi pada Mahasiswa program S1 Universitas Andalas yang sudah pernah menggunakan Canva.

### 1.6 Sistematika Penulisan

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab yang terdiri dari latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini membahas tentang literatur-literatur terdahulu yang terkait dengan topik penelitian serta membahas teori apa yang menjadi landasan terkait variabel penelitian, hipotesis yang diajukan, serta model penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, populasi dan sampel yang diteliti, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data yang digunakan, operasionalisasi dan pengukuran variabel, serta teknik analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menjelaskan tentang bagaimana karakteristik responden yang diteliti, deskripsi tentang variabel penelitian, pengujian data, hasil dan pembahasan penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.

