BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Teknologi telah memainkan peran penting di dunia saat ini. Perkembangan teknologi internet juga telah membuat revolusi industri perbankan. Konversi dari sistem buku besar berbasis manual ke proses tersistem dan pembukaan ke fasilitas berbasis internet telah memberikan aspek baru pada sektor perbankan (Toor et al., 2016). Lembaga keuangan di seluruh dunia didorong untuk mengikuti perkembangan saat ini karena banyak orang melihat masa depan perdagangan dan urusan yang dilakukan secara *online* (Musaev & Yousoof, 2015). Mayoritas bank di negara maju dan beberapa di negara berkembang sekarang menawarkan layanan perbankan elektronik dengan berbagai tingkat kompleksitas. Hal ini memberikan indikasi bahwa *e-banking* secara bertahap mengambil alih layanan perbankan tradisional bahkan di negara berkembang seperti Yordania, India, Malaysia, Nigeria dan Ghana (Addai et al., 2015). Perbankan elektronik telah mengalami pertumbuhan yang mencengangkan di beberapa negara khususnya Afrika dan telah mengubah aktivitas perbankan normal di Nigeria (Asiyanbi & Ishola, 2018). Industri perbankan Nigeria telah berupaya memanfaatkan produktivitas dan keuntungan layanan pelanggan yang cenderung ditawarkan oleh *e-banking*. Terlepas dari keunggulan teknologi baru ini, banyak pelanggan tidak mau menggunakannya (Ayo et al., 2016). Di Ghana, fase industri perbankan secara keseluruhan berubah dengan cepat dan fokusnya sekarang pada saluran pengiriman baru untuk meningkatkan pengiriman layanan pelanggan dan menyediakan akses layanan perbankan 24 jam sehari kepada pelanggan (Addai et al., 2015).

Perkembangan teknologi kini telah memasuki revolusi 4.0 dimana semua menggunakan teknologi tinggi dan semuanya digital. Salah satu teknologi yang semakin banyak dinikmati masyarakat adalah pemanfaatan

Faktor Pendorong Kepercayaan..., Fadel Busthomy, Ma.-IBS, 2022

internet. Di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, penggunaan internet dibanyak negara terus meningkat. Pada kuartal pertama tahun 2020 tercatat 4.574.150.134 pengguna internet di seluruh dunia. Indonesia sendiri menempati posisi ke-4 dengan sekitar 171.260.000 pengguna internet di kawasan Asia setelah China dan India. Keberhasilan perusahaan perbankan dalam revolusi 4.0 tidak lepas dari teknologi yang digunakan yang didukung oleh internet banking (Cahaya & Siswanti, 2020).

E-banking dibuat oleh bank untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi. *E-banking* menggunakan media elektronik yang terhubung dengan jaringan internet untuk dapat mengaksesnya. Dengan demikian, nasabah dapat bertransaksi dimanapun dan kapanpun. *E-banking* terdiri dari *ATM*, *Phone Banking*, *internet banking*, *sms banking* dan *mobile banking*. Dalam perkembangannya, *e-banking* dianggap sebagai strategi yang dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem yang jauh lebih baik di masa mendatang (Nustini & Fadhillah, 2020). Transaksi yang dilakukan secara *online* sangatlah memberikan dampak positif bagi nasabah yang berada di wilayah perkotaan dengan adanya fasilitas internet. Akan tetapi bagi nasabah yang tidak merasakan falisilitas internet, hal tersebut tetap tidak memberikan dampak positif atau manfaat (Addai et al., 2015).

Berdasarkan data International Telecomunication Union (ITU) menunjukkan bahwa pada tahun 2017, Indonesia menempati peringkat kedelapan dari sebelas negara yang ada di Asia Tenggara pengguna fasilitas internet rumah tangga. Menurut International Telecomunication Union (ITU) hanya 32,29% masyarakat Indonesia yang menggunakan fasilitas internet *broadband.* Hal tersebut dikarenakan belum meratanya pembangunan infrastruktur telekomunikasi di Indonesia. Berdasarkan data Net1 salah satu layanan telekomunikasi di Indonesia, pada tahun 2018 dari total 78.000 desa yang ada di Indonesia, masih terdapat 15.000 desa yang belum merasakan akses internet dan kurang baiknya sinyal di desa tersebut (www.news.detik.com, 2020).

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah nasabah *e-banking* meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Jumlah ini berkembang sesuai dengan perubahan perilaku dan kebutuhan individu di Indonesia dalam menggunakan inovasi komputerisasi untuk melakukan aktivitas perbankan. Sedangkan frekuensi pertukaran nasabah *e-banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016. (Nustini & Fadhillah, 2020).

Terlepas dari banyak keuntungan yang ditawarkan bank kepada nasabah mereka melalui layanan *online*, perbankan *online* juga menghadirkan banyak masalah keamanan. Pemrogram komputer, yang merupakan individu dengan keahlian luar biasa dalam membobol sistem atau organisasi secara tidak sah untuk tujuan jahat, telah menciptakan berbagai teknik halus untuk mengambil uang perbankan *online*. Terlepas dari banyak manfaat dari perbankan berbasis web, masalah keamanan ini sering menghalangi nasabah untuk menggunakannya, karena banyak nasabah telah menemukan bahwa menggunakan *e-banking* dapat membuat uang tunai dan sumber daya penting lainnya rentan terhadap risiko. Karena sebagian besar bank saat ini menawarkan administrasi kepada nasabah mereka melalui web, semakin banyak programmer berpikir bahwa itu penting dan menarik untuk meluangkan waktu mereka. (Sarjiyus et al., 2019).

Pada bulan Mei tahun 2017 Bank Mandiri mengambil langkah untuk menghentikan sementara layanan e-banking Bank Mandiri yang pada saat itu bernama mandiri online. Hal tersebut dikarenakan banyaknya keluhan nasabah yang melaporkan bahwa kehilangan dana dalam layanan mandiri online. Menurut sekretaris Bank Mandiri pada saat itu Rohan Hafas, kejadian tersebut dikarenakan adanya kerusakan pada sistem Bank Mandiri. Akan tetapi sekretaris Bank Mandiri pada saat itu Rohan Hafas, tidak menutup kemungkinan kejadian tersebut juga dapat dikarenakan adanya pembobolan oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab (www.katadata.co.id, 2017).

Lingkungan global saat ini telah menyadari industri perbankan pentingnya kualitas layanan agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Sektor keuangan semakin sadar akan evaluasi kinerja terkait kualitas produk atau layanan sesuai ekspektasi nasabah. Dengan demikian, penting bagi bank untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi adopsi nasabah terhadap *e-banking* melalui fokus pada peningkatan kualitas layanan perbankannya karena merupakan sumber utama keunggulan kompetitif (Hussien & Aziz, 2016).

Peningkatan kualitas layanan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di dunia perbankan dapat dikatakan relatif lebih berkembang dibandingkan dengan sektor lainnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah ATM Bank Mandiri yang tersebar di seluruh Indonesia sebanyak 13.176 mesin ATM di tahun 2020 (www.bankmandiri.co.id, 2020).

Menurut Direktur Utama Bank Mandiri Darmawan Junaidi, perubahan layanan *e-banking* Bank Mandiri merupakan inisiatif Bank Mandiri untuk menjadi salah satu *Modern Digital Retail Bank* dengan layanan yang adaptif terhadap perilaku baru nasabah dalam bertransaksi. Sebagai wajah baru dari aplikasi Mandiri Online, Livin' by Mandiri akan menjadi sebuah produk *e-banking* yang memanfaatkan pendekatan *artificial intelligence* untuk menciptakan sentuhan personal yang berbeda dan lebih modern dalam akses layanan keuangan yang lengkap, termasuk ke biller dan produk anak perusahaan Bank Mandiri. Hal tersebut menjadi komitmen Bank Mandiri untuk memuaskan nasabah dengan terus berusaha meningkatkan kualitas layanan *e-banking* yang menghadirkan kenyamanan serta kemudahan dalam memperoleh informasi dan melalukan aktivitas transasksi keuangan (www.bankmandiri.co.id, 2021a). Tabel 1.1 menunjukkan prestasi kinerja *e-banking* beberapa bank di Indonesia.

Tabel 1.1

10 Bank Peforma *E-banking* Terbaik

No	Nama Bank	Tahun 2020 (%)	Tahun 2021(%)
1	Bank BNI	96,21	94,92
2	Bank BCA	95,08	94,88
3	Bank BRI	91,58	93,42
4	Bank Mandiri	86,40	87,26
5	Bank Artha Graha	85,22	82,37
6	Bank CIMB Niaga	92,15	82,32
7	Bank BTN	78,70	81,67
8	Bank BJB	86,43	80,64
9	Bank Danamon	86,43	80,64
10	Bank Mega	-	80,50

Sumber : Bank Service Exellence Monitor (BSEM) 2021 dari MRI

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa kinerja *e-banking* Bank Mandiri masuk dalam kategori baik dengan menempatkan posisi kelima. Pada tahun 2021 *e-banking* Bank Mandiri mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 86,40% menjadi 87,26% atau meningkat sebesar 0,86%. Namun, Bank Mandiri perlu terus meningkatkan kualitas layanan *e-bankingnya* agar mampu bersaing dengan perkembangan *e-banking* kompetitornya. Hal tersebut perlu dilakukan oleh Bank Mandiri untuk meningkatkan loyalitas nasabah dalam bertransaksi menggunakan Livin by Mandiri.

Kualitas layanan sangat penting untuk kesuksesan organisasi dalam jangka panjang. Pertama-tama, kualitas layanan merupakan keunggulan kompetitif khusus untuk organisasi melawan pesaing lain. Selain itu kualitas layanan adalah prioritas terpenting meningkatkan kapabilitas organisasi untuk menghasilkan layanan dengan tingkat kualitas yang unggul (Sleimi et al., 2018).

Menurut Wakil Direktur Utama Bank Mandiri Alexandra Askandar, pengguna aktif Livin' by Mandiri sudah mencapai 7,1 juta pengguna aktif, naik dari periode yang sama di tahun sebelumnya yang mencapai 5 juta pengguna. Selain itu Alexandra Askandar juga menambahkan bahwa jumlah transaksi dan nilai transaksi Livin' by Mandiri juga mengalami peningkatan (www.merdeka.com, 2021). Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2

Peningkatan Pengguna Aktif, Jumlah Transaksi, dan Nilai Transaksi Livin' By Mandiri

Keterangan	Kuartal I 2020	Kuartal I 2021
Pengguna Aktif	5 juta	7,1 juta
Jumlah Transaksi	125,4 juta	200,3 juta
Nilai Transaksi	Rp. 229,5 triliun	Rp. 340 triliun

Sumber : (www.merdeka.com, 2021)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah pengguna aktif Livin' by Mandiri sebanyak 2,1 juta pengguna aktif di kuartal I 2021. Selain itu jumlah transaksi Livin' by Mandiri juga mengalami kenaikan sebesar 58% yang sebelumnya di kuartal I 2020 sejumlah 125,4 juta transaksi menjadi 200,3 juta di kuartal I 2021. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap peningkatan nilai transaksi Livin' by Mandiri sebesar 49% di kuartal I 2021 senilai Rp. 340 triliun.

Menurut *SVP Retail Deposit Products and Solution* Bank Mandiri Evi Dempowati, peningkatan penggunaan Livin' by Mandiri juga didorong oleh pembukaan rekening online onboarding Bank Mandiri, karena setiap pembukaan rekening online onboarding nasabah langsung dapat mengaktifkan aplikasi Livin' by Mandiri. Bank Mandiri menargetkan 1 juta pembukaan rekening simpanan via digital atau layanan online onboarding pada tahun 2021 (www.keuangan.kontan.co.id, 2021b)

Menurut *SVP Digital Banking* Bank Mandiri Sunarto Xie, sejak diperkenalkan pada bulan Desember 2020 Livin' by Mandiri menyumbang portofolio *power installment* sebesar 20% dan *power cash* sebesar 25% dikarenakan adanya penambahan fitur pengajuan pinjaman berbasis kartu kredit (*power cash*) dan fitur merubah tagihan kartu kredit menjadi cicilan (*power installment*) pada Livin by' Mandiri (www.bankmandiri.co.id, 2021b).

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukakan untuk menguji pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap loyalitas pelanggan (Cahaya & Siswanti, 2020; Raza et al., 2020; Shankar & Jebarajakirthy, 2019; Toor et al., 2016). Penelitian dengan model termediasi yang dimoderisasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa keandalan bersama dengan privasi dan keamanan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap *e-banking*. Kepercayaan awal pada *e-banking* memediasi efek dimensi EBSQ pada loyalitas pelanggan kecuali untuk desain situs web. Efek mediasi kepercayaan awal bervariasi antara konsumen yang terlibat tinggi dan rendah (Shankar & Jebarajakirthy, 2019).

Penelitian lainnya menunjukkan bahwa kualitas layanan memegang peranan yang sangat penting dalam setiap nasabah, karena hal tersebut menjadi dasar bagaimana nasabah menginterpretasikan perbankan online dan pada akhirnya bagaimana berinteraksi dan beroperasi dengan layanan online (Raza et al., 2020).

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor moderasi dan mediasi yang mempengaruhi hubungan antara dimensi kualitas layanan *e-banking* terhadap loyalitas pelanggan dalam *e-banking*. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat melihat perbedaan pola loyalitas pelanggan terhadap dimensi kualitas layanan *e-banking* berdasarkan profil demografis pelanggan (Shankar & Jebarajakirthy, 2019).

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melalukan penelitian kembali dengan mengembangkan atau memodifikasi dan memenuhi dua aspek yang disarankan oleh penelitian terdahulu. Pertama

menambahkan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan antara dimensi kualitas layanan *e-banking* terhadap loyalitas pelanggan dalam *e-banking* (Shankar & Jebarajakirthy, 2019). Kedua, menggunakan aplikasi mobile *e-banking* Bank Mandiri (Livin' by Mandiri) sebagai pembeda objek penelitian untuk melihat perbedaan pola loyalitas pelanggan terhadap dimensi kualitas layanan *e-banking* (Shankar & Jebarajakirthy, 2019). Pada penelitian ini konteks desain web diwakili oleh desain aplikasi sebagai penyesuaian objek yang akan diteliti. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini akan menguji lebih lanjut faktor – faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan, serta implikasinya terhadap loyalitas pelanggan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi mobile *e-banking* Bank Mandiri (Livin' by Mandiri).

1.2. Ruang Lingkup Masalah

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian dari (Shankar & Jebarajakirthy, 2019). Pada penelitian sebelumnya menguji pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan kepercayaan awal sebagai variabel mediasi. Pada penelitian ini, peneliti mencoba menguji kembali pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap loyalitas pelanggan, hanya saja peneliti menambahkan satu variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan. Agar penelitian saat ini lebih terarah, peneliti membuat batasan masalah yang mana penelitian ini terbatas oleh biaya dan waktu. Responden yang digunakan adalah nasabah Bank Mandiri di wilayah DKI Jakarta dengan rentan usia 18 – 50 tahun.

Penelitian ini mencoba mengidentifikasi faktor pendorong kepercayaan dan kepuasaan pelanggan. Peneliti juga mengidentifikasi pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan *e-banking* yang dimana dalam penelitian ini adalah privasi dan keamanan, keandalan, desain aplikasi dan pelayanan pelanggan. Selanjutnya variabel kualitas layanan *e-banking* berpengaruh terhadap

kepercayaan dan kepuasan pelanggan dan terakhir pengaruh kualitas layanan *e-banking* yang dimediasi oleh kepercayaan dan kepuasaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Objek penelitian ini adalah *e-banking* Bank Mandiri yaitu aplikasi mobile Livin' by Mandiri. Livin' by Mandiri merupakan wajah baru dari Mandiri Online yang menghadirkan kenyamanan serta kemudahan dalam memperoleh informasi dan melalukan aktivitas transasksi keuangan dengan total pengguna aktif sebanyak 7,1 juta pada kuarta I 2021 (www.keuangan.kontan.co.id, 2021b). Sehingga peneliti mencoba untuk meneliti objek tersebut untuk mengetahui seberapa besar kepercayaan dan kepuasan pelanggan yang akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi mobile *e-banking* Bank Mandiri (Livin' by Mandiri).

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka dari itu perlu dilakukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih banyaknya masalah keamanan yang timbul dalam *e-banking*. Sebaiknya Bank Mandiri terus meningkatkan keamanan *e-banking* dan melakukan perawatan secara berkala.
2. Kurangnya pemerataan internet di Indonesia yang menyebabkan pengetahun dan pemahaman masyarakat tentang *e-banking* yang terbilang rendah. Seharusnya Bank Mandiri dapat memberikan sosialisasi lebih ke masyrakat mengenai pengetahuan tentang *e-banking*.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas peneliti menentukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah privasi dan keamanan berpengaruh positif signifikan terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?

2. Apakah keandalan berpengaruh positif signifikan terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
3. Apakah desain aplikasi berpengaruh positif signifikan terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
4. Apakah pelayanan pelanggan berpengaruh positif signifikan terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
5. Apakah privasi dan keamanan berpengaruh positif signifikan terdahap kepuasan pelangaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
6. Apakah keandalan berpengaruh positif signifikan terdahap kepuasan pelangaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
7. Apakah desain aplikasi berpengaruh positif signifikan terdahap kepuasan pelangaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
8. Apakah pelayanan pelanggan berpengaruh positif signifikan terdahap kepuasan pelangaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
9. Apakah kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?
10. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, peneliti mempunyai beberapa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan privasi dan keamanan terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan keandalan terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.

3. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan desain aplikasi terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan pelayanan pelanggan terdahap kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan privasi dan keamanan terdahap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan keandalan terdahap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
7. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan desain aplikasi terdahap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
8. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan pelayanan pelanggan terdahap kepuasan pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
9. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.
10. Menguji dan menganalisis pengaruh positif signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam bertransaksi menggunakan *e-banking* Bank Mandiri.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat baik bagi pihak – pihak yang bersangkutan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini

diharapkan menambahkan pengetahuan dengan hal yang berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya dalam industri perbankan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan manajamen perbankan untuk memperbaiki faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam bertransaksi *e-banking*, sehingga sesuai dengan tujuan perusahaan dalam pengembangan teknologi informasi dan komunikasi *e-banking.*

1.7. Sistematika Penulisan Skripsi

Secara umum sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, ruang lingkup masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis, dan penelitian terhadulu.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan objek penelitian, desain penelitian, metode pengambilan sampel, variabel dan operasional variabel, teknik pengolahan dan analisis data, dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum hasil pembasahan penelitian, profil responden dan implikasi manajerial.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang didapat dari hasil analisis pada bab sebelumnya. Selain itu terdapat juga saran untuk peneliti berikutnya dan keterbatasan penelitian.