

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat ini, tingkat persaingan sangat tinggi sehingga hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik dapat bertahan. Hal ini membuat setiap perusahaan berusaha untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan mereka masing-masing dan berupaya untuk menjadi yang terbaik dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, pastinya tidak lepas dari tujuan didirikannya perusahaan yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal. Tujuan perusahaan untuk memperoleh laba maksimal dimaksudkan agar perusahaan dapat hidup terus. Didirikannya perusahaan tidak dibatasi untuk waktu tertentu, tetapi diharapkan hidup terus tanpa batas waktu. Oleh karena itu, kelangsungan hidup perusahaan akan terus dijaga dengan berusaha memperoleh laba yang maksimal.

Laba adalah sejauh mana suatu perusahaan memperoleh pendapatan dari kegiatan penjualan sebagai selisih dari keseluruhan usaha yang di dalam usaha itu terdapat biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk proses penjualan selama periode tertentu. Salah satu jenis laba pada perusahaan yaitu laba bersih. Laba bersih merupakan keuntungan yang didapatkan perusahaan setelah dilakukannya pemotongan dana yang digunakan untuk

operasional perusahaan.² Laba bersih sering digunakan sebagai ukuran kinerja *finansial* perusahaan atau individu, dan biasanya ditemukan dalam laporan keuangan. Laba bersih mencerminkan seberapa sukses suatu entitas dalam menghasilkan keuntungan setelah mempertimbangkan semua biaya dan pajak.

Laba bersih dapat bervariasi dari satu periode ke periode lainnya. Banyak cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh laba maksimal, salah satunya adalah dengan meningkatkan volume penjualan. Meningkatkan volume penjualan adalah salah satu cara paling efektif untuk memaksimalkan laba karena hal ini dapat meningkatkan laba perusahaan secara signifikan. Volume penjualan merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.³ Ketika volume penjualan meningkat, perusahaan menghasilkan lebih banyak pendapatan, yang pada gilirannya meningkatkan potensi keuntungan. Strategi untuk meningkatkan volume penjualan dapat mencakup memperluas jangkauan pasar dan meluncurkan produk atau layanan baru yang menarik.

Selain dengan meningkatkan volume penjualan, perusahaan juga perlu untuk menekan biaya-biaya dan mempertimbangkan efisiensi biaya.

² Asep Mulyana dan Debora Tri Oktarina Pethy, "Pengaruh Biaya Operasional dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih", *Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 1 (2), 2018, hlm. 101

³ Edi Triwibowo dan Jumiatus, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan", *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 4 (1), 2019, hlm. 4

Menekan biaya untuk memaksimalkan laba adalah strategi bisnis yang berfokus pada pengurangan pengeluaran dan penggunaan sumber daya secara lebih efisien untuk meningkatkan margin keuntungan. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti meningkatkan efisiensi distribusi, mengendalikan biaya produksi, mencari pemasok dengan harga lebih kompetitif, atau menerapkan teknologi yang meningkatkan efisiensi operasional. Dengan menekan biaya, perusahaan dapat meningkatkan laba tanpa harus menaikkan harga produk atau layanan, yang dapat membuatnya lebih kompetitif di pasar dan menarik bagi konsumen. Hubungan yang seimbang antara volume penjualan yang tinggi dan kontrol biaya yang ketat adalah kunci dalam mencapai laba bersih yang berkelanjutan.

Biaya (*cost*) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi.⁴ Salah satu biaya yang dapat ditekan untuk mendapatkan laba bersih yang maksimal adalah biaya produksi, biaya produksi merupakan biaya utama yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan dan laba. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai.⁵ Membahas tentang biaya produksi, maka

⁴ Firdaus Ahmad Dunia dan Wasilah Abdullah, *Akuntansi Biaya*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2012), hlm. 22

⁵ Aditya Achmad Fathony dan Yulianti Wulandari, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII", *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11 (1), 2020, hlm. 44

terdapat beberapa aspek seperti proses produksi, serta biaya-biaya yang dikeluarkan sebelum, ketika dan sesudah produksi berlangsung.

Perusahaan mana saja ketika mengelola biaya dapat dipastikan akan menganggarkan biaya seminim mungkin tetapi tidak harus mengurangi kualitas dari bahan baku yang digunakan dalam proses produksi. Hal ini dimaksudkan ketika produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus maka minat konsumen untuk melakukan pembelian barang meningkat, namun jika produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang menurun tentu saja konsumen akan meragukan produk tersebut dan akan beralih kepada produsen lain yang memiliki kualitas produk yang lebih bagus, dan ketika hal tersebut terjadi maka sangat dimungkinkan mempengaruhi laba dari perusahaan karena tingkat penjualan yang menurun. Sehingga bisa dikatakan bahwa biaya produksi sangat penting untuk diperhatikan. Analisis biaya produksi dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga jual yang kompetitif dan membantu dalam mengambil keputusan.

Selain biaya produksi, biaya distribusi juga merupakan salah satu biaya yang dapat ditekan untuk mendapatkan laba bersih yang maksimal. Biaya distribusi merupakan semua biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk.⁶ Distribusi merupakan salah satu tahap penting dalam penjualan produk, di mana produk atau barang disalurkan dari produsen ke konsumen akhir. Kegiatan distribusi melibatkan proses

⁶ Edi Triwibowo dan Jumiatus, "Pengaruh Biaya Produksi....", hlm. 2

penyimpanan, transportasi, dan manajemen persediaan yang efisien untuk memastikan produk tersedia tepat waktu di lokasi yang diinginkan.

Biaya distribusi harus dipertimbangkan dengan cermat hal ini karena jika biaya distribusi tinggi, laba bersih perusahaan cenderung tergerus, bahkan jika penjualan meningkat. Dalam hal ini manajemen perusahaan harus berfokus pada pengelolaan biaya distribusi dengan efisien untuk memaksimalkan laba bersih. Untuk meningkatkan laba bersih, perusahaan dapat melibatkan strategi seperti menggabungkan pengiriman, meningkatkan efisiensi gudang, atau memanfaatkan teknologi. Selain itu, perusahaan juga dapat mengevaluasi model distribusi mereka. Dengan mengelola biaya distribusi dengan bijak, perusahaan dapat meningkatkan margin keuntungan mereka dan akhirnya meningkatkan laba bersih mereka.

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu kelompok bisnis besar di Indonesia. Perusahaan ini terdaftar sebagai perusahaan publik dan telah tercatat publik di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak 11 Januari 1982 dengan kode Perusahaan UNVR. PT Unilever Indonesia Tbk bergerak dalam bidang usaha utama *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), PT Unilever Indonesia Tbk termasuk perusahaan sektor barang konsumen primer subsektor produk rumah tangga tidak tahan lama, PT Unilever Indonesia Tbk termasuk perusahaan industri produk perawatan tubuh subindustri produk perawatan tubuh. PT Unilever Indonesia Tbk telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan FMCG terkemuka di Indonesia yang senantiasa menemani keseharian masyarakat melalui beragam produknya,

seperti Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Dove, Sunsilk, Clear, Rexona, Vaseline, Rinso, Molto, Sunlight, Wall's, Royco, Bango, dan masih banyak lagi.

PT Unilever Indonesia Tbk secara konsisten menghasilkan laporan keuangan yang mematuhi Standar Akuntansi Keuangan (SAK), menunjukkan komitmen mereka terhadap transparansi dan tata kelola keuangan yang baik. Dengan mengikuti SAK, laporan keuangan perusahaan mencerminkan prinsip-prinsip akuntansi yang diakui secara luas, seperti kesesuaian, akurasi, dan konsistensi. Ini berarti bahwa laporan keuangannya memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi keuangan perusahaan, termasuk neraca, laporan laba rugi, dan arus kas. Kepatuhan terhadap SAK juga memastikan bahwa informasi keuangan yang disajikan kepada para pemangku kepentingan dapat dipercaya dan mudah dibandingkan dengan perusahaan lain di industri yang sama. Berikut ini adalah data mengenai variabel laba bersih yang diambil dari data yang terlampir pada laporan triwulan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2013-2022.

Tabel 1. 1
Data Laba Bersih Pada PT Unilever Indonesia Tbk
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
2013	1.431.983	2.823.890	4.090.499	5.352.625
2014	1.360.981	2.847.991	4.048.929	5.738.523
2015	1.591.699	2.930.640	4.183.173	5.851.805
2016	1.570.040	3.298.207	4.750.551	6.090.672
2017	1.960.841	3.623.958	5.229.400	6.804.562
2018	1.839.131	3.529.869	6.003.493	7.509.445
2019	1.748.520	3.697.232	5.509.603	7.392.837
2020	1.862.681	3.619.635	5.438.339	7.163.536
2021	1.698.080	3.045.892	4.378.794	5.758.148
2022	2.021.207	3.429.935	4.611.485	5.364.761

Sumber: <https://www.unilever.co.id/hubungan-investor/publikasi-perusahaan/laporan-keuangan/>.

Berdasarkan pada data tabel 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan laba bersih pada triwulan I, II, III, IV tahun 2013-2022 mengalami perubahan. Dalam data laporan laba bersih triwulan 1 tahun 2013-2014 mengalami penurunan sebesar Rp 71.002.000. Pada triwulan I tahun 2015-2016 mengalami penurunan sebesar Rp 21.659.000. Pada triwulan I tahun 2017-2018 mengalami penurunan sebesar Rp 121.710.000. Pada triwulan I tahun 2019-2020 mengalami kenaikan sebesar Rp 114.161.000. Pada triwulan I tahun 2021-2022 mengalami kenaikan sebesar Rp 323.127.000. Pada triwulan I jumlah laba bersih tertinggi mencapai Rp 2.021.207.000 di tahun 2022 sedangkan untuk jumlah laba bersih terendah yaitu Rp 1.360.981.000 yang terjadi pada tahun 2014.

Dalam data laporan laba bersih triwulan II tahun 2013-2014 mengalami kenaikan sebesar Rp 24.101.000. Pada triwulan II tahun 2015-2016 mengalami kenaikan sebesar Rp 367.567.000. Pada triwulan II tahun 2017-2018 mengalami penurunan sebesar Rp 94.089.000. Pada triwulan II tahun 2019-2020 mengalami penurunan sebesar Rp 77.597.000. Pada triwulan II tahun 2021-2022 mengalami kenaikan sebesar Rp 384.043.000. Pada triwulan II jumlah laba bersih tertinggi mencapai Rp 3.697.232.000 di tahun 2019 sedangkan untuk jumlah laba bersih terendah yaitu Rp 2.823.890.000 yang terjadi pada tahun 2013.

Dalam data laporan laba bersih triwulan III tahun 2013-2014 mengalami penurunan sebesar Rp 41.570.000. Pada triwulan III tahun 2015-2016 mengalami kenaikan sebesar Rp 567.378.000. Pada triwulan III tahun

2017-2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 774.093.000. Pada triwulan III tahun 2019-2020 mengalami penurunan sebesar Rp 71.264.000. Pada triwulan III tahun 2021-2022 mengalami kenaikan sebesar Rp 232.691.000. Pada triwulan III jumlah laba bersih tertinggi mencapai Rp 6.003.493.000 di tahun 2018 sedangkan untuk jumlah laba bersih terendah yaitu Rp 4.048.929.000 yang terjadi pada tahun 2014.

Dalam data laporan laba bersih triwulan IV tahun 2013-2014 mengalami kenaikan sebesar Rp 385.898.000. Pada triwulan IV tahun 2015-2016 mengalami kenaikan sebesar Rp 238.867.000. Pada triwulan IV tahun 2017-2018 mengalami kenaikan sebesar Rp 704.883.000. Pada triwulan IV tahun 2019-2020 mengalami penurunan sebesar Rp 229.301.000. Pada triwulan IV tahun 2021-2022 mengalami penurunan sebesar Rp 393.387.000. Pada triwulan IV jumlah laba bersih tertinggi mencapai Rp 7.509.445.000 di tahun 2018 sedangkan untuk jumlah laba bersih terendah yaitu Rp 5.352.625.000 yang terjadi pada tahun 2013.

Berdasarkan teori serta penjelasan masalah diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih. Dengan hal ini peneliti akan merangkum dalam judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel *Intervening* Pada PT Unilever Indonesia Tbk”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pengarah tujuan dari sebuah tulisan ilmiah agar fokus terhadap permasalahan dari latar belakang yang telah disampaikan. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk?
2. Bagaimana biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk?
3. Bagaimana biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk?
4. Bagaimana biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk?
5. Bagaimana volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk?
6. Bagaimana biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada PT Unilever Indonesia Tbk?
7. Bagaimana biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada PT Unilever Indonesia Tbk?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan penjelasan tentang harapan yang diinginkan peneliti dari pemecahan rumusan masalah yang telah dibahas. Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diperoleh tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk.
4. Untuk menganalisis pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk.
5. Untuk menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk.
6. Untuk menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada PT Unilever Indonesia Tbk.
7. Untuk menganalisis pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada PT Unilever Indonesia Tbk.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau nilai guna baik secara teoritis

maupun praktis. Adapun manfaat dari hasil penelitian yang peneliti harapkan adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perluasan materi mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan, sehingga dapat dijadikan literatur untuk mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung maupun kampus lain.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan maupun masukan kepada PT Unilever Indonesia Tbk mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* perusahaan dan menjadi peran dalam melihat tingkat kinerja Pperusahaan.

b. Bagi Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat dijadikan sarana untuk menambah wawasan atau pengetahuan mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* perusahaan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menambah wawasan kepada para pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah untuk menambah wawasan serta bahan penelitian bagi yang ingin meneliti mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* perusahaan.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi biaya produksi dan biaya distribusi yang memengaruhi laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2013-2022 dengan indikator sebagai berikut:

- a. Biaya Produksi, indikator yang digunakan merupakan data biaya produksi pada laporan keuangan triwulan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2013-2022.
- b. Biaya Distribusi, indikator yang digunakan merupakan data biaya distribusi pada laporan keuangan triwulan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2013-2022.
- c. Laba Bersih, indikator yang digunakan merupakan data laba bersih pada laporan keuangan triwulan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2013-2022.

- d. Volume Penjualan, indikator yang digunakan merupakan data volume penjualan pada laporan keuangan triwulan PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2013-2022.

2. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini hanya terbatas pada satu perusahaan yaitu PT Unilever Indonesia Tbk. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data dalam bentuk angka yang merupakan data sekunder sebagai data utama berupa data laporan keuangan triwulan PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2013-2022. Data pada penelitian ini diperoleh dari situs <https://www.unilever.co.id/hubungan-investor/publikasi-perusahaan/laporan-keuangan/>. Penelitian ini fokus pada variabel bebas (X), variabel terikat (Y), dan variabel penghubung (Z). Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi (X1) dan Biaya Distribusi (X2), untuk variabel terikat adalah Laba Bersih (Y), dan untuk variabel penghubung adalah Volume Penjualan (Z)

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Berkaitan dengan “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai Variabel *Intervening* Pada PT Unilever Indonesia Tbk”, maka diperlukan penjelasan lebih lanjut. Hal ini untuk menghindari penafsiran

yang tidak diharapkan, sehingga perlu diuraikan terlebih dahulu tentang istilah dalam judul penelitian ini sebagai berikut:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi siap untuk dijual.⁷

b. Biaya Distribusi

Biaya distribusi adalah biaya yang berhubungan dengan semua kegiatan mulai dari saat barang-barang telah dibeli atau diproduksi sampai barang-barang tiba ditempat pelanggan.⁸

c. Laba Bersih

Laba bersih adalah laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.⁹

d. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah unit terjual dari suatu produk yang ditetapkan dalam suatu periode tertentu.¹⁰

⁷ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2018), hlm. 14

⁸ Gun Gunawan Rachman, dkk., “Pengaruh Biaya Distribusi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung)”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 10 (2), 2010, hlm. 158

⁹ Ester Meafrida Wati Pasaribu dan Nanu Hasanuh, “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih”, *Jurnal of Economic, Business, and Accounting*, 4 (2), 2021, hlm. 734

¹⁰ Fauzi Dwi Putra, “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (2), 2017, hlm. 463

2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional merupakan definisi dari variabel secara operasional, secara riil dan secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh biaya produksi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2013-2022.

G. Sistematika Skripsi

Sistematika penelitian dibuat untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. Sistematika penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Adapun sistematika penelitian penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagian Awal berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian Utama (Inti) yang merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab dan masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan-penjelasan keputusan yang berfungsi sebagai acuan teoritik atau landasan teori dalam melakukan penelitian, di dalamnya memuat uraian mengenai kerangka teori, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis pendekatan penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi data dan pengujian pada hipotesis penelitian menggunakan teknik analisis data yang sudah tercantum dalam bab III.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penjelasan secara rinci mengenai hasil dari penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti berdasarkan analisis data. Pada sub ini adalah langkah terakhir dalam penelitian dan membuat saran yang dapat membangun dari berbagai pihak.

Bagian Akhir yang merupakan bagian akhir dalam skripsi yang memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.