

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan kegiatan perekonomian masyarakat saat ini semakin pesat dengan adanya lembaga keuangan syariah yang menjadi salah satu alternatif dalam melakukan kegiatan perekonomian. Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga intermediasi yang menghubungkan partai politik yang mempunyai atau mempunyai kelebihan uang dengan partai politik yang membutuhkan uang. (Darsono, 2016, hlm.3)

Lembaga syariah kini telah mempunyai produk-produk berbasis syariah dan banyak diminati masyarakat, karena lambat laun masyarakat menjadi sadar dan paham bahwa produk syariah mempunyai ciri dan konsep yang berbeda dengan lembaga lain. Selain itu, banyak orang menganggap penting untuk hidup sesuai dengan syariah dan aturan Islam, yakni hidup yang menghindari unsur maghrib (maisir, gharar dan riba).

Lembaga keuangan syariah memiliki sejumlah ciri yang dibutuhkan masyarakat agar sesuai dengan prinsip syariah, seperti menghindari pembayaran bunga dalam berbagai bentuk, mendefinisikan uang sebagai alat tukar daripada komoditas, dan menjalankan bisnis dengan Memproleh imbalan atas jasa. atau bisa disebut dengan bagi hasil. (Soemitra, 2009, hlm 388-389).

Pegadaian syariah memungkinkan nasabah mendapatkan uang dengan cepat dan mudah. Pegadaian syariah merupakan lembaga keuangan syariah

yang sistem pegadaianya berdasarkan prinsip syariah. Hal ini bertolak belakang dengan anggapan sebagian besar masyarakat yang mengatakan bahwa pegadaian syariah sama saja dengan pegadaian konvensional. Berbicara pembiayaan pegadaian syariah yang lebih tinggi dibandingkan pegadaian konvensional. Banyak orang yang ragu tentang “hukum syariah” yang ada.

Berdasarkan pengamatan peneliti di Pegadaian Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin 2022, Saat ini jumlah nasabah yang memilih produk keuangan deposito emas relatif meningkat. Jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai emas sebanyak 1300 nasabah pada tahun 2022. Pada pegadaian syariah, bentuk pembiayaan yang paling banyak diminta adalah agunan berupa emas. Minat nasabah terhadap gadai emas pun semakin meningkat, dimana pegadaian syariah mencatatkan pertumbuhan tahunan transaksi pegadaian naik sebesar 4% pada akhir Agustus 2022.

Pegadaian terus berinovasi dengan menawarkan produk-produk yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, antara lain produk Ar-rahn (jaminan emas), produk Ar-rum (untuk usaha mikro) dan produk Mulia (pembiayaan biaya investasi logam emas melalui pembiayaan tunai dan angsuran). (Soemitra,2009)

Namun, pada hakikatnya masyarakat masih banyak berasumsi bahwa pegadaian hanya menyalurkan produk gadai saja. Akan tetapi pada kenyataannya produk yang ada pada pegadaian sudah tidak hanya berfokus pada gadai melainkan ada pembiayaan, pelayanan jasa, penitipan barang dan

lain-lain. Produk pegadaian sama halnya dengan produk lembaga keuangan lainnya.

Pembiayaan gadai emas tidak hanya mendanai masyarakat kelas menengah ke bawah, namun juga masyarakat menengah ke atas. Pembiayaan agunan emas memudahkan nasabah memperoleh dana dalam keadaan mendesak. Pembiayaan agunan emas dapat memenuhi kebutuhan produktif untuk menjalankan usaha.

Pembiayaan agunan emas memudahkan nasabah mendapatkan uang dengan cepat, biaya penyimpanan emas batangan rendah dan nilai taksiran tinggi, proses sederhana dan cepat, simpanan aman dan terjamin. barang jaminan perhiasan emas, emas batangan, dan berlian yang berjangka waktu sampai dengan 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang atau dijaminkan kembali (setelah lulus evaluasi dan membayar biaya gadai).

Masyarakat Kebun Bunga Banjarmasin merupakan bagian dari masyarakat Banjarmasin yang menyukai emas karena emas mempunyai nilai investasi yang tinggi dan dapat ditukarkan sewaktu-waktu apabila diperlukan uang untuk keperluan mendesak. Nilainya yang setiap tahunnya semakin meningkat dan terus meningkat membuat masyarakat menyukai emas karena emas mempunyai waktu yang lama untuk diperdagangkan. Saat ini jual beli emas banyak dijumpai karena jual beli emas dinilai sangat menguntungkan kedua belah pihak karena harga emas terus naik dan emas dapat disimpan untuk kebutuhan masa depan.

Dasar hukum yang menjadi landasan gadai syariah adalah ayat-ayat Al-Qur'an hadis Nabi Muhammad Saw, ijma ulama, dan fatwa MUI. Hal dimaksud, diungkapkan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۗ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ
الَّذِي أَوْثَمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُنُمُوا الشَّاهِدَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ وَ
اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya : “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya)”.

Tafsir Al Misbah dijelaskan bahwa bolehnya memberi barang tanggungan sebagai jaminan pinjaman atau dengan kata lain menggadaikan, dimana Nabi SAW pernah menggadaikan perisau beliau kepada seorang Yahudi, dari sini pula dapat ditarik kesan, bahwa sejak masa turunnya ayat ini, Al-Qur'an telah menggarisbawahi bahwa ketidakmampuan menulis hanya dapat ditoleransi untuk sementara bagi yang bertempat tinggal.

Ayat di atas para ulama sepakat bahwa *Rahn* dibolehkan, tetapi diwajibkan sebab gadai hanya jaminan saja jika kedua belah pihak tidak saling mempercayai. Pada ayat di atas adalah *Irsyad* (anjuran baik) saja

kepada orang beriman. Selain itu, perintah untuk memberikan jaminan sebagai mana dinyatakan dalam ayat tersebut dilakukan ketika tidak ada penulis, padahal hukum utang sendiri tidaklah wajib, begitu juga penggantinya yaitu barang jaminan.

Ijma' Ulama *jumhur* ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal ini dimaksud berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad SAW yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi contoh Nabi Muhammad SAW tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad SAW yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW kepada mereka.

Proses transaksi gadai emas, pihak pegadaian syariah mensyaratkan transaksi dengan menggunakan dua akad, yaitu akad rahn dan akad ijarah. Akad Rahn merupakan inti dari transaksi keuangan gadai emas. Perjanjian ini menjadi dasar proses keuangan transaksi agunan emas. Sementara itu, akad ijarah juga merupakan akad lanjutan. Akad Ijarah adalah akad penitipan barang yang menjadi agunan di pegadaian syariah dengan alasan keamanan dan alasan tertentu.

Tingginya permintaan terhadap emas membuat emas semakin bervariasi, sehingga bentuk emas pun semakin beragam, tidak hanya emas murni atau emas batangan saja. Namun perhiasan emas dibuat untuk

menunjang penampilan. Di era peningkatan permintaan akan penampilan saat ini, emas juga dianggap sebagai pelindung kekayaan, karena emas tahan terhadap inflasi dan krisis ekonomi yang akan terjadi. Berbeda dengan uang yang selalu mengalami penurunan nilainya ketika terjadi inflasi.

Emas adalah komoditas yang sangat berharga dan sangat likuid yang dapat dengan cepat ditukar dengan uang kapan saja. Emas mudah dibeli dan dijual serta bersifat universal, sehingga dihargai di mana-mana. Terdapat konsensus budaya di seluruh dunia bahwa emas merupakan logam mulia yang memiliki nilai estetika tinggi. Nilai keindahannya dipadukan dengan harganya yang menarik, sehingga emas menjadi salah satu cara untuk mengekspresikan diri dan membuat kita semakin menarik.

Perilaku nasabah pegadaian syariah terhadap pinjaman gadai emas dapat dilihat dari dua sisi, yaitu: keinginan nasabah untuk memperoleh perlindungan nilai dan menerima pembiayaan dari pegadaian syariah. Saat ini sudah banyak gadai emas syariah yang dikembangkan, namun yang menarik adalah hadirnya gadai emas di pegadaian, walaupun produk ini sudah lama dikembangkan namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang produk ini. Masih perlu adanya penelitian mengenai analisis pengambilan keputusan nasabah pada pegadaian syariah terhadap gadai emas yang menerapkan gadai syariah .

Pilihan yang diambil pelanggan terhadap produk yang dikonsumsi merupakan kemampuan pelanggan dalam mewujudkan keinginannya. Memahami perilaku pelanggan tidaklah mudah, sehingga untuk mencapai

tujuan pemasaran, pemasaran perlu mempelajari keinginan, persepsi, keputusan dan perilaku pelanggan sasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan, yaitu. promosi, kepercayaan dan layanan. Promosi merupakan suatu upaya untuk menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan bantuan penawaran, produsen atau distributor berharap dapat meningkatkan angka penjualan. Kepercayaan adalah sikap yang dimiliki orang ketika mereka merasa cukup mengetahui dan menyimpulkan bahwa mereka telah sampai pada kebenaran. Karena keyakinan adalah suatu sikap, maka keyakinan seseorang tidak selalu benar, atau keyakinan saja tidak menjamin kebenarannya. Namun, jasa adalah kegiatan yang dilakukan orang lain untuk memuaskan kebutuhan orang lain. Seiring berkembangnya layanan, menjadi parameter proses produksi antara penyampaian layanan dan pelanggan yang sangat dibutuhkan masyarakat, baik layanan fisik, layanan personal maupun layanan publik.

Kualitas di pegadaian syariah, sebagian besar tidak pernah mendapatkan pelayanan yang baik di pegadaian syariah maupun keuntungan syariah. Hal ini tentu saja sangat mempengaruhi citra pegadaian syariah itu sendiri, karena sumber daya manusianya yang tidak profesional sesuai konsep pegadaian syariah. Tentu tidak mudah untuk mengarahkan struktur pengetahuan dan keputusan masyarakat yang telah lama dibangun kepada pegadaian berbasis syariah, alasan peneliti berpendapat bahwa penting untuk

mengungkap faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan pegadaian berbasis syariah.(Karim, 2003, hal.13)

Dengan penelitian ini akan diketahui apa saja yang membuat pelanggan memutuskan untuk menjadi nasabah gadai emas dipegadaian syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI, PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS DI PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT PELAYANAN SYARIAH CPS KEBUN BUNGA BANJARMASIN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan menarik suatu rumusan masalah yaitu :

1. Apakah Promosi (X1), Pelayanan (X2) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas?
2. Apakah Promosi (X1), Pelayanan (X2) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah (Y) di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi (X1), Pelayanan (X2) dan Kepercayaan (X3) secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y) diPT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan produk pembiayaan gadai emas.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Promosi (X1), Pelayanan (X2) dan Kepercayaan (X3) secara simultan terhadap Keputusan Nasabah (Y) diPT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang pembiayaan gadai emas.

2. Bagi Pembaca

Bagi yang membaca penelitian ini diharapkan bisa menjadi penambah ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah terutama dalam akad rahn atau gadai.

3. Bagi Akademik

- a. Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pemahaman terhadap analisis keputusan nasabah terhadap pembiayaan gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin.
- b. Menambah referensi untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian yang sama sebagai bahan kepustakaan dan keilmuan terhadap produk pembiayaan gadai emas.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Promosi (X1), Pelayanan (X2), kepercayaan (X3), dan keputusan nasabah sebagai variabel terikat (Y). Adapun alasan pemilihan variabel adalah karena Variabel Promosi (X1) merupakan Variabel penting dan paling utama yang biasa dilakukan oleh setiap perusahaan yaitu promosi, dan Variabel Pelayanan (X2) merupakan suatu ketentuan bagaimana pelayanan dilakukan sehingga membuat nasabah memutuskan untuk melakukan gadai ditempat tersebut, dan Variabel Kepercayaan (X3) merupakan suatu variabel yang sangat penting terhadap nasabah dalam menentukan pilihannya kepada perusahaan tersebut., sedangkan Variabel Keputusan Nasabah (Y) merupakan variabel inti dari variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2) dan Kepercayaan (X3). Adapun Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Keputusan Nasabah (Y)	Perilaku nasabah adalah proses pengambilan keputusan yang memerlukan tindakan individu	1. Kelengkapan 2. Transitivitas 3. Kontinuitas	Interval
Promosi (X1)	Promosi merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu program pemasaran.	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Penjualan pribadi 4. Publisitas	Interval
Pelayanan (X2)	pelayanan adalah suatu kegiatan atau sikap kegiatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada hakikatnya tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan.	1. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>)	Interval
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah harapan seseorang atau suatu kelompok atas perkataan, janji, dan pernyataan lisan atau tertulis yang nyata atau	1. Keandalan 2. Kejujuran 3. Keamanan	Interval

	terwujud..		
--	------------	--	--

Sumber: Data Diolah, 2023

F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah :

1. Indah Sari Pebriani, dkk., (jurnal, Politeknik Negeri Jakarta, 2018)
Judul : *Analisis Keputusan Nasabah Terhadap Produk Mitra Emas IB Masalah Bank BJB Syariah KCP Rawamangun*. Hasil penelitian menunjukkan Faktor ke-1 yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk mitra emas iB masalah adalah faktor lokasi yang terdiri dari variabel lokasi yang mudah ditemukan dan tempat parkir yang luas dan nyaman.
2. Lisahroni Matondang (Skripsi, 2018), Judul : *Analisis Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padang sidimpuan*. Hasil penelitian menunjukkan Promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padang sidimpuan. Nilai taksiran secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padang sidimpuan
3. Lisda Qodrunnada Nabila Putri dan Jaenal Effendi, (Artikel, Almuzara "ah vol.8 No.1,2020) Judul: *Analisis Faktor Faktor Yang*

Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Gadai Rahn (studi kasus PT.BPRS Ammah Ummah. Hasil penelitian menunjukkan Faktor ke-1 promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk rahn. Faktor ke-2 kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk rahn. Faktor ke-3 pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk rahn.

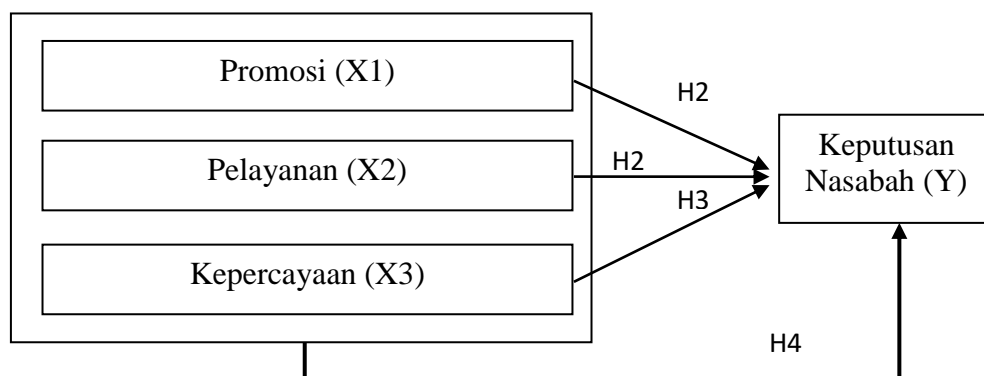
4. Diva Wiranti Ritonga, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Tahun2019). Judul : *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah Di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidempuan.* Hasil penelitian menunjukkan Faktor kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank Mandiri Cabang Padangsidempuan. Faktor promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank Mandiri Cabang Padangsidempuan. Faktor lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank Mandiri Cabang Padangsidempuan.
5. Sofyan Bachmi, dkk., (Jurnal ilmu perbankan dan keuangan syariah, 2020) Judul : *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam*

Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Hasil penelitian menunjukkan Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada bank syariah mandiri cabang palu adalah biaya ijarah. Faktor ke-2 yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada bank syariah mandiri cabang palu adalah kualitas pelayanan.

G. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yaitu gambaran tentang hubungan variabel dalam suatu penelitian. Kerangka berpikir diuraikan oleh jalan berpikir yang logis. Artinya bagaimana kita melihatapa yang tergambar di pikiran kita ke dalam tulisan yang secara logis. Berdasarkan teori tersebut peneliti menulis apakah ada pengaruh dari Promosi (X1), terhadap Keputusan Nasabah (Y), pengaruh dari Pelayanan (X2), terhadap Keputusan Nasabah (Y), dan pengaruh dari Kepercayaan (X3), terhadap Keputusan Nasabah (Y). Sedangkan variabel keputusan nasabah (Y) berpengaruh terhadap promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepercayaan (X3).



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

Berdasarkan gambar 3.1 dapat diketahui bahwa secara parsial promosi (X1) dapat mempengaruhi keputusan nasabah (Y), pelayanan (X2) dapat mempengaruhi keputusan nasabah (Y), dan kepercayaan (X3) dapat mempengaruhi keputusan nasabah (Y) dan secara simultan promosi (X1), pelayanan (X2) dan kepercayaan (X3) dapat mempengaruhi keputusan nasabah

H. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri atas akar kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dari dan *thesis* berarti pendapat. Dengan demikian, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban, atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut. (Teguh, 2015, hal.58).

Berdasarkan kajian teori, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha₁: Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

Ha₂: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

Ha₃: Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

Ha₄: Promosi, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dibuat agar memudahkan peneliti dalam menyusun proposal ini dan mudah dipahami oleh pembaca. Adapun sistematika pembahasan penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang berisi dari latar belakang masalah yang menguraikan tentang masalah yang ada pada penelitian ini, rumusan masalah peneliti merumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian dan menyebutkan tujuan dari penelitian yang dilakukan, dan manfaat penelitian yang menjelaskan manfaat yang akan diperoleh dari penelitian, definisi operasional variabel peneliti mendefinisikan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, identifikasi masalah yang menguraikan seluruh aspek yang berhubungan dengan masalah dalam objek penelitian, batasan masalah yang membatasi masalah atau ruang lingkup permasalahan, dan kajian pustaka yang menjelaskan tentang penelitian yang relevan dengan penelitian sebelumnya, serta sistematika pembahasan yang menerangkan isi dari bab per-bab penelitian yang akan dilakukan.

BAB II landasan teori yang berisi kerangka teori yang menjelaskan uraian-uraian tentang teori dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, kemudian penelitian ini diperkuat dengan penelitian

terdahulu, kerangka pikir yang berisi pemikiran peneliti mengenai masalah yang akan diselesaikan, dan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang akan diteliti.

BAB III Metode penelitian berisi tentang lokasi dan waktu yang dilakukan oleh peneliti, jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dan sekunder, metode pengumpulan data yang dilakukan adalah angket, wawancara dan dokumentasi dalam penelitian. Teknis analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah uji instrument, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

BAB IV Hasil penelitian berisi tentang gambaran umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan hasil dari penelitian dengan pengolahan data yang ditemukan, ini berkaitan dengan hasil yang diperkirakan.

BAB V Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran