

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dunia dalam beberapa tahun ini telah mengalami kemajuan yang drastis. Namun, hal itu tidak juga dapat mengatur bahwa suatu *corporate* akan tetap tentram dan *survive* dalam *competitive* terhadap kompetitor.¹ Di Era Globalisasi sebagian besar negara menaruh banyak perhatian terhadap pasar modal. Karena pasar modal peranan penting dalam memperkuat sektor ekonomi suatu negara. Hal ini tentunya akan mempengaruhi cara para investor untuk berinvestasi di pasar modal khususnya saham. Harga pasar saham di bursa tidak selalu tetap, kadang naik, kadang turun. Hal ini dapat dilihat dari sisi penawaran dan permintaan.²

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيُقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya:

“Dan bertakwalah (kepada Allah) orang-orang yang takut jika meninggalkan anak-anaknya (kesejahteraan Allah) orang-orang yang lemah). Maka hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan berbicaralah dengan kata-kata yang benar.” (QS An-Nisa’: 9)³

Disebutkan dalam Q.S. An-Nisa’: 9 bahwa kamu harus takut untuk meninggalkan generasi yang lemah, terutama dalam hal finansial. Karena setiap manusia harus berusaha untuk menyediakan generasi yang layak secara finansial. Dalam hal ini dapat diatasi dengan cara melatih pola pikir investasi sejak dini.

Industri *Property & real estate* bisa disebut produktif dalam sektor pembangunan gedung-gedung fasilitas umum. Adapun *market* properti di Indonesia terbagi kedalam beragam segmen yakni, gedung perkantoran (*office building*); *retail market* yang meliputi swalayan dan mall; apartemen dan kondominium; pasar

¹ Putri Suhada, Dkk, “Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia”, *Jurnal Riset Akuntansi*, Vol. 8, No. 2, (2020), Hlm. 319

² Widya Intan Sari, “Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Sbi, Nilai Tukar Terhadap Return Lq 45 Dan Dampaknya Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Ihsg) Di Bursa Efek Indonesia (Bei)”, *Jurnal Sekuritas*, Vol. 3, No. 1, (2019), Hlm. 66

³ Al-Quran Dan Terjemahan Q.S. An-Nisa’: 9

kawasan industri (*industrial estate market*); dan pasar hotel (*hotel market*). Sektor industri *property & real estate* merupakan sektor dengan karakteristik yang sulit untuk diprediksi dan berisiko tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi, industri properti mengalami *booming* / ledakan dan cenderung *over supplied*, namun sebaliknya pada saat pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan, secara cepat sektor ini akan mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Industri sektor *real estate & property* disebut mempunyai risiko tinggi, hal tersebut dikarenakan pendanaan atau donatur utama sektor ini pada umumnya diperoleh melalui kredit perbankan, sementara sektor ini beroperasi dengan menggunakan aktiva tetap berupa tanah dan bangunan. Aktiva dapat melunasi hutang menggunakan tanah dan bangunan sebagai aktiva, tetapi aktiva tersebut tidak dapat bisa cepat dikonversikan ke dalam kas, sehingga banyak pengembang (*Developer*) tidak melunasi utangnya pada kurun waktu yang telah ditentukan. Di samping aktiva tetap, ketidakmampuan pengembang dalam melunasi utang biasanya disebabkan oleh adanya penurunan tingkat penjualan.⁴

Ketakutan akan virus corona jenis baru, yang dikenal dengan Covid-19, juga memengaruhi industri *Property & real estate*. Pandemi Covid-19 telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai industri, khususnya sektor ekonomi. Perusahaan properti terkena dampak dari pandemi Covid-19 tersebut. Penggunaan *E-marketing* oleh pengusaha properti melalui pasar sesuai dengan proses, dan *E-marketing* berdampak baik pada ketahanan ekonomi selama pandemi Covid-19.. Sehingga melalui pemasaran digital, sektor properti dapat tetap hidup dan turut mendongkrak perekonomian dengan menggerakkan industri lain seperti bahan bangunan, bisnis arsitektur, interior, dan furnitur di tengah pandemi Covid-19.⁵

Namun yang menarik, pelemahan kinerja di sektor properti tersebut ternyata bertolak belakang dengan perkembangan harga rumah. Logikanya, bila sektor properti melemah bahkan berkontraksi semestinya harga properti juga ikut melemah atau turun. Namun justru sebaliknya, harga properti hampir di berbagai

⁴ Putri Yuliana Tauke Dkk, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015", *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 6 No. 3 (2018), 920.

⁵ Rihfenti Ernayani, "Kajian Fenomenologi Pemasaran Digital Agen Properti Melalui Medium Instagram", *Jurnal Komunikasi Profesional*. Vol. 5, No. 3 (2021), Hlm. 261

kawasan, baik negara-negara maju (*advanced economies/AE*) maupun negara-negara berkembang (*emerging market/EM*), masih mengalami kenaikan. Bahkan, di AE kenaikan harga properti terjadi cukup tinggi, seolah tidak terpengaruh krisis akibat pandemi covid-19, sebagaimana tercermin dari indeks harga properti yang meningkat dan mengalami pertumbuhan.⁶

Pada tahun 2021, bisnis properti berpotensi untuk berkembang. Sejumlah faktor pendukung, diantaranya vaksinasi Covid-19 gratis bagi 182 juta orang dan peningkatan pembangunan infrastruktur 47 persen. Penurunan suku bunga KPR/KPA dan kenaikan kredit properti, peningkatan FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan) untuk perumahan bersubsidi bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR), dan relaksasi properti berpenghasilan menengah ke atas (petriella, 2020). Tidak dapat dihindari bahwa masyarakat harus beradaptasi dengan kondisi yang tidak biasa. Istilah “*New Normal*” mengacu pada perubahan perilaku untuk memungkinkan orang terus melakukan aktivitas normal mereka sambil juga menerapkan protokol kesehatan untuk mencegah Covid-19.

Selama pandemi Covid-19, Industri properti harus mengembangkan pendekatan baru sebagai persiapan untuk membentuk kebiasaan normal atau baru (Pandiangan & Martini, 2020) karena kemajuan teknologi, media *online* menjadi alat yang ampuh untuk pendampingan promosi. Independen untuk bersaing dengan agen lain dan menjalankan strategi promosi sebaik mungkin (Fitria & Farida, 2018), salah satunya media sosial instagram (Kompansiana.com, 2019)⁷

Terjadinya penurunan ini merupakan akibat dari adanya perkiraan tanah (*mark-up* tanah) yang menjadikan tarif tanah menjadi melonjong tinggi, maka menimbulkan tarif jual bangunan dan tanah yang tinggi. Mahalnya harga jual rumah dan bangunan diikuti kecenderungan *over supplied*, mengakibatkan tidak mencapai target yang disiapkan.. Meskipun demikian, dalam kenyataan sektor ini banyak diminati oleh banyak kalangan

⁶ Sunarsip, *Outlook Properti 2022 Dan Prasyarat Pertumbuhannya*, Cnbc Indonesia, 20 Desember 2021, Diakses Pada Tanggal 21 April 2022 <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20211220113050-14-300546/Outlook-Properti-2022-Dan-Prasyarat-Pertumbuhannya>

⁷ Rihfenti Ermayani, “Kajian Fenomenologi Pemasaran Digital Agen Properti Melalui Medium Instagram”, 262.

pengusaha dan mendapat dukungan penuh dari perbankan yang menyediakan portofolio kreditnya untuk properti.⁸

Sebuah pemasaran di dalam perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam pencapaian tingkat penjualan suatu produk perusahaan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan. Dengan menggunakan sistem promosi yang tepat sebuah perusahaan akan lebih mudah mendapatkan konsumen.⁹ Promosi dikatakan penting dalam perusahaan karena tanpa adanya promosi tentu masyarakat tidak mengetahui apa yang perusahaan produksi. Dengan adanya promosi tentu masyarakat luas tau apa yang perusahaan produksi. Promosi tidak terikat dengan satu cara yang tepat, tergantung kreatif perusahaan untuk menyiapkan atau menyiapkan promosi yang tepat sasaran.¹⁰

Faktor yang kontributif dalam suatu perusahaan ialah kualitas promosi yang secara khusus dalam melakukan bisnisnya bertujuan untuk mendapatkan peningkatan dalam nilai perusahaan tersebut, yakni semakin dikenal banyak orang maka perusahaan tersebut nilainya akan semakin baik dimata konsumen atau dapat dikatakan hal bagian promosi dan pendapatan mereka tersebut digunakan sebagai alat komunikasi kepada konsumen dan para investor akan memutuskan membeli, mempertahankan, atau meninggalkan saham tersebut.¹¹ Sebuah kualitas promosi dapat ditetapkan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Yang sering terjadi dalam sebuah perusahaan adalah ketika perusahaan menggunakan kualitas promosi yang cukup bagus, maka laba bersih (*Net Income*) pun harusnya semakin tinggi pula. Tetapi kenyataannya yang sering

⁸ Putri Yuliana Tauke Dkk, “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015”, 920.

⁹ Nurlaelah, Sahrul Falah, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Net Profit Margin* (Npm) Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)”, *The Asia Pasific Journal Of Management*, Vol. 4, No. 3, (2017), 136.

¹⁰ Yulius Viki Antono, Hendrik Suhendri, Dan Sri Andika Putri, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti Pt. Nippon Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019), *Inventory: Jurnal Akuntansi*, Vol. 5, No. 2, (2021), 145.

¹¹ Muthia Berliana, Gulganda Suria Manda, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Pendapatan Bersih Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman Tahun 2015-2019”, *Journal Of Business And Economics Research (JBE)*, Vol. 2, No. 1, (2021), 1.

terjadi tidak sesuai dengan rencana awal yang diharapkan manajemen.¹²

Aktivitas perusahaan yang pertama kali menjual ekuitasnya kepada publik disebut dengan IPO (*Initial Public Offering*). Perusahaan yang telah melakukan IPO dapat disebut sebagai perusahaan terbuka atau dapat disebut dengan *Go Public corporate* yang sudah *Go Public* memiliki kewajiban mempublikasikan laporan keuangan perusahaan di tiap tahunnya. Hal ini sebagai bentuk transparansi kepada pemegang saham agar para pemegang saham dapat mengetahui kondisi keuangan perusahaan dan sebagai pertimbangan untuk calon investor dalam menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan.¹³

Profitabilitas memiliki peranan yang penting untuk penilaian kinerja perusahaan, terutama dalam perspektif operasional dan manajemen organisasi. Irawati (2006) menyebutkan bahwa rasio dari profitabilitas digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien. Profitabilitas dipilih sebagai variabel intervening dari perusahaan karena modal intelektual, Kualitas Promosi, dan perputaran persediaan dapat mempengaruhi *profit* disamping berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan. Selain *profit* terdapat variabel lain yaitu kualitas promosi. kualitas promosi sangat penting untuk meningkatkan profit perusahaan, berapapun kualitasnya suatu produk, jika konsumen belum pernah mendengarkan dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Promosi tidak hanya untuk menarik minat konsumen, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen dan pelanggannya.¹⁴

Tingkat persaingan yang ketat pada perusahaan khususnya perusahaan industri manufaktur, telah mengubah perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dari bisnis yang didasarkan tenaga kerja

¹² Nurlaelah, Sahrul Falah, "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Net Profit Margin* (NPM) Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)", 136.

¹³ Alfiyani Rizki Defawati, R.A. Sista Paramita, "Pengaruh Kinerja Keuangan, Tingkat Bunga Dan Inflasi Terhadap Return Saham Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 6, No. 3 (2018), Hlm. 183.

¹⁴ Susanti Widhiastuti, R. Rama Satrya Nugraha, "Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi, Dan Perputaran Persediaan Dalam Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*", Vol. 15, No. 02, (2018), Hlm. 183-184.

menuju bisnis berdasarkan pengetahuan atau dengan memaksimalkan modal intelektual yang dimiliki perusahaan berupa modal sumber daya manusia, modal struktural dan modal biaya relasi dan didukung juga oleh kualitas promosi dengan harapan dapat meningkatkan profit perusahaan yang dalam penelitian ini diukur dengan *Return on Asset (ROA)*.¹⁵

Apabila perusahaan mengetahui mengenai kinerja perusahaan baik, maka investor akan dengan segera membeli saham dari perusahaan tersebut perusahaan baik, maka investor akan dengan segera membeli saham dari perusahaan tersebut. Investasi dapat diartikan sebagai tindakan melakukan suatu kegiatan (dalam konteks seluas-luasnya), yang dilakukan pada masa sekarang yang bertujuan agar mendapatkan keuntungan di masa depan (SahamOk, 2017).

Terdapat beberapa jenis investasi yaitu investasi dalam bentuk saham, obligasi, deposito, mata uang asing, reksadana, properti, emas, dan lain sebagainya. Investasi dalam bentuk saham akan mendapatkan keuntungan berupa *return*. *Return* saham merupakan keuntungan yang diharapkan oleh investor atas dana yang diinvestasikan dalam bentuk saham (Setyowati dan Amanah, 2016)¹⁶

Kendati demikian, kinerja keuangan perusahaan tetap menjadi pemicu utama persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Harga saham yang menjadi salah satu komponen dalam perhitungan nilai perusahaan akan bergerak linier dengan pergerakan kinerja keuangan. Putra dan Herawati (2013) menyatakan bahwa secara simultan profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Rasio Keuangan seperti ROA, *leverage*, maupun *current ratio* selalu digunakan sebagai variabel kontrol penelitian terdahulu karena kemampuan rasio tersebut dalam memprediksi nilai perusahaan.¹⁷

¹⁵Susanti Widhiastuti, R. Rama Satrya Nugraha, “Pengaruh Modal Intelektual, Biaya Promosi, Dan Perputaran Persediaan Dalam Mempengaruhi Profit Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan, 183.

¹⁶Alfiyanti Rizki Defawati, R.A. Sista Paramita, “Pengaruh Kinerja Keuangan, Tingkat Bunga Dan Inflasi Terhadap Return Saham Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”, 183.

¹⁷Muhammad Teguh Akbar Kombih, “Pengaruh Aktivitas Pemasaran, Kinerja Keuangan, Dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 1, No. 3, September 2017, Hlm. 282.

Dari penelitian terdahulu ada hal yang berpengaruh terhadap Kualitas Promosi yang berfokus pada *Net Profit Margin*. Menurut Rotua Pardede, DKK Pada tahun 2019 menjelaskan dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kebijakan Deviden, *Net Profit Margin* (NPM) dan *Current Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016” menyatakan bahwa *net profit margin* (NPM) berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.¹⁸

Dan penelitian yang dilakukan oleh Putri Yuliana Tauke, Sri Murni dan Joy E. Tulung pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan *Real estate And Property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015” mengemukakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.¹⁹

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris mengetahui pengaruh kualitas promosi dan kinerja keuangan pada perusahaan *property & Real Estate* yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia ditinjau menggunakan analisis rasio keuangan. Tekanan persaingan di sektor *property & real estate* di respon oleh perusahaan dengan aktivitas pemasaran yang gencar dengan pengembangan produk untuk menciptakan nilai perusahaan kendati perusahaan harus tetap menjaga kinerja keuangannya.

Hal tersebut melatar belakangi potensi kualitas promosi dan kinerja keuangan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan oleh para investor sebelum membeli saham yang memiliki nilai rendah ataupun tinggi untuk prospek kedepannya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji tentang **“Pengaruh Kualitas Promosi Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Property & Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan yang terdapat pada latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

¹⁸ Rotua Desisari Pardede, DKK, “Pengaruh Kebijakan Deviden, Net Profit Margin (NPM) Dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016”, Jurnal AKRAB JUARA, Vol. 4 No. 2, Mei 2019, 80.

¹⁹ Putri Yuliana Tauke Dkk, “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015”, 919.

1. Apakah kualitas promosi berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

C. Tujuan penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas promosi terhadap nilai perusahaan *property & real estate* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan dalam perusahaan *property & real estate* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.

D. Manfaat penelitian

1. Secara teoritis
 - a. Hasil dari analisis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan sebagaimana cara untuk menganalisis kualitas promosi dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan *property & real estate* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia
 - b. Diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat digunakan sebagai referensi, rekomendasi atau perbandingan terhadap penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis
 - a. Bagi manajemen perusahaan
Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat digunakan sebagai bahan masukan serta informasi bagi pihak perusahaan *property & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam meningkatkan nilai perusahaan menggunakan rasio profitabilitas terutama memaksimalkan NPM dan ROA untuk memaksimalkan laba perusahaan.
 - b. Bagi investor atau calon investor
Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai suatu bahan pertimbangan bagi investor atau calon investor untuk mengambil sebuah keputusan dengan melihat nilai perusahaan dari nilai NPM dan ROA. Hal ini dikarenakan para investor juga mempunyai harapan besar bahwa perusahaan *property & real estate* akan memperoleh nilai perusahaan yang tinggi sehingga dana yang diinvestasikan akan memperoleh laba yang tinggi.
 - c. Bagi Peneliti

Penelitian yang dilakukan ini sebagai penerapan dari teori-teori yang diperoleh oleh penulis selama kuliah dan dengan penelitian tersebut diharapkan mampu menambah wawasan penulis mengenai “Pengaruh kualitas promosi, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan *property & real estate* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia” dan juga, sebagai tugas akhir untuk menempuh pendidikan strata-1

- d. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran serta dapat memberikan informasi untuk dijadikan bahan perbandingan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan supaya membuat gambaran bagian-bagian secara garis besar agar saling berhubungan, agar didapat penelitian yang sistematis dan ilmiah. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini antara lain:

1. Bagian Awal

Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman pengesahan majelis penguji ujian munaqosyah, halaman pernyataan tentang keaslian skripsi, halaman abstrak, halaman moto, halaman persembahan, halaman transliterasi arab-latin, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar singkatan, halaman daftar tabel, dan halaman gambar/grafik.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdapat garis besar penelitian yang berisi lima bab, di mana antar bab saling berkaitan yang saling berhubungan. Kelima bab ini di antaranya yaitu:

Bab I : Pendahuluan. Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjabarkan alasan dan motivasi penelitian, kemudian rumusan masalah yang berisi inti masalah, dilanjutkan dengan tujuan dan manfaat penelitian sebagai urgensi penelitian.

Bab II : Landasan Teori. Bab ini berisi mengenai deskripsi teori sebagai dasar teoritis dalam membangun dan merumuskan hipotesis, dilanjutkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan uuntuk mengetahui posisi penelitian yang akan dijalankan, serta kerangka dan hipotesis sebagai alur munculnya hasil dugaan sementara.

Bab III : Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian yang memuat jenis penelitian , pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, desain, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini terdiri dari hasil penelitian yang berisikan gambaran obyek penelitian dan analisis data uji penelitian, dilanjutkan pembahasan analisis data yang dikaitkan dengan penelitian/teori lain sesuai dengan informasi yang diperoleh.

Bab V : Penutup. Bab ini berisikan mengenai akhir dari pembahasan skripsi yaitu simpulan dari pembahasan dan saran-saran dari penelitian yang sudah dilaksanakan.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir berisikan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

