

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar modal (*capital market*) merupakan pasar yang mempertemukan berbagai pihak yang memiliki kepentingan untuk menjual saham dan obligasi dengan tujuan untuk sumber pendanaan usaha guna memperkuat struktur modal perusahaan (Sasongko dan Juliarto, 2014). Menurut UU Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 pasar modal diartikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Pasar modal dalam bentuk konkrit di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia (BEI). Perdagangan saham di BEI semakin marak dikarenakan banyaknya investor baik dalam negeri maupun luar negeri yang menginvestasikan dananya di BEI. Pada umumnya, transaksi yang banyak terjadi di BEI adalah jual-beli saham, dimana mekanisme penyertaan yang dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik sering dikenal dengan *go public*.

Go Public adalah penawaran saham atau obligasi kepada masyarakat umum untuk pertama kalinya. Pertama kali, artinya bahwa pihak emiten/perusahaan yang menerbitkan efek pertama kalinya melakukan penjualan efek. Peristiwanya disebut penawaran efek/surat berharga, sedangkan kegiatan ini disebut sebagai pasar perdana (*primary market*) (Hermuningsih, 2012:60). Kegiatan perusahaan di pasar modal ketika menjual sahamnya untuk pertama kalinya disebut sebagai penawaran umum saham perdana atau dikenal dengan *Initial Public Offering* (IPO).

Jumlah perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia selama kurun waktu 2011 sampai dengan tahun 2015 mengalami penurunan jumlah perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat di tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1

**Persentase Pertumbuhan Perusahaan yang melakukan IPO di BEI
Tahun (2011-2015)**

Tahun	Jumlah Perusahaan IPO	Pertumbuhan (%)
2011	25	-
2012	22	-12
2013	30	36,36
2014	22	-26,67
2015	16	-27,27

Sumber: www.e-bursa.com (data diolah, 2016)

Berdasarkan Tabel 1.1 dari tahun 2011 hingga 2015, pada tahun 2013 lah yang memiliki jumlah perusahaan IPO tertinggi yaitu sebanyak 30 perusahaan dengan tingkat pertumbuhan sebesar 36,36% dari tahun sebelumnya. Jumlah perusahaan yang melakukan IPO mengalami tren penurunan. Pada tahun 2015 pertumbuhan jumlah perusahaan IPO terendah sebanyak 16 perusahaan dengan tingkat pertumbuhan 27,27%.

Menurut Hoesen selaku direktur penilaian BEI, meningkatnya jumlah perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2013 diyakini karena kebutuhan dana untuk melakukan ekspansi usaha (www.neraca.co.id, diakses tanggal 31 Mei 2016). Pada tahun 2015, tingkat pertumbuhan perusahaan yang melakukan IPO mengalami penurunan paling rendah hanya 27,27%. Menurut Edwin Sebayang selaku kepala riset PT MNC Securities, hal ini dikarenakan perekonomian Indonesia pada kuartal pertama 2015 dianggap lesu sehingga minat investor terhadap IPO cenderung menurun serta adanya ekspektasi pada kuartal kedua juga menurun sehingga minat investor terhadap IPO berkurang (www.neraca.co.id, diakses tanggal 31 Mei 2016)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Suatu perusahaan tentunya membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usahanya. Manajemen perusahaan dapat memilih berbagai alternatif sumber pendanaan, baik sumber dana internal atau dari eksternal perusahaan. Sumber dana internal perusahaan berasal dari laba ditahan sedangkan

sumber dana eksternal perusahaan berasal dari hutang bank, pengeluaran surat hutang (obligasi), dan dengan pendanaan yang bersifat pernyataan dalam bentuk saham (ekuitas). Mekanisme pernyataan pendanaan dari luar perusahaan dengan menjual saham perusahaan ke publik atau sering dikenal dengan istilah *go public*.

Dalam proses *go public*, terdapat 2 proses penjualan saham yaitu melalui pasar sekunder dan primer atau yang sering disebut dengan pasar perdana. Sebelum diperdagangkan ke pasar sekunder, saham dijual terlebih dahulu di pasar perdana. Kegiatan perusahaan untuk menjual sahamnya kepada publik melalui pasar perdana untuk pertama kalinya dikenal dengan istilah *Initial Public Offering (IPO)*. Harga saham yang akan dijual perusahaan pada pasar perdana ditentukan oleh kesepakatan antara emiten (perusahaan penerbit) dengan *underwriter* (penjamin emisi), sedangkan harga saham yang dijual pada pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu permintaan dan penawaran (Kristiantari, 2013).

Apabila harga saham pada pasar perdana (IPO) lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada pasar sekunder pada hari pertama, maka akan terjadi fenomena harga rendah di penawaran perdana, yang disebut *underpricing*. Sebaliknya apabila harga saat IPO lebih tinggi dari hari pertama, maka fenomena ini disebut *overpricing* (Hanafi dalam Kristiantari, 2013).

Kondisi *underpricing* menimbulkan dampak yang berbeda bagi perusahaan dan investor. Perusahaan akan mengalami kerugian dikarenakan dana yang diperoleh dari *go public* tidak maksimum. Sedangkan apabila terjadi *overpricing* maka investor akan mengalami kerugian karena tidak menerima *initial return* yaitu keuntungan yang diperoleh pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana saat IPO dengan harga jual yang bersangkutan di hari pertama pada pasar sekunder (Beatty dalam Kristiantari, 2013).

Tabel 1.2

Persentase Tingkat *Underpricing* dan *Overpricing* pada Perusahaan yang melakukan IPO tahun 2011-2015

Tahun	Jumlah IPO	Total <i>Underpricing</i>		Total <i>Overpricing</i>		Tetap
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)	
2011	25	17	68	7	28	1
2012	22	20	90,91	1	4,54	1
2013	30	21	70	7	23,33	2
2014	22	19	86,36	2	9,09	1
2015	16	14	87,5	1	6,25	1

Sumber: www.e-bursa.com (data diolah, 2016)

Dilihat dari tabel 1.2 sebagian besar perusahaan yang melakukan IPO pada 5 tahun terakhir selalu mengalami *underpricing* setiap tahunnya. Berbeda dengan perusahaan yang mengalami *overpricing*, persentasenya tidak melebihi persentase dari perusahaan *underpricing*.

Harga saham perdana yang akan dijual ke publik ditentukan oleh emiten dan penjamin emisi yang telah sepakat mengenai harga saham yang akan ditawarkan pada saat penawaran saham perdana. Hal ini dikarenakan penjamin emisi lebih banyak memiliki informasi dan pengalaman berlebih mengenai pasar modal. Dengan informasi yang dimiliki oleh penjamin emisi maka penjamin emisi memiliki kecenderungan untuk memberikan harga rendah untuk menarik minat investor dan mengurangi resiko yang ditanggungnya. Informasi tersebut dikenal dengan *asimetry* informasi. *Asimetry* informasi inilah yang biasanya memicu terjadinya *underpricing* (Wahyusari, 2013)

Untuk mengurangi adanya asimetri informasi maka dilakukanlah penerbitan prospektus oleh perusahaan yang bersangkutan. Informasi dari perusahaan yang tercantum dalam prospektus terdiri dari informasi yang sifatnya keuangan dan non keuangan. Informasi yang dimuat dalam prospektus akan membantu investor dalam

membuat keputusan yang rasional mengenai risiko nilai saham sesungguhnya yang ditawarkan oleh emiten (Kim, Krinsky dan Lee dalam Retnowati, 2013). Dengan adanya asimetri informasi ini juga terjadi antar investor dikarenakan adanya investor yang memiliki informasi lebih dari investor yang lain tentang prospek perusahaan. Investor yang memiliki informasi lebih baik tentang perusahaan akan dapat menentukan pilihan yang menguntungkan. Berbeda dengan investor yang tidak memiliki cukup informasi, mereka akan menentukan pilihan investasi mereka dengan tidak menggunakan perhitungan yang valid (Martani dalam Rachmadhanto dan Raharja, 2014).

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap tingkat *underpricing*. Fenomena *underpricing* tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga terjadi di luar negeri, hal ini ditunjukkan dengan terdapat penelitian dari luar negeri. Baik penelitian dari Indonesia maupun luar negeri terdapat inkonsistensi variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap tingkat *underpricing*. Inkonsistensi inilah yang membuat penelitian ini menarik untuk dievaluasi ulang terhadap variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap *underpricing*. Penelitian tersebut diantaranya penelitian Ushad Subadar Agathee et al (2012), Bansal and Khanna (2012), Kristiantari (2013), Wahyusari (2013), Abu Bakar and Uzaki (2013), Boonchuaymetta and Chuanrommannee (2013), Kurniawan dan Haryanto (2014), Rachmadhanto dan Raharja (2014), Puspita dan Daljono (2014), Risal (2014), Warn Too and Wan Yusoff (2015), Mayes and Alqahtani (2015) dengan variabel independen ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi *underwriter*, dan *Debt to Equity Ratio*.

Salah satu fenomena *underpricing* di Indonesia yaitu yang terjadi pada perusahaan Semen Baturaja. Semen Baturaja merupakan perusahaan BUMN yang *listing* pada tahun 2013. Alasan *listing*nya Semen Baturaja adalah guna memperoleh pendanaan untuk memperoleh dana investasi sebesar Rp 1,31 triliun. Perusahaan Semen Baturaja *listing* tanggal 28 Juni 2013. Pada saat *listing* harga saham Semen Baturaja naik menjadi Rp 570 per lembar dari harga saham yang ditawarkan sebesar Rp 560 per lembar. Hal ini terjadi karena banyaknya minat dari

para investor. Dengan adanya kenaikan harga dari harga yang ditawarkan, maka terjadilah *underpricing* terhadap saham tersebut. Dalam mempersiapkan penawaran umum, pihak semen baturaja memilih PT Bahana Securities, PT Danareksa Sekuritas, dan PT Mandiri Sekuritas sebagai penjamin emisi (*underwriter*). (www.market.bisnis.com, diakses tanggal 31 Mei 2016)

Ukuran perusahaan pada umumnya diukur dengan melihat total aktiva dari perusahaan tersebut dengan cara melihat laporan keuangan perusahaan terakhir sebelum melakukan IPO di pasar perdana. Perusahaan besar pada umumnya lebih dikenal oleh publik sehingga informasi mengenai perusahaan lebih banyak dan lebih mudah diperoleh. Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa perusahaan besar memiliki kepastian (*certainty*) yang lebih besar dari perusahaan kecil sehingga investor dapat memprediksi risiko yang mungkin terjadi. Hal ini dapat mengurangi asimetri informasi pada perusahaan besar dan berdampak mengurangi tingkat *underpricing* dibandingkan perusahaan kecil. Kurniawan dan Haryanto (2014), Sasongko dan Juliarto (2014), dan Kristiantari (2013) menyatakan adanya pengaruh negatif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap *underpricing*. Berbeda dengan Risal (2014) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dan *underpricing*.

Umur perusahaan dapat dihitung dengan mengurangkan antara tahun *listing* dengan tahun berdiri. Perusahaan yang telah lama beroperasi biasanya memungkinkan penyediaan publikasi informasi yang lebih luas dan lebih banyak. Dengan informasi tersebut, umur perusahaan dapat dijadikan acuan untuk mengurangi asimetri informasi dan mengurangi ketidakpastian dimasa yang akan datang sehingga dapat menambah kepercayaan investor. Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa perusahaan yang telah lama berdiri memiliki tingkat *underpricing* yang lebih rendah. Kurniawan dan Haryanto (2014) dan Wahyusari (2013) menyatakan adanya pengaruh negatif signifikan antara umur perusahaan terhadap *underpricing*. Berbeda dengan Puspita dan Daljono (2014), Risal (2014), dan Kristiantari (2013) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan antara umur perusahaan terhadap *underpricing*.

Underwriter merupakan pihak yang penting dalam proses penawaran saham umum perdana (IPO). *Underwriter* merupakan mediator antara emiten dan calon investor dimana *underwriter* dapat menentukan harga jual saham di pasar perdana. Reputasi *underwriter* diukur dengan memberi nilai 1 untuk *underwriter* yang masuk *top 10* dalam *50 most active IDX members in total trading frequency*. selama periode penelitian. *Underwriter* yang mendapat nilai 1 tersebut diyakini memiliki reputasi yang baik sehingga mendapat kepercayaan dari investor dan emiten dalam menentukan harga saham yang akan dijual di pasar perdana. Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa semakin baiknya reputasi *underwriter* maka semakin tepat harga saham yang ditetapkan pada saham perdana sehingga kemungkinan terjadinya *underpricing* pada harga saham rendah. Risal (2014) dan Kristiantari (2013) menyatakan adanya pengaruh secara negatif signifikan antara reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*. Berbeda dengan Kurniawan dan Haryanto (2014) dan Wahyusari (2013) yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh antara reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*.

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban dengan ekuitas yang dimiliki perusahaan. DER yang tinggi dapat menunjukkan bahwa kewajiban perusahaan juga besar hal ini dikarenakan perusahaan lebih banyak menggunakan hutang daripada menggunakan modal sendiri dalam kegiatan ekspansi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan dengan DER tinggi akan mempengaruhi minat masyarakat dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan tingginya DER perusahaan dianggap tidak memiliki ketidakpastian dan risiko yang tinggi. Sehingga dengan tingginya ketidakpastian akan risiko yang akan terjadi, para investor cenderung beralih ke perusahaan dengan DER yang rendah. Oleh karena itu, penulis berpendapat bahwa perusahaan dengan DER rendah memiliki kemungkinan mengalami *underpricing*. Rachmadhanto dan Raharja (2014) dan Kurniawan dan Haryanto (2014) menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*. Berbeda dengan Puspita dan Daljono (2014), Risal (2014) dan Kristiantari (2013) menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing*.

Dari berbagai penelitian diatas dapat dijelaskan ketidakkonsistenan hasil penelitian sehingga masih perlu dilakukan penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempegaruhi *underpricing*. Berdasarkan dari latar belakang yan telah diuraikan, maka penulis menarik kesimpulan untuk mengambil judul “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Reputasi Underwriter, dan Debt to Equity Ratio terhadap Underpricing Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan IPO di BEI Tahun 2011-2015)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Melakukan penawaran saham kepada publik merupakan salah satu cara dari perusahaan untuk melakukan penambahan modal guna memperkuat sumber modal perusahaan. Perusahaan yang pertama kalinya melakukan penawaran saham kepada publik biasanya melakukan penawaran tersebut melalui pasar perdana. Harga saham yang akan dijual akan ditentukan oleh kesepakatan perusahaan dengan penjamin emisi. Apabila harga saham pada pasar perdana lebih rendah daripada harga saham pada pasar sekunder maka kondisi inilah yang disebut *underpricing*.

Underpricing menimbulkan dampak yang berbeda bagi pihak investor dan perusahaan. Pihak investor akan mendapatkan keuntungan dari keadaan *underpricing* tersebut dikarenakan investor akan mendapatkan *initial return* yaitu keuntungan dari adanya perbedaan antara harga saham yang dibeli di pasar perdana pada saat IPO dengan harga jual di pasar sekunder. Di sisi lain, perusahaan mengalami kerugian dikarenakan dana yang diperoleh tidak didapat secara maksimum.

Tidak adanya faktor mutlak yang mempengaruhi tingkat *underpricing* menyebabkan banyak yang melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh. Akan tetapi penelitian-penelitian tersebut memiliki hasil penelitian yang inkosisten sehingga perlu diadakan penelitian lagi.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berbagai penelitian terdahulu juga telah mengkaji, namun terdapat perbedaan dalam hasil penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing*.

Ketidakkonsistenan tersebut menimbulkan beberapa masalah yang dapat dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimana ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi *underwriter*, DER (*Debt to Equity Ratio*) dan tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?
2. Apakah ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi *underwriter*, dan DER (*Debt to Equity Ratio*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?
4. Apakah umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?
5. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?
6. Apakah DER (*Debt to Equity Ratio*) berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi *underwriter*, dan DER (*Debt to Equity Ratio*) dan tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.
2. Untuk menguji pengaruh secara simultan ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi *underwriter*, dan DER (*Debt to Equity Ratio*) terhadap

tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

3. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.
4. Untuk menguji pengaruh umur perusahaan terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.
5. Untuk menguji pengaruh reputasi *underwriter* terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.
6. Untuk menguji pengaruh DER (*Debt to Equity Ratio*) terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan penawaran umum saham perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Kegunaan teoritis yang ingin dicapai dari pengembangan pengetahuan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dari proses pembelajaran dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk menambah pengetahuan dalam topik *underpricing* pada penawaran saham perdana perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dijadikan acuan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Investor dan calon investor, penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dan calon investor sebagai informasi dalam pengambilan keputusan investasi pada penawaran saham perdana.

2. Bagi Regulator, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam evaluasi terhadap kebijakan yang ada dalam regulasi perusahaan yang akan listing.
3. Bagi *Underwriter*, penelitian ini diharapkan dapat membantu para *underwriter* dalam menentukan harga saham yang akan ditawarkan oleh perusahaan yang akan IPO berikutnya.
4. Bagi Perusahaan yang akan melakukan *Initial Public Offering* (IPO), penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk memperhatikan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap *underpricing*. Sehingga diharapkan perusahaan tidak mengalami *underpricing* pada saat listing di Bursa Efek Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan penawaran saham perdana (IPO) dengan periode waktu dari 2011 hingga 2015. Dalam penelitian ini akan membahas faktor-faktor yang dianggap memiliki pengaruh terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang IPO yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi *underwriter*, *Debt to Equity Ratio*.

Lokasi penelitian yang digunakan adalah Bursa Efek Indonesia (BEI). Data penelitian ini diambil dari prospektus dan laporan tahunan perusahaan yang diperoleh penulis dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan juga beberapa *website* yang berkaitan dengan objek penelitian. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan mei sampai dengan bulan desember 2016.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab-sub bab. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara ringkas dan jelas mengenai pasa modal, *Initial Public Offering* (IPO), ukuran perusahaan, umur perusahaan, reputasi penjamin

emisi (*underwriter*), DER (*Debt to Equity Ratio*), dan *Underpricing* pada saham perdana. Bab ini juga menguraikan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian ini, kerangka pemikiran yang membahas rangkaian pola pikir untuk menggambarkan masalah penelitian, hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara atas masalah penelitian dan pedoman untuk pengujian data, serta ruang lingkup penelitian yang menjelaskan dengan rinci batasan cakupan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian yang digunakan, pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi variabel dependen dan variabel independen, definisi operasional variabel, tahapan penelitian, jenis dan sumber data (populasi dan sampel), dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas deskripsi penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan pembahasan hasil dari analisis penelitian, serta pengujian dan analisis hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil yang diperoleh setelah dilakukan penelitian. Selain itu, disajikan keterbatasan serta saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.