

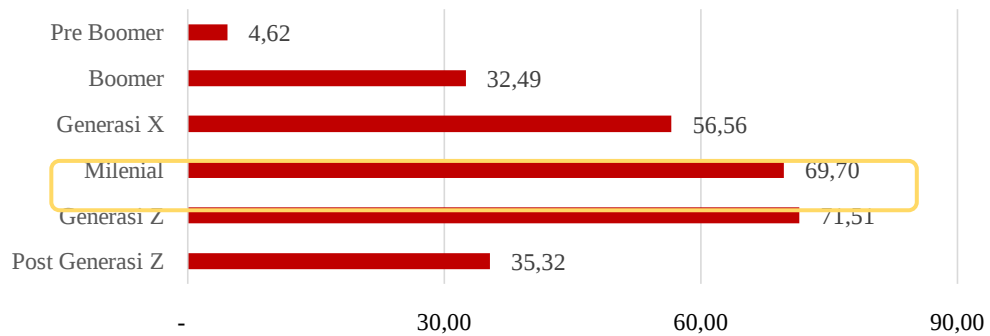
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi, khususnya dalam bidang perbankan, telah membawa perubahan signifikan pada cara manusia mengelola keuangan, salah satunya melalui penerapan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* atau yang kita kenal dengan nama *m-banking* merupakan inovasi yang dikeluarkan oleh perbankan yang memungkinkan nasabah mengakses transaksi perbankan 24 jam (Giovanis et al., 2019). Teknologi ini mempermudah akses terhadap layanan perbankan, seperti *transfer* uang, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, dan pembukaan rekening baru, tanpa perlu mengunjungi kantor Cabang (Merhi et al., 2020). *Mobile Banking* dengan berbagai macam manfaatnya telah meningkatkan efisiensi dan kemudahan bagi penggunaannya serta mempercepat inklusi keuangan dengan menjangkau masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan perbankan (Kumar et al., 2020; Malaquias & Hwang, 2019).

Generasi Milenial di Indonesia memiliki kaitan erat dengan perkembangan *mobile banking*. Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2020, Generasi Milenial (kelahiran 1981 – 1996) yang ada di Indonesia sebanyak 25,87% dari total populasi, populasi ini merupakan generasi no. 2 terbesar di Indonesia.

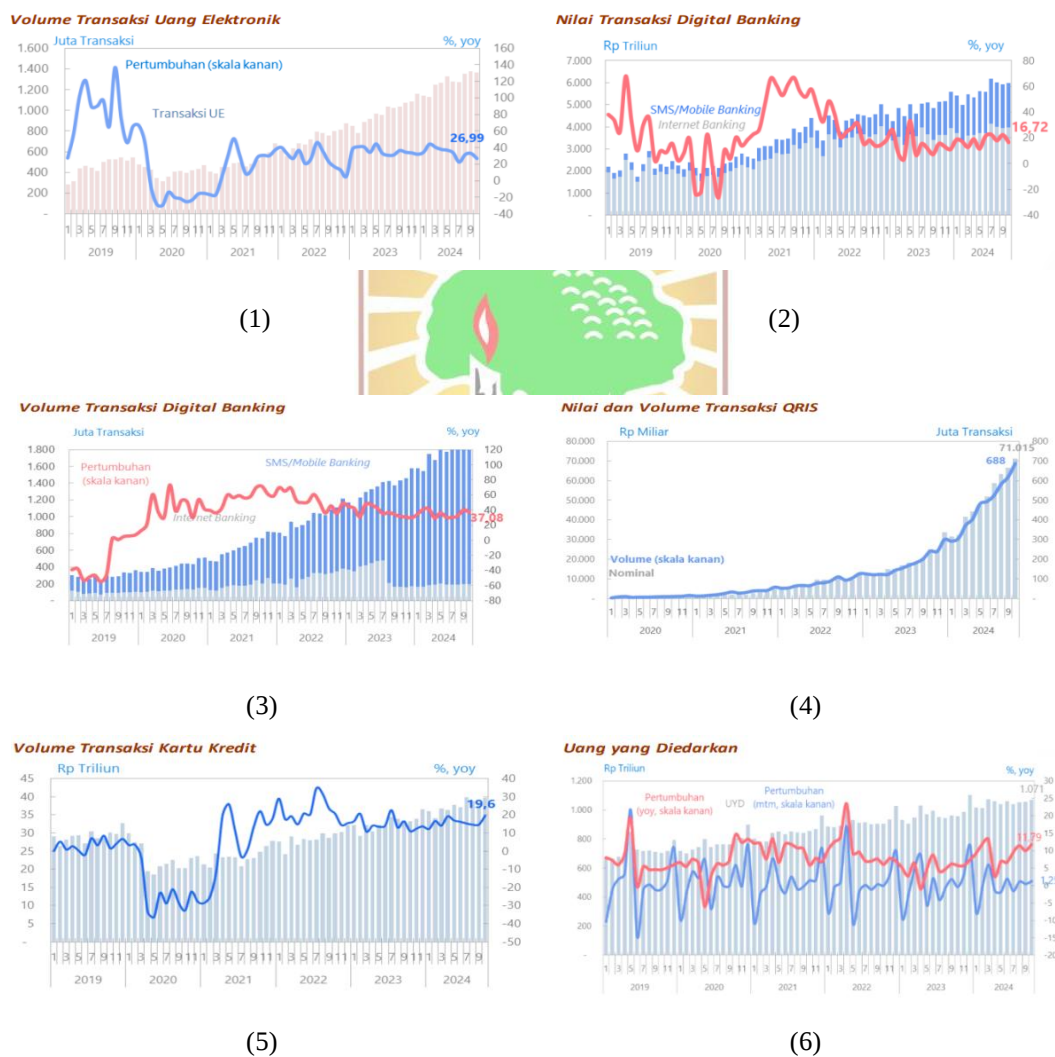


Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Penduduk Tahun 2020

Sumber : Data BPS, 2020

Menurut Lau et al., (2016) generasi milenial merupakan generasi yang paling awal dalam mengadopsi teknologi dan servis yang mana merupakan generasi yang akan sering menggunakan teknologi *mobile banking*. Generasi milenial telah mengikuti perkembangan transformasi digital dari sistem perbankan yang masih konvensional hingga sistem perbankan yang bergerak ke arah digitalisasi. Thusi & Maduku (2020) juga menjelaskan bahwa cara efektif dalam memasarkan *mobile banking* adalah kepada generasi milenial, dimana generasi ini memiliki peluang market yang sangat besar dikarenakan jumlah populasinya yang banyak dan kecepatan dalam beradaptasi dengan cepat dengan keberadaan teknologi baru. Berdasarkan hal diatas, menghubungkan karakteristik generasi milenial dengan teknologi *Mobile Banking*, akan membantu perbankan dalam menentukan pendekatan periklanan dan pemasaran yang tepat untuk menarik sebagian besar pengguna dari generasi ini.

Adanya inovasi *mobile banking* mengindikasikan peralihan paradigma dalam industri perbankan dari layanan berbasis fisik menuju layanan digital. Hal ini sesuai dengan data yang disampaikan oleh Bank Indonesia mengenai kinerja transaksi ekonomi dan keuangan digital pada bulan Oktober 2024 dimana kinerja keuangan digital menunjukkan pertumbuhan yang positif. Berikut disajikan pertumbuhan transaksi digital berdasarkan data Bank Indonesia :

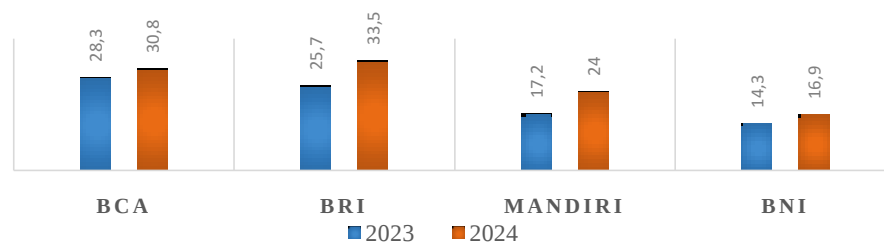


Gambar 1. 2 Kinerja Ekonomi dan Keuangan Digital per Oktober 2024

Sumber : Data Bank Indonesia (Oktober 2024)

Data Bank Indonesia (Oktober 2024) mengindikasikan kinerja transaksi ekonomi dan keuangan digital yang andal, didukung oleh sistem pembayaran yang terjamin keamanannya, kelancarannya, dan keandalannya. Sebagai contohnya volume transaksi pembayaran melalui *QRIS* (*Quick Response Code Indonesia Standard*) mengalami kenaikan yang sangat signifikan, yakni 175,44% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin banyak yang menggunakan metode pembayaran digital berbasis kode QR untuk transaksi sehari-hari, sebuah bentuk adopsi *mobile banking* yang semakin massif. Kecenderungan masyarakat untuk bertransaksi melalui perangkat *mobile* bukan hanya karena kemudahan dan aksesibilitasnya, tetapi juga karena adanya inovasi sistem pembayaran yang mendukung kebutuhan pengguna dengan lebih aman, cepat, dan hemat biaya. *Mobile banking* memainkan peran penting dalam mempercepat pergeseran menuju transaksi non tunai dan memudahkan integrasi berbagai metode pembayaran yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan.

Fenomena ini berusaha ditangkap oleh segenap pebankan melalui inovasi *mobile banking* dengan keunggualannya masing-masing.



Gambar 1. 3 Jumlah User Top 4 Mobile Banking

Sumber : *Financial.bisnis.com* (Diolah)

Dari grafik diatas, Top 4 Bank di Indonesia yaitu Bank BCA, BRI, Mandiri dan BNI berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi dalam hal menambah jumlah user penggunaan *mobile banking* mereka. Secara umum grafik diatas menunjukkan tren peningkatan jumlah pengguna *mobile banking* pada 2024 dibandingkan tahun 2023. BRI mencatatkan peningkatan terbesar, diikuti oleh BCA, Mandiri, dan

BNI.



BCA Mobile

Livin'

Brimo

wondr

Gambar 1. 4 Mobile Banking Top 4 Bank di Indonesia

BCA Mobile, Livin' by Mandiri, BRImo, dan wondr by BNI bersaing ketat menawarkan fitur-fitur unggulan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Meskipun

semua menyediakan layanan dasar seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan cek saldo, masing-masing memiliki fokus dan kelebihan yang berbeda. Dalam ranah mobile banking di Indonesia, BCA Mobile, Livin' by Mandiri, BRImo, dan wondr by BNI bersaing ketat menawarkan fitur-fitur unggulan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Meskipun semua menyediakan layanan dasar seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan cek saldo, masing-masing memiliki fokus dan kelebihan yang berbeda.

BCA Mobile dikenal dengan kemudahannya dan fitur yang sangat esensial untuk transaksi sehari-hari. Aplikasi ini unggul dalam pembayaran QRIS, fitur *Lifestyle* untuk pembelian tiket hiburan, kemampuan *m-Payment* untuk berbagai tagihan, serta buka rekening *online*. Fitur BagiBagi juga menjadi nilai tambah untuk berbagi uang dengan mudah, dan dukungan NFC untuk top-up Flazz langsung dari *smartphone*. Livin' by Mandiri tampil sebagai *superapp* yang komprehensif, menawarkan pengalaman perbankan digital yang terintegrasi. Fitur-fiturnya mencakup *Quick Pick* untuk akses menu favorit, Intip Saldo tanpa login, *Linkage e-wallet* untuk menghubungkan berbagai dompet digital, dan *Cardless Withdrawal* untuk tarik tunai tanpa kartu. Livin' by Mandiri juga mengembangkan layanan pinjaman seperti Livin' KPR dan fitur *QR Cross Border* untuk pembayaran di luar negeri, menunjukkan fokus pada kelengkapan finansial dan gaya hidup.

BRImo dari BRI menonjolkan jangkauan yang luas dan fitur manajemen keuangan pribadi. Aplikasi ini memungkinkan buka rekening *online*, Registrasi *Internet Banking* langsung dari aplikasi, dan fitur *Personal Financial*

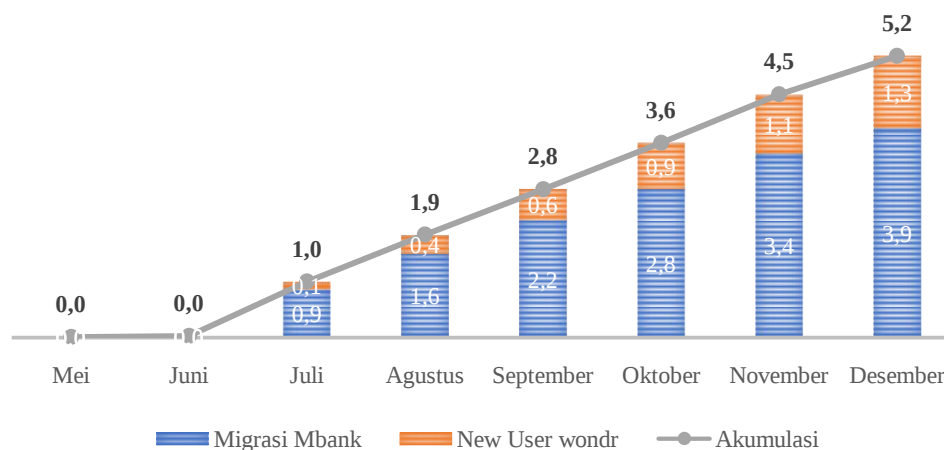
Management (PFM) yang membantu nasabah menganalisis pengeluaran. *Fast Menu* dan *Quick Balance* memberikan akses cepat ke layanan populer seperti top-up BRIZZI dan dompet digital. Selain itu, BRImo juga menawarkan fitur Investasi (SBN, DPLK, Deposito, Emas) dan Asuransi, serta *Transfer Internasional* ke lebih dari 160 negara, menjadikannya pilihan yang kuat untuk pengelolaan keuangan yang andal.

Terbaru, wondr by BNI hadir sebagai *superapp* inovatif yang mengedepankan tampilan modern dan pengalaman pengguna yang personal. Aplikasi ini didesain dengan tiga dimensi keuangan unik: *Insight* (untuk memantau dan menganalisis kondisi keuangan), *Transaksi* (untuk kebutuhan perbankan *real-time* seperti *transfer* domestik dan luar negeri, pembayaran tagihan, dan QRIS), serta *Growth* (untuk perencanaan masa depan dengan produk finansial seperti deposito dan SBN). wondr by BNI juga dilengkapi dengan fitur keamanan canggih seperti *biometric login* dan *two-factor authentication*, pembukaan rekening secara online, serta integrasi layanan gaya hidup yang luas, termasuk pembelian tiket perjalanan. Ini menunjukkan ambisi BNI untuk memberikan solusi keuangan yang komprehensif dan terkini.

Secara keseluruhan, meskipun BCA Mobile, Livin' by Mandiri, dan BRImo telah mapan dengan keunggulan masing-masing dalam memenuhi kebutuhan transaksi dan pengelolaan keuangan, namun Wondr muncul sebagai pilihan yang sangat menjanjikan dan berpotensi lebih baik. Ditambah dengan tampilan modern, pengalaman pengguna yang personal, serta fitur keamanan canggih seperti biometrik dan otentikasi dua faktor, wondr menawarkan solusi perbankan digital

yang tidak hanya fungsional tetapi juga proaktif, intuitif, dan relevan dengan kebutuhan finansial masa depan nasabah. Ini menjadikan wondr by BNI sebagai *superapp* yang lebih lengkap dan berorientasi pada pemberdayaan finansial nasabah secara menyeluruh.

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk terus meningkatkan transformasi digital melalui peningkatan jumlah user dan jumlah aktif user *mobile banking*.

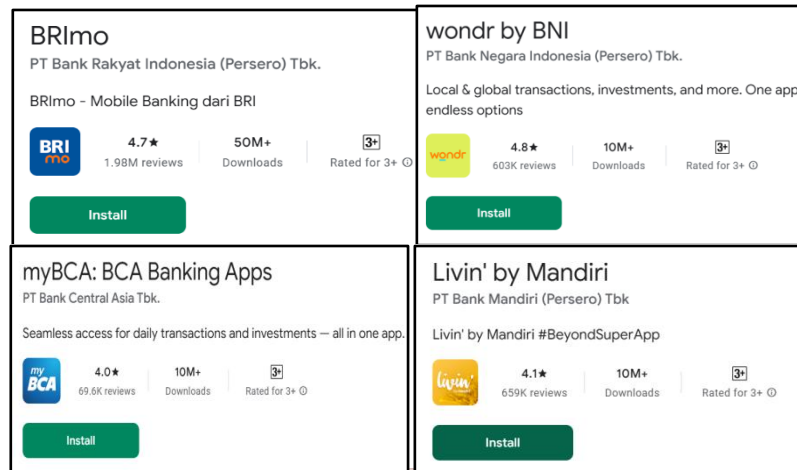



Gambar 1. 5 Data Register wondr Tahun 2024

Sumber : Data Internal BNI (diolah)

Berdasarkan grafik diatas, peningkatan jumlah *register user wondr* dari bulan Mei hingga Desember 2024 mengalami pertumbuhan yang signifikan, dimana *register wondr* terdiri atas nasabah yang melakukan migrasi dari *Mobile banking* versi lama ke wondr dan nasabah baru yang menggunakan wondr. Tercatat per Desember 2024 jumlah register wondr sebanyak 5,2 Juta user yang terdiri atas 3,9 juta user yang migrasi dari BNI *Mobile Banking* ke wondr dan 1,3 juta user yang merupakan new user wondr. Hal ini menandakan peningkatan pesat jumlah

pengguna register wondr menunjukkan semakin tingginya minat masyarakat dalam mengadopsi teknologi finansial yang lebih praktis dan efisien.



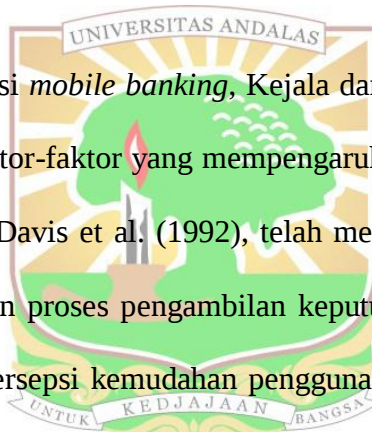
Gambar 1. 6 Rating Top 4 Mobile Banking di Indonesia

Hal ini juga sejalan dengan respon masyarakat yang menunjukkan sikap positif terhadap peluncuran wondr by BNI sebagaimana dijelaskan pada ulasan Masyarakat pada menu *Playstore* dan *Appstore* dimana rating wondr adalah 4.8, sedangkan rating MyBCA Adalah 4.0, Livin by Mandiri adalah 4.1 dan Brimo adalah 4.7. Berikut adalah beberapa keunggulan wondr disbanding *mobile banking* lainnya :

Tabel 1. 1 Keunggulan wondr by BNI

No.	Keunggulan	Penjelasan Singkat
1	Tarik tunai tanpa kartu	Memudahkan tarik tunai hanya dengan aplikasi, tanpa perlu membawa kartu fisik.
2	Transfer ke luar negeri cepat	Proses transfer internasional lebih cepat, hanya dalam hitungan menit.
3	Cicilan tagihan kartu kredit fleksibel	Pengguna bisa mencicil tagihan kartu kredit sesuai kemampuan dan kenyamanan.
4	Monitoring aset & pinjaman	Memantau total aset dan pinjaman secara real-time dan mudah melalui aplikasi.
5	Download dokumen penting	Dapat mengunduh rekening koran dan dokumen SPT kapan saja dibutuhkan.
6	Fitur lifestyle	Menyediakan akses ke pembelian tiket konser, traveling, dan kebutuhan gaya hidup.
7	Teman finansial pribadi	Fitur interaktif untuk membantu pengguna mengelola keuangan secara personal.
8	3 dimensi keuangan	Pendekatan finansial yang mencakup transaksi, manajemen, dan perencanaan keuangan.
9	Investasi praktis	Pengguna dapat mulai berinvestasi langsung melalui aplikasi dengan mudah.
10	Nabung rutin dengan Life Goals	Menyediakan fitur tabungan otomatis untuk membantu pengguna mencapai tujuan finansial.

Source Data : Data Internal BNI



Dalam konteks adopsi *mobile banking*, Kejala dan Porath (2022) menyoroti pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi. TAM, yang dikembangkan oleh Davis et al. (1992), telah menjadi kerangka kerja yang populer dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan pengguna. Model ini menggarisbawahi peran persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Usefulness*) dan manfaat (*Perceived Ease of Use*) dalam mendorong adopsi teknologi. TAM dirancang untuk memprediksi perilaku adopsi teknologi berdasarkan keyakinan pengguna terhadap teknologi tersebut, dimana inti utama dari TAM ini adalah *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). TAM dibangun atas fondasi TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang menjelaskan bagaimana sikap (*Attitude*) memainkan peran kunci dalam menentukan niat perilaku (*Intention to Use*) dalam konteks penerimaan inovasi teknologi (Giovanis et al., 2019). Studi lain juga menjelaskan bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh

langsung terhadap niat perilaku dalam mengadopsi *mobile banking* seperti yang dijelaskan oleh Malaquias dan Hwang (2019).

Di balik sisi positifnya, kemajuan teknologi khususnya *mobile banking*, menghadirkan risiko keamanan transaksi digital. Ancaman kejahatan *cyber*, seperti penipuan, *phishing*, dan *malware*, menjadi tantangan nyata yang harus diatasi. Isu keamanan digital ini menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat adopsi *mobile banking* oleh pengguna. Tingginya resiko yang dirasakan (*Perceived Risk*) dapat menghambat kepercayaan dan sikap positif pengguna terhadap layanan ini. Namun, hal ini dapat diatasi dengan pendekatan yang komprehensif melibatkan berbagai pihak untuk melakukan edukasi yang intensif mengenai praktik keamanan yang baik dan meningkatkan kesadaran pengguna. Sehingga resiko yang dirasakan rendah dapat meningkatkan adopsi pengguna terhadap *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Giovanis et al.,(2019) bahwa risiko adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan, dan resiko yang dirasakan adalah variabel kunci yang memengaruhi penerimaan *mobile banking* oleh calon pengguna. Selain itu dalam penelitian lain oleh Abikari (2024) menjelaskan peran *Attitude* sebagai mediasi terhadap resiko yang dirasakan terhadap niat pengguna dalam megadopsi *mobile banking*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi sikap seseorang dalam mengadopsi *mobile banking* adalah *Personal Innovativeness*. Berdasarkan teori Difusi Inovasi yang dipopulerkan oleh Everett Rogers (1962) dalam buku ciptaannya yang berjudul “*Difussion Innovations*” menjelaskan tentang pemahaman yang mendalam tentang bagaimana ide-ide baru diterima oleh individu dan kelompok

awal dengan sejumlah resp
belum menggunakan apli
n untuk menggali lebih
an yang mereka hadapi da
yancara awal tersebut, ditemu

awal dengan sejumlah resp
belum menggunakan apli
n untuk menggali lebih
an yang mereka hadapi da
yancara awal tersebut, ditemu

Tabel 1. 2 Survey Awal Responden

No.	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total
		STS	TS	N	S	SS	
<i>A. Perceived Usefulness</i>							

No.	Item Pertanyaan	Frekuensi					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1	Wondr by BNI sangat memudahkan akses layanan perbankan.	0	0	1	8	1	10
2	Penggunaan Wondr by BNI membantu meningkatkan kualitas layanan perbankan saya	0	0	1	8	1	10
3	Penggunaan Wondr by BNI membuat layanan perbankan saya jadi lebih efisien.	0	0	1	6	3	10
B. Perceived Ease of Use							
4	Mempelajari cara menggunakan Wondr by BNI untuk layanan perbankan terasa mudah bagisaya.	0	0	2	5	3	10
5	Melakukan transaksi perbankan lewat ponsel terasa jelas dan mudah dipahami.	0	0	2	4	4	10
6	Menggunakan ponsel untuk transaksi perbankan terasa praktis dan mudah bagisaya.	0	0	4	5	1	10
7	Saya merasa mudah untuk menguasai penggunaan perangkat seluler dalam mengakses layanan perbankan.	0	0	2	5	3	10
C. Perceived Risk							
8	Informasi pribadi dapat disalahgunakan, dibagikan kepada orang lain, atau dijual.	8	2	0	0	0	10
9	Informasi pribadi bisa dicatat atau diakses	7	3	0	0	0	10
10	Informasi transaksi bisa dikumpulkan, dilacak, dan dianalisis	9	1	0	0	0	10
D. Personal Innovativeness							
11	Di antara teman-temannya, biasanya saya yang pertama kali mencoba teknologi baru	0	0	2	6	2	10
12	Teman-temannya sangat menghargai pendapat saya tentang teknologi baru	0	0	2	5	3	10
E. Attitude							
13	Penggunaan aplikasi wondr by BNI menguntungkan bagisaya	0	0	1	8	1	10
14	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi wondr by BNI	0	0	0	5	5	10
15	Saya merasa senang menggunakan aplikasi wondr by BNI	0	0	0	6	4	10
16	Saya merasa menggunakan aplikasi wondr by BNI bermanfaat	0	0	0	7	3	10
F. Intention to Use							
17	Saya berencana untuk menggunakan ponsel untuk mempermudah layanan perbankan di masa depan	0	0	2	4	4	10
18	Saya akan memaksimalkan penggunaan ponsel dalam memfasilitasi transaksi dan layanan perbankan	0	0	0	7	3	10
19	Ponsel akan menjadi salah satu teknologi utama saya untuk mempermudah urusan perbankan	0	0	2	5	3	10
20	Ponsel akan menjadi salah satu teknologi favorit saya untuk mempermudah urusan bank	0	0	2	6	2	10

Source Data : Diolah



Dari data yang dikumpulkan, telah dilakukan survey awal kepada 10 responden dengan kategori umur 29 – 44 tahun melalui kuisioner yang dibagikan dalam bentuk *google form* melalui *Whatsapp*, dimana diberikan 20 pertanyaan terkait penggunaan wondr berkaitan dengan masing-masing variabel yang diuji dalam penelitian menggunakan metode pengukuran skala likert 1-5. Hasil survey masing-masing variabel (*Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Personal Innovativeness* dan *Intention to Use*) memiliki rata-rata 4, yang mana artinya rata-rata responden memilih Setuju dan Sangat Setuju bahwa mengadopsi *mobile banking* memberikan kemudahan, dan keuntungan terhadap transaksi perbankan

nasabah, sedangkan pada variabel *Perceived Risk*, responden rata-rata menjawab tidak setuju bahwa *Mobile Banking* memberikan ancaman terhadap transaksi perbankan nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Faktor- faktor yang mempengaruhi adopsi *mobile banking* pada Generasi Milenial melalui Survey pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, untuk mempermudah proses analisa dalam penelitian ini, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?
2. Bagaimanakah pengaruh *Perceived Ease of Use (PEOU)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?
3. Bagaimanakah pengaruh *Perceived Risk (PR)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?
4. Bagaimanakah pengaruh *Personal Innovativeness (PI)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?



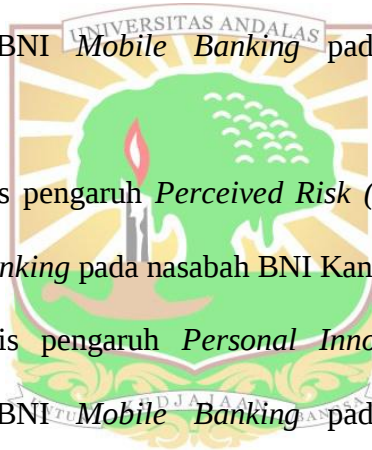
5. Bagaimanakah pengaruh *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?
6. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?
7. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease of Use (PEOE)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?
8. Bagaimana pengaruh *Perceived Risk (PR)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?
9. Bagaimana pengaruh *Personal Innovativeness (PI)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use (PEOU)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Risk (PR)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.

4. Untuk menganalisis pengaruh *Personal Innovativeness (PI)* dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.
5. Untuk menganalisis pengaruh dengan *Attitude* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.
7. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use (PEOU)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.
8. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Risk (PR)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.
9. Untuk menganalisis pengaruh *Personal Innovativeness (PI)* terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* pada nasabah BNI Kantor Wilayah 02.



1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Membantu dan memberi masukan pada Pimpinan/Manajemen dan Manager SDM BNI Wilayah 02 terhadap strategi pemasaran yang efektif untuk diterapkan dalam meningkatkan adopsi teknologi *BNI Mobile Banking* khususnya bagi Generasi Milenial.

2. Sumbangan pengetahuan dan informasi bagi akademisi dan pihak lainnya dalam menyusun skripsi, tesis, dan kertas kerja lainnya. Sumbangan pengetahuan dan informasi bagi akademisi dan pihak lainnya dalam menyusun skripsi, tesis, dan kertas kerja lainnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan fokus pada nasabah Bank BNI Kantor Wilayah 02 yang merupakan bagian dari Kantor Wilayah 02 (Area Sumbar, Riau dan Kepri).

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai pedoman dalam penelitian ini dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang dari pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika pembahasan dari penulisan penelitian ini.



BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini membahas dasar atau teori-teori yang akan digunakan di dalam melakukan pembahasan yang telah dikemukakan, kemudian berisi telaah penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Memuat tentang metodologi yang digunakan sebagai alat bantu dalam menemukan variabel yang akan digunakan, pembentukan model serta menjelaskan sumber data serta metode pengumpulan data yang digunakan.

BAB IV : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai hasil analisis dari penelitian yang didalamnya mencakup respondent profile, analisis deskriptif, data hasil penelitian, dan pengujian hipotesis penelitian, dan justifikasi hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada Bab ini dibahas tentang kesimpulan dan saran atas hasil analisis yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian.

