

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis dan industri saat ini semakin meningkat. Hal ini diakibatkan oleh pandangan kritis serta pendayagunaan sumber daya perusahaan dengan cara maksimal, yang bisa menaikkan kemampuan finansial perusahaan dan memungkinkan perusahaan berkompetisi di lingkungan bisnis yang kompetitif. Sejalan dengan meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kemampuan operasi yang sangat baik selama proses pengembangan. Dengan menjalankan fungsi manajemen keuangan yang baik maka dapat tercapai optimalisasi nilai perusahaan sebagai tujuan perusahaan, sebuah keputusan keuangan yang tepat dapat memberi pengaruh pada ketentuan keuangan lainnya yang pada akhirnya memberi pengaruh kepada nilai perusahaan.

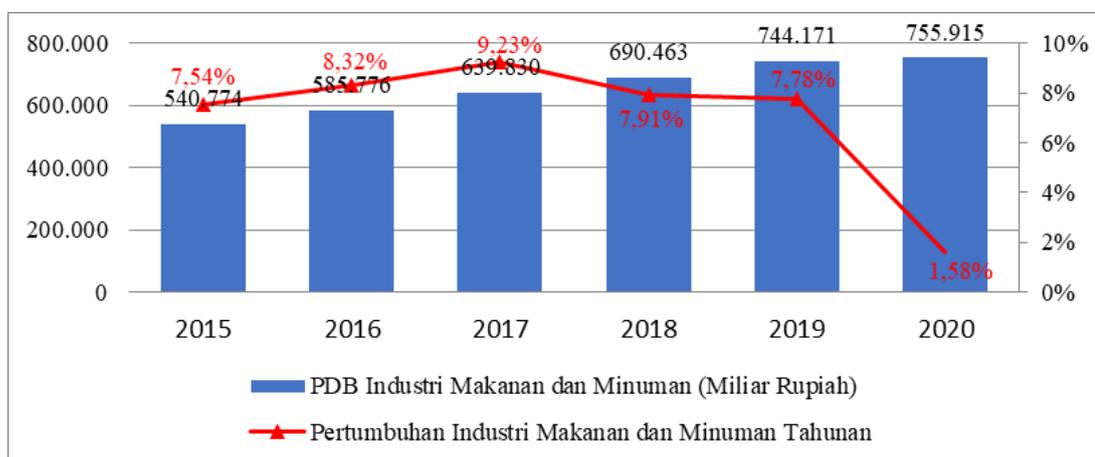
Secara keseluruhan, perusahaan berupaya mencapai tujuannya, termasuk tujuan jangka pendek untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan, dan tujuan jangka panjang, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan serta kesejahteraan investor. Perusahaan yang menerbitkan saham kepada publik mendefinisikan nilai perusahaan sebagai pandangan investor terhadap perusahaan itu sendiri. Pemegang saham bisa melihat nilai perusahaan sebagai referensi untuk mengetahui performa perusahaan di era selanjutnya, serta seringkali dihubungkan dengan harga saham. Menurut (Wijaya dan Sedana, 2015), nilai sebuah

perusahaan bisa dilihat dari harga saham. Harga saham tertinggi menarik minat penanam modal, nilai perusahaan tinggi menunjukkan tingkatan kemewahan yang besar untuk pemegang saham perusahaan. Di era dunia bisnis saat ini, semuanya dapat terhubung dengan sangat cepat, dan dampaknya sangat nyata. Dampak positif yang dapat diperoleh adalah melalui lebih terintegrasinya seluruh arus informasi, sehingga membuka peluang yang lebih besar bagi pengembangan banyak sektor. Di BEI (Bursa Efek Indonesia), ada 9 (sembilan) sektor, salah satunya adalah sektor barang konsumsi dan industri. Industri komoditas dan konsumen adalah zona industri yang sangat menarik, karena komoditas konsumtif selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Gambar berikut menunjukkan tren data sub industri industri makanan dan minuman sebagai berikut:

Gambar 1

Trend Pertumbuhan Industri Food & Beverage Periode 2015 – 2020

Deskripsi	Tahun					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PDB (Miliar Rupiah)	540,774	585,776	639,830	690,463	744,171	755,915
Pertumbuhan Industri	7,54%	8,32%	9,23%	7,91%	7,78%	1,58%



Sumber: Data riset industri, diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan BankIndonesia (BI)

Sepanjang tahun 2020, Kapasitas perusahaan makanan serta minuman bertambah sebesar 1,58%. Meskipun dibandingkan dengan beberapa industri lain yang pertumbuhannya negatif, masih menunjukkan kemampuan yang positif dan lebih baik, namun dibandingkan dengan tahun 2019 dan tahun sebelumnya, perkembangan perusahaan makanan serta minuman di 2020 tengah lebih kecil dibanding dengan perkembangan perusahaan makanan serta minuman 2019. Pada tahun 2020, fenomena tak terduga terjadinya virus COVID-19 mewabah di Indonesia, walaupun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja industri sektor makanan dan minuman, terbukti masih dapat tumbuh dengan baik. Perusahaan makanan serta minuman merupakan pilar industri penunjang perkembangan perusahaan manufaktur serta perekonomian nasional.

Dari gambar 1 diatas kenaikan 1,58% dapat menerangkan bahwa ada peningkatan produktifitas perusahaan. Jika produktifitas perusahaan meningkat maka profitabilitas terkait laba perusahaan juga meningkat. Diharapkan dari laba tersebut sebagai gambaran perusahaan dalam membangun kepercayaan citra perusahaan kepada pihak eksternal (investor) untuk membeli saham perusahaan. Pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di setiap perusahaan dalam hubungannya dengan penelitian ini, apakah CSR yang akan dilaksanakan akan memperkuat atau memperlemah variabel yang memoderasi terhadap peningkatan produktivitas laba dan nilai perusahaan.

Penelitian ini memakai variabel terikat (dependen) adalah nilai perusahaan. Tujuan industri manufaktur yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Teknik menaikkan kekayaan pemegang saham diperoleh dengan mengoptimalkan

nilai perusahaan. nilai perusahaan memiliki peranan penting dikarenakan menjadi cerminan kemampuan perusahaan dan memberikan pengaruh terhadap calon investor ke perusahaan itu sendiri. Seluruh perusahaan memiliki 2 (dua) tujuan, jangka panjang dan pendek. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu menggunakan sumber daya untuk memaksimalkan keuntungan, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan yaitu membesarkan nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan bisa dinilai lewat penjualan saham. Semakin mahal harga saham, makin besar nilai perusahaan. (Hamidah, Hartini dan Mardiyati, 2015).

Mengoptimalkan nilai perusahaan dinilai urgent menurut manajer dan investor. Bagi seorang pengelola, nilai perusahaan adalah indikator kesuksesan pekerjaannya. Jika manajer dapat membesarkan nilai perusahaan, artinya manajer bisa memperlihatkan performa kerjanya yang baik kepada perusahaan. Dan untuk pemilik modal, pertumbuhan nilai perusahaan adalah pemahaman bagus untuk perusahaan. Karena ketika pemilik modal berpandangan baik kepada perusahaan, mereka berusaha untuk berinvestasi, yang selanjutnya menjadikan harga saham perusahaan lebih mahal. (Yunitasari & Priyadi, 2014).

Perusahaan yang baik harus memiliki kapasitas mengendalikan potensi keuangan dan potensi non keuangan, serta meningkatkan nilai perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan dimasa depan. Maksimalisasi nilai perusahaan sangat berguna untuk perusahaan, dikarenakan meningkatkan nilai perusahaan yang berarti meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, hal ini selaras dengan tujuan utama dari perusahaan (Munawaroh & Priyadi, 2014).

Variabel bebas (independen) adalah rasio profitabilitas, yaitu rasio penilaian

profitabilitas perusahaan serta pengukuran tingkat efisiensi manajerial perusahaan. Menurut (Khasmir, 2014), profitabilitas dapat mencerminkan pendapatan investasi keuangan, yang berarti bahwa profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan akibat meningkatnya sumber dalam perusahaan. Semakin besar kenaikan laba prospek masa depan perusahaan ternilai baik. Berarti nilai perusahaan di mata investor akan bertambah baik. Jika profitabilitas perusahaan meningkat, maka harga saham juga akan naik. Karenanya, analisa profitabilitas ini berdampak besar pada investor, sehingga perusahaan berusaha mengoptimalkan pemakaian sumber daya yang ada guna memenuhi target laba perusahaan, sehingga dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Husnan Saud, 1998).

Analisis rasio adalah alat yang dipakai dalam analisa laporan keuangan perusahaan agar bisa memahami nilai perusahaan. Indikator untuk mengukur tingkat profitabilitas (Khatab et al., 2013) penelitian yang dilakukan menggambarkan bahwa rasio profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE) serta *Return On Assets* (ROA), berpengaruh positif kepada nilai perusahaan. Perihal ini memperlihatkan bahwa perusahaan di level profitabilitas yang baik berdampak baik dan selaras terhadap nilai perusahaan, yang artinya mendapat trust para pemilik modal dan menginvestasikan uangnya di perusahaan. Pada saat yang sama, ketika investor memilih untuk berinvestasi di perusahaan dengan pengembalian tinggi, mereka juga dapat merasakan dampak positif dari pengembalian yang berkelanjutan dan risiko yang diminimalkan. Sementara itu menurut (Widyaningrum, 2014) ROA tidak berpengaruh dengan nilai perusahaan.

(Wahyuni et al, 2013) penelitian menunjukkan profitabilitas mempengaruhi secara positif nilai perusahaan. (Kuniasari dan Wirastuti, 2015) memperlihatkan profitabilitas memiliki pengaruh positif serta signifikan kepada nilai perusahaan. Studi Ilmiah (Triagustina et al., 2014) dan (Ircham, 2014) memperlihatkan kesimpulan berbeda, menunjukkan ROE berpengaruh negatif serta signifikan kepada nilai perusahaan. Hal ini memperlihatkan profitabilitas diukur dengan ROA memiliki pengaruh negatif kepada nilai perusahaan.

Tabel 1
DATA LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN TAHUN 2015 – 2019

Dalam Jutaan Rupiah

NO	KODE	LABA KOMPREHENSIF				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	FAST	123,706	148,196	120,238	296,801	182,923
2	CEKA	102,342	248,027	104,374	100,378	214,147
3	AISA	379,032	706,681	5.234,288	-123.513	1.134,776
4	ADES	36,224	56,019	38,623	58,903	86,023
5	SKLT	182	1.692	150	360	470
6	INDF	486,73	498,43	499,13	635,08	658,87
7	STTP	183,516	170,805	215,839	258,246	486,439
8	ULTJ	524,201	699,895	694,642	702,345	1.030,191
9	ROTI	414,495	373,836	224,403	448,001	408,703
10	MYOR	1.266,519	1.345,717	1.570,140	1.804,748	2.020,051

(Sumber: *www.idx.co.id*, laporan keuangan tahunan)

Dilihat dari Table 1 diatas dapat dijelaskan bahwa kondisi laba dari dari

tahun 2015-2019 mengalami fluktuasi dengan kecenderungan meningkat. Rata-rata laba berada di nilai tertinggi di tahun 2019. PT. Mayora Indah Tbk terlihat sangat signifikan terhadap kenaikan laba perusahaan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan MYOR sangat memperhitungkan perhitungan biaya modal perusahaan karena biaya modal merupakan tingkat pengembalian yang harus dicapai perusahaan atas investasi untuk mempertahankan nilai pasar sahamnya. Sejalan dengan penelitian (Hasan, 2013) bahwa biaya modal sangat penting dalam pembelanjaan perusahaan terutama analisis dalam tingkat pengembalian saham dan apabila biaya modal perusahaan minimum, maka tingkat pengembalian saham yang diperoleh akan maksimum, sehingga laba perusahaan terhadap biaya masih bisa dimaksimalkan dan nilai saham di pasaran masih terlihat baik untuk menarik para calon investor menanamkan modalnya.

Nilai perusahaan akan dapat meningkat secara berkelanjutan apabila perusahaan tersebut dapat menerapkan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup. Menurut (Wahyuni, 2018), dimensi ekonomi dapat diterapkan melalui profitabilitas perusahaan, sedangkan dimensi sosial dan dimensi lingkungan dapat diterapkan melalui program CSR.

Program CSR adalah kegiatan rutin oleh perusahaan dalam rangka membangun perekonomian jangka panjang, melalui kerjasama antara pemilik modal dan stakeholder, agar meningkatkan kualitas hidup kedua belah pihak secara menguntungkan. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan menjadi semakin penting, karena selain memperoleh keuntungan yang besar dari kegiatan produksi, perusahaan juga harus memperhatikan dampak kegiatan usahanya

terhadap lingkungan. Dikala ini banyak industri terkini yang mengalami kemajuan, akan tetapi dengan kemajuan itu, ekosistem kawasan mulai kelihatan tidak stabil. Selaras dengan yang kita dengar akhir-akhir ini, bukti nyatanya yaitu situasi *global warming*. Akibat kondisi ini, perusahaan komersial cenderung mengubah arah bisnisnya dengan terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat. Komunitas korporasi yang tampaknya berorientasi pada keuntungan (*profit only*) ingin mengubah citranya jadi perusahaan yang peduli serta bertanggung jawab kepada lingkungan masyarakat. Dengan cara menyelenggarakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR ini diatur di Undang Undang No. 1. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 40. No.47 Tahun 2012, Pasal 1 Angka 3 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (TJSL) Perseroan berkomitmen terlibat dan berpartisipasi untuk membangun *sustainable economy* agar kualitas hidup masyarakat dapat meningkat dan manfaat perusahaan dapat dirasakan oleh masyarakat banyak.

CSR secara umum merupakan etika korporasi, dengan arti perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada pemilik modal dan hukum di Indonesia, namun juga memiliki tanggung jawab sosial kepada komunitas sekitar dan juga stakeholder disekitar perusahaan, yang cakupannya melebihi kewajiban ekonomi dan hukum. Inisiatif Global Compact memberikan penjelasan sebagai 3P (*Profit, People, Planet*), yang berarti bahwa goals bisnis bukan hanya untuk keuntungan, namun untuk kesejahteraan manusia serta memastikan *sustainability* planet ini. Proyek sosial tersebut bisa dirupakan bantuan material, layanan kesehatan,

pengembangan komunitas, beasiswa, dll. Menurut penelitian Muhammad Nico Santana yang berjudul “Dampak Profitabilitas dengan Corporate Social Responsibility” (Skiripsi, Universitas Lampung, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) juga mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya perusahaan di dibidang manufaktur makanan serta minuman, yang kegiatan usahanya berdampak langsung terhadap lingkungan. Karena adanya kegiatan CSR dinilai bisa menumbuhkan *value* suatu perusahaan, maka pemilik modal lebih memilih berinvestasi pada perusahaan yang peduli dengan isu sosial serta menjadikan tanggung jawab sosial selaku kekuatan dari perusahaan tersebut.

Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan menghasilkan citra perusahaan dimasyarakat akan lebih baik dan konsumen akan semakin loyal. Semakin besar kepedulian terhadap masyarakat yang dicerminkan suatu perusahaan dalam Kegiatan CSR melalui laporan keuangan perusahaan, artinya makin besar dampak baiknya kepada kemampuan finansial serta nilai perusahaan (Lako, 2010). Selain indikator keuangan, terdapat beberapa pemilik moda memakai strategi penanaman moda secara lebih khusus dan terperinci disertai pertimbangan standar kerja dan kewajiban sosial kepada masyarakat.

Seiring dengan berjalannya waktu, dan disertai peningkatan loyalty konsumen mengakibatkan penjualan bertambah pesat, yang akhirnya membuat keuntungan perusahaan bertambah. Penelitian Armi Sulton, Ni Ketut Suransi dan Alamsyah (2016) mengemukakan tentang tanggung jawab sosial perusahaan memiliki efek kepada nilai perusahaan. Temuan ini senada dengan paradigma

bahwa hanya perusahaan saja yang dapat memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat untuk mencapai kestabilan serta kelimpahan ekonomi dalam periode yang panjang. Dan menurut (Anggraini, 2006), jika profitabilitas perusahaan semakin tinggi, maka perusahaan akan lebih banyak mengungkapkan kegiatan CSR karena perusahaan memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan pada rencana CSR perusahaan. Semakin banyak aktivitas tanggung jawab sosial yang diinformasikan kepada masyarakat, nilai perusahaan pasti bertambah karena masyarakat menyematkan nilai baik terhadap perusahaan yang bertanggung jawab sosial, dan harga saham pun naik sebagai efek positifnya.

Variabel moderasi di studi ilmiah ini yaitu kegiatan CSR. (Zuraedah, 2010) menunjukkan bahwa interaksi kemampuan finansial serta pertanggung jawaban sosial kepada masyarakat memberi pengaruh banyak kepada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan hubungan antara kemampuan finansial serta nilai perusahaan dapat dipengaruhi faktor eksternal. Akibatnya pemberitahuan kegiatan CSR dijadikan sebagai variable moderator, sehingga dapat mempengaruhi kemampuan finansial dan nilai perusahaan. Pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di setiap perusahaan dalam hubungannya dengan penelitian ini, apakah CSR yang akan dilaksanakan akan memperkuat atau memperlemah variabel yang memoderasi terhadap peningkatan produktivitas laba dan nilai perusahaan.

Studi Ilmiah ini merupakan salinan dari jurnal Sigit Hermawan dan Afyah Nurul Mafulah (2014) berjudul “Pengaruh Kinerja Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel

Pemoderasi”. Yang membedakan dari studi ilmiah sebelumnya adalah penelitian ini akan menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dari tahun 2015 hingga 2019, dan menggunakan ROA (*Return on Assets*), sebagai variabel evaluasi profitabilitas, banyak dipakai investor dalam pengambilan keputusan investasi dan memperbanyak lagi sampel penelitian. Alasan dipilihnya perusahaan manufaktur di subsektor makanan dan minuman adalah karena dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional. Industri makanan dan minuman merupakan industri dengan potensi pasar sangat luas dan tingkat persaingan yang tinggi. Tingginya kebutuhan akan makanan dan minuman masih dibutuhkan dan sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia, seiring bertambahnya pertumbuhan penduduk.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun identifikasi masalah di dalam penelitian sebagai berikut :

1. Jika profitabilitas (ROA) meningkat maka nilai perusahaan pun akan mengalami peningkatan, karena semakin tinggi profitabilitas yang biasanya diprosikan dengan laba perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Terjadinya fluktuasi trend pertumbuhan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.

2. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi akan melaksanakan tanggung jawab social perusahaan secara transparan, karena CSR merupakan kewajiban yang harus dilakukan perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela tetapi semakin tinggi kualitas CSR yang dilaksanakan dan diungkapkan dalam laporan tahunan, akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Namun pada tingkat profitabilitas (ROA) mengalami penurunan, hal ini menunjukkan ada faktor lain yang mempengaruhinya diantaranya pengungkapan CSR.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah diatas, perumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

1.4 Pembatasan Masalah

Untuk mencapai tujuan yang sudah disebutkan diatas, maka penelitian akan dilakukan di industri manufaktur subsektor food & beverage. Pertimbangan penulis dalam memilih industri ini adalah karena penulis ingin mengetahui lebih mendalam lagi bagaimana praktik (CSR) diterapkan pada industri tersebut. Pembatasan penulisan ini adalah :

1. Periode pengamatan yang digunakan adalah 5 tahun, dimulai 2015-2019.
2. Perusahaan yang termasuk dalam penelitian ini yaitu seluruh produsen makanan dan minuman yang mendaftarkan diri di Bursa Efek Indonesia, dengan menggunakan metode target sample. Gunakan metode purpose sampling untuk memilih sampel berdasarkan penerapan karakteristik sampel dan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan.
3. Variabel bebas yang digunakan meliputi profitabilitas dan ukuran perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan dua indikator, yaitu: Return on Assets (ROA), yang merupakan ukuran perusahaan. Variabel terikat adalah nilai perusahaan, dan variabel moderator adalah indikator CSR menurut Global Reporting Initiative edisi ke-4 (empat).

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan di tersebut, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa membawa manfaat untuk banyak pihak, diantaranya:

a. Manfaat Akademisi

Diharapkan bisa mendapatkan wawasan serta informasi mengenai pengaruh profitabilitas dengan nilai perusahaan dan pelaksanaan CSR sebagai variable moderasi perusahaan subsektor *food & beverage* di Bursa Efek Jakarta untuk tahun 2015 - 2019 dan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktisi

1. Bagi Perusahaan

Harapan dari penelitian ini bisa dipakai untuk bahan pertimbangan memperbaiki atau meningkatkan kemampuan perusahaan.

2. Bagi Investor

Harapan dari penelitian ini bisa membantu investor dalam memberi pengetahuan mengenai perubahan harga saham setiap tahunnya terhadap nilai perusahaan serta pengungkapan CSR berdasarkan manajemen perusahaan yang bagus, diharapkan dapat menunjang analisis, memastikan serta mengambil keputusan penanaman modal yang bagus serta mendapatkan hasil yang diharapkan.

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan dari hasil penelitian bisa memberikan bukti empiris mengenai efektivitas peraturan atas Pemenuhan kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan khususnya yang berhubungan dengan kelestarian lingkungan diatur oleh peraturan perundang-undangan di Indonesia, seperti: UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Pasal 1 angka 3 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas bahwa Perusahaan berkomitmen berpartisipasi untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan agar meningkatkan kualitas hidup serta lingkungan, yang memiliki manfaat untuk perusahaan, komunitas lokal serta seluruh warga.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian singkat dari isi skripsi, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan penjelasan terkait landasan teori yang berkaitan dengan topik penelitian, kemudian terdapat penelitian sebelumnya sebagai acuan serta perbandingan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran maka disusunlah hipotesis penelitian yang berhubungan dengan tema masalah.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas objek penelitian, desain penelitian yaitu jenis serta sumber data yang dipakai penulis, metode pengambilan sampel ada 2 macam yaitu populasi, sampel data, Identifikasi variabel yang relevan, variabel operasional dan pengukuran, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang dipakai oleh peneliti.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas Deskripsi topik penelitian serta analisa data menggunakan analisa regresi linear berganda, serta pembahasannya.

BAB V: PENUTUP

Bab ini membahas berkaitan simpulan, Saran dan keterbatasan penelitian akan diberikan.

