

## **BAB II**

### **DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Stakeholder Theory**

*Stakeholder* adalah individu atau sekelompok individu yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi, atau yang terkena pengaruh dari tercapainya tujuan organisasi (Freeman dan Reed dalam Ulum, 2017). Menurut Ulum (2017), tujuan teori *stakeholder* secara luas adalah untuk menolong manajer organisasi memaksimalkan nilai bagi organisasinya dan meminimalkan kerugian bagi *stakeholder*. Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana mereka terdampak oleh aktivitas yang dilakukan organisasi (Deegan, 2004). Laporan keuangan merupakan salah satu cara informasi dapat disalurkan. Sugiono dan Ishak (2015) menyebutkan bahwa laporan keuangan adalah alat yang tepat digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pihak-pihak diluar perusahaan.

#### **2.2 Signaling Theory**

Informasi dalam dunia bisnis merupakan subjek penting bagi manajemen sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan (Sugiono dan Ishak, 2015). Namun, informasi yang dimiliki manajemen dengan yang dimiliki pihak diluar manajemen terkadang tidak sama. Hal ini disebut asimetri informasi. Stiglitz (dalam Ulum, 2017) menjelaskan bahwa asimetri informasi terjadi ketika terdapat

dua pihak yang mengetahui hal yang berbeda. Asimetri informasi dapat dikurangi jika pihak yang memiliki informasi dapat mengirim sinyal kepada pihak yang lain.

*Signalling theory*, menurut Spence (2002), pada dasarnya bertujuan untuk menurunkan asimetri informasi yang ada di antara pihak-pihak yang mengetahui informasi yang berbeda-beda. *Signaling theory* menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas tinggi akan memberi sinyal mengenai keunggulan kualitas mereka kepada pasar melebihi kewajiban pengungkapan mereka (Whiting dan Miller dalam Ulum, 2017). Sebaliknya, perusahaan yang berkualitas tidak terlalu tinggi akan memberi sinyal yang sifatnya wajib saja. Hartono (2008) menyebutkan bahwa informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberi sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi.

### **2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Setelah konsep *triple bottom line* atau 3P (*people, profit, planet*) dicetuskan oleh John Elkington pada 1997, perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk berfokus kepada keuntungan (*profit*) saja. Kini, perusahaan dituntut untuk juga berfokus pada *people* (manusia) dan *planet* (lingkungan) (Rismawati, 2020). Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 pasal 1 angka 3 menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economy*). Sementara, pengungkapan CSR (*CSR Disclosure*) didefinisikan sebagai proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan mengenai aktivitas perusahaan serta dampaknya bagi sosial dan lingkungan (Hery, 2014).

Manfaat CSR bagi perusahaan sangat besar. Kotler dan Lee (2005) menyebutkan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi CSR yang kuat akan bertahan lebih lama. Yakovleva (2016) menjelaskan, *“The central point of CSR is stakeholder management. ... The interest of all corporate stakeholders need to be given consideration by the company, and if their concerns are disregarded they may damage or halt the company's operations.”*

#### **2.4 Corporate Governance (CG)**

Indonesian Institute of Corporate Governance (IICG, 2000) mendefinisikan CG sebagai *“...the process and structure applied in running a company, with the primary objective of increasing shareholder value over the long term while still taking into account the interests of other stakeholders.”* Menurut Shaw (2003) CG adalah suatu sistem pengelolaan sebuah organisasi bisnis, yang bertujuan untuk memastikan kegiatan pengambilan keputusan dalam organisasi dilakukan secara efektif. Mathiesen (dalam Lee dan Lee, 2013) menyebutkan bahwa CG merupakan mekanisme yang menginvestigasi bagaimana menjamin dan memotivasi manajemen dengan menggunakan sistem insentif. CG merupakan salah satu komponen penting dalam memperbaiki efisiensi ekonomi dan pertumbuhan perusahaan, serta meningkatkan keyakinan investor (OECD, 2004). Hitt, et. al. (2017) menyatakan bahwa CG merupakan hal kritis bagi perusahaan. CG dikatakan sebagai bagian penting dalam proses manajemen strategis. Tujuan CG pada intinya adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (Arifin, 2009).

## 2.5 *Economic Value Added (EVA)*

Brealey, et. al. (2009) menyebutkan, EVA merupakan salah satu informasi fundamental perusahaan. Grant (2003) menjelaskan bahwa EVA adalah selisih antara laba operasi perusahaan setelah pajak (*Net Operating Profit After Tax - NOPAT*) dengan rata-rata tertimbang dari biaya modal (*Weighted Average Cost of Capital - WACC*) dari suatu perusahaan. Nilai EVA yang positif, mencerminkan bahwa perusahaan memiliki *return* yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat *capital cost*, dimana *capital cost* merupakan return yang diharapkan oleh investor sebagai hasil dari uang yang telah mereka investasikan pada perusahaan (Mardiyanto, dalam Rahayu dan Anggraeni, 2019). Menurut Penman (2013), EVA dapat menjadi alat pengukuran manajemen berbasis nilai (*value-based management*) yang baik serta dapat menjadi insentif kinerja untuk meningkatkan *shareholder value*.

## 2.6 *Firm Value (FV)*

Nilai dari suatu perusahaan sangatlah penting, karena semakin tinggi nilai suatu perusahaan akan diikuti juga dengan kemakmuran *shareholders* (Brigham dan Gapenski dalam Willim et. al., 2020). *Firm value* (nilai perusahaan) adalah harga jual perusahaan yang menurut calon investor layak sehingga ia mau membayarnya jika perusahaan tersebut akan dijual (Fuad, dkk., 2009). FV merupakan persepsi investor kepada tingkat kesuksesan perusahaan yang berhubungan erat dengan harga saham (*stock price*) (Sujoko dan Soebiantoro dalam Purbawangsa, et. al., 2020). Brealey, et. al. (2009) menjelaskan bahwa meningkat atau menurunnya FV

dipengaruhi oleh hal yang sesuai dengan konsep *signalling theory*, dimana investor akan bereaksi membeli atau menjual saham suatu perusahaan sesuai dengan informasi fundamental dari perusahaan tersebut. Bagi perusahaan *go-public*, indikator FV adalah harga saham yang diperjualbelikan di bursa efek (Fuad, dkk., 2009)

## **2.7 Kerangka Konseptual**

### **2.7.1 *Corporate Social Responsibility dan Firm Value***

Menurut Patten (dalam Lindawati dan Puspita, 2015) investor memiliki kecenderungan untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik. Khojastehpour dan Johns (2014) menyebutkan bahwa semakin baik reputasi sosial suatu perusahaan, maka akan membuat penjualan perusahaan tersebut meningkat, utamanya kepada konsumen yang sensitif terhadap isu sosial. UU no. 40 thn. 2007 pasal 1 angka 3 menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Konsep mengenai *sustainability reporting* telah menjadi pertimbangan bagi para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang tepat. Brealey, et. al. (2009) menjelaskan bahwa meningkat atau menurunnya FV dipengaruhi oleh reaksi investor terhadap informasi fundamental dari perusahaan tersebut. Investor akan memilih perusahaan yang memiliki prospek yang baik di masa depan. Semakin tinggi pengungkapan CSR perusahaan, maka FV akan semakin tinggi pula.

### **2.7.2 *Corporate Governance dan Firm Value***

CG merupakan suatu sistem yang dapat memastikan kegiatan operasional organisasi menjadi efektif dan efisien (Shaw, 2003). CG adalah salah satu komponen penting dalam memperbaiki efisiensi ekonomi dan pertumbuhan perusahaan (OECD, 2004). CG mencerminkan kinerja manajerial. Jika kinerja manajerial suatu perusahaan baik, maka akan tercermin pada CG pula. CG merupakan salah satu komponen yang dapat meningkatkan keyakinan investor (OECD, 2004). Investor akan lebih tertarik pada perusahaan dengan manajemen yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang memiliki sistem manajemen yang kurang baik. Brealey, et. al. (2009) menyebutkan, investor akan bereaksi sesuai dengan informasi fundamental suatu perusahaan. Jika ada informasi fundamental yang baik menurut investor, maka investor cenderung akan membeli saham perusahaan tersebut. Menurut Fuad, dkk. (2009), harga saham di bursa efek merupakan salah satu indikator dari FV. Maka dari itu, apabila CG meningkat maka FV juga akan meningkat.

### **2.7.3 *Economic Value Added dan Firm Value***

EVA merupakan salah satu informasi fundamental perusahaan. Menurut Penman (2013), EVA dapat menjadi insentif kinerja untuk meningkatkan *shareholder value*. Brealey, et. al. (2009) menjelaskan bahwa meningkat atau menurunnya FV dipengaruhi oleh reaksi investor terhadap informasi fundamental dari perusahaan tersebut. Apabila EVA suatu perusahaan tinggi, hal ini akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Indikator FV adalah harga saham yang diperjualbelikan di

bursa efek (Fuad, dkk., 2009). Jika investor banyak membeli saham suatu perusahaan, harganya akan meningkat dan akan membuat FV meningkat pula.

## **2.8 Penelitian Terdahulu**

### **2.8.1 Hermuningsih (2018)**

Penelitian Hermuningsih (2018) menggunakan EVA sebagai variabel independen, Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dan *Market Value Added* (MVA) sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian tersebut adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011 sampai 2016. Analisis regresi moderasian (*Moderating Regression Analysis*) digunakan dalam mengolah data dalam penelitian ini. Hasil penelitian menyebutkan bahwa EVA tidak berpengaruh terhadap MVA, EVA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q, dan MVA berpengaruh terhadap Tobin's Q. Hasil lain yang disebutkan pada penelitian ini adalah bahwa variabel MVA tidak menjadi variabel intervensi antara EVA dengan *Tobin's Q*.

### **2.8.2 Permanasari (2010)**

Penelitian yang dilakukan oleh Permanasari (2010) menggunakan variabel kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan CSR sebagai variabel independen. FV dipakai sebagai variabel dependen dengan menggunakan *Tobin's Q* sebagai proksi. Penelitian ini menggunakan objek berupa perusahaan non-finansial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2007 sampai 2008 dengan total 68 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap FV, sedangkan variabel

kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional tidak mempengaruhi FV.

### **2.8.3 Rahayu dan Anggraeni (2019)**

Penelitian Rahayu dan Anggraeni (2019) menggunakan objek berupa perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2013 sampai 2017. Pengujian statistik yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linear berganda, dengan menggunakan *path analysis* untuk menguji pengaruh variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan CG dan CSR sebagai variabel independen, FV sebagai variabel dependen, dan variabel EVA sebagai variabel intervensi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa EVA tidak memediasi hubungan antara CG dan FV, serta tidak memediasi hubungan antara CSR dan FV pula.

### **2.8.4 Tarigan *et. al.* (2019)**

Penelitian yang dilakukan oleh Tarigan *et. al.* (2019) menggunakan variabel-variabel yaitu CSR, *Value Creation*, *Corporate Profitability*, dan CG. Penelitian ini menggunakan metode *Kinder, Lydenberg and Domini (KLD method)* dalam mengukur tingkat CSR perusahaan. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang pada tahun 2016 dan 2017 masuk ke dalam kategori perusahaan yang memiliki *good corporate governance* oleh *SWA-Magazine* dan *Indonesia Institute for Corporate Governance (IICG)*. Penelitian yang menggunakan *Structural Equation Model (SMA)* ini menemukan bahwa semakin tinggi praktik CSR dan GCG, maka semakin tinggi



pula profitabilitas yang dimiliki perusahaan. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap EVA, serta CG tidak memiliki pengaruh mediasi terhadap CSR dengan profitabilitas dan CSR dengan EVA.

#### **2.8.5 Taufik, et. al. (2018)**

Penelitian Taufik, et. al. (2018) menggunakan variabel independen berupa CG, variabel dependen berupa FV dan dua variabel mediasi. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Variabel mediasi yang digunakan adalah *Return on Asset* (ROA) dan EVA. Penelitian yang menggunakan objek berupa perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada 2012-2016 ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi terhadap hubungan antara variabel independen dan dependen. Hasil penelitian menyebutkan bahwa CG memiliki pengaruh signifikan terhadap FV secara langsung, CG tidak berpengaruh terhadap EVA dan ROA, serta EVA dan ROA tidak memediasi hubungan antara CG dan FV.

#### **2.8.6 Willim, et. al. (2020)**

Penelitian Willim, et. al. (2020) menggunakan alat analisis berupa regresi linier berganda. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2009 sampai 2018. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah CG dan CSR sebagai variabel independen dan *Corporate Value* (CV) sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan dua variabel moderasi yaitu *Net Profit Margin* (NPM) dan

*Management Quality* (MQ). Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa CG berpengaruh positif signifikan terhadap CV, sedangkan CSR tidak berpengaruh terhadap CV. Kedua variabel moderasi, NPM dan MQ, memiliki pengaruh memperkuat hubungan antara CSR dan CV. Terhadap hubungan antara CG dan CV, NPM memiliki pengaruh melemahkan hubungan keduanya sedangkan MQ tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan keduanya.

### 2.8.7 Tabel

Beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan dapat dirangkum dalam tabel berikut:

**Tabel 2. 1 Kumpulan Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Variabel	Objek	Alat Uji	Hasil
Hermuningsih (2018)	Independen: X = EVA  Dependen : Y = Nilai Perusahaan  Mediasi Z = MVA	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2016	Uji regresi linier moderasian – ( <i>Moderating Regression Analysis</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EVA tidak berpengaruh terhadap MVA.</li> <li>● EVA tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q.</li> <li>● MVA berpengaruh terhadap Tobin's Q.</li> <li>● MVA tidak memediasi EVA dan Tobin's Q.</li> </ul>
Permanasari (2010)	Independen: X1 = Kepemilikan Manajemen X2 = Kepemilikan Institusional X3 = CSR  Dependen : Y = Nilai Perusahaan	Perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2007-2008	Uji regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kepemilikan Manajemen tidak berpengaruh terhadap FV</li> <li>● Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap FV</li> <li>● CSR berpengaruh positif signifikan terhadap FV</li> </ul>
Rahayu dan Anggraeni (2019)	Independen: X <sub>1</sub> = CG X <sub>2</sub> = CSR  Dependen : Y = FV  Mediasi : Z = EVA	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2013-2017	Uji regresi linier berganda dengan <i>Path Analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap EVA</li> <li>● GCG berpengaruh positif signifikan terhadap FV</li> <li>● CSR berpengaruh positif signifikan terhadap EVA</li> <li>● CSR berpengaruh positif signifikan terhadap FV</li> <li>● EVA berpengaruh positif signifikan terhadap FV</li> </ul>

Peneliti	Variabel	Objek	Alat Uji	Hasil
Tarigan, et. al. (2019)	<p>Independen: X = CSR</p> <p>Dependen : Y = <i>Value Creation</i></p> <p>Mediasi: Z<sub>1</sub> = Profitabilitas Z<sub>2</sub> = CG</p>	Perusahaan peserta <i>Corporate Governance Perception (CGPI) Awards</i> yang terdaftar di BEI periode tahun 2010-2018	<i>Structural Equation Model</i> (SME)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CSR berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas</li> <li>● CG berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas.</li> <li>● CSR berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap CG</li> <li>● CP berpengaruh negatif terhadap VC</li> <li>● CSR berpengaruh negatif terhadap VC.</li> <li>● CG berpengaruh negatif terhadap VC.</li> <li>● CG tidak memediasi hubungan antara CSR dan profitabilitas.</li> <li>● CG tidak memediasi hubungan antara CSR dan VC.</li> </ul>
Taufik, et. al. (2018)	<p>Independen: X = CG</p> <p>Dependen : Y = FV</p> <p>Mediasi: Z<sub>1</sub> = <i>Return on Asset</i> Z<sub>2</sub> = EVA</p>	Perusahaan BUMN Indonesia yang terdaftar di BEI periode 2012-2016	Uji regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CG berpengaruh signifikan terhadap FV secara langsung.</li> <li>● CG tidak berpengaruh terhadap EVA.</li> <li>● CG tidak berpengaruh terhadap ROA.</li> <li>● EVA tidak memediasi hubungan antara CG dan FV.</li> <li>● ROA tidak memediasi hubungan antara CG dan FV.</li> </ul>
Willim, et. al. (2020)	<p>Independen: Z<sub>1</sub> = CG Z<sub>2</sub> = CSR</p> <p>Dependen : Y = CV</p> <p>Mediasi: Z<sub>1</sub> = <i>Net Profit Margin</i> Z<sub>2</sub> = <i>Management Quality</i></p>	Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2009-2018	Uji regresi linier berganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CG berpengaruh positif signifikan terhadap CV</li> <li>● CSR tidak berpengaruh terhadap CV</li> <li>● NPM memperkuat hubungan antara CSR dan CV</li> <li>● MQ memperkuat hubungan antara CSR dan CV</li> <li>● NPM memperlemah hubungan antara CG dan CV</li> <li>● MQ tidak berpengaruh terhadap hubungan antara CG dan CV</li> </ul>

**Sumber: penelitian terdahulu**

## 2.9 Pengembangan Hipotesis

### 2.9.1 *Corporate Social Responsibility dan Firm Value*

Menurut Patten (dalam Lindawati dan Puspita, 2015) investor memiliki kecenderungan untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik. Khojastehpour dan Johns (2014) menyebutkan bahwa semakin baik reputasi sosial suatu perusahaan, maka akan membuat penjualan perusahaan tersebut meningkat, utamanya kepada konsumen yang sensitif terhadap isu sosial. UU no. 40 thn. 2007 pasal 1 angka 3 menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Konsep mengenai *sustainability reporting* telah menjadi pertimbangan bagi para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang tepat. Menurut Brealey, et. al. (2009) meningkat atau menurunnya FV akan dipengaruhi oleh reaksi investor terhadap informasi fundamental dari perusahaan tersebut. Investor akan memilih perusahaan yang memiliki prospek yang baik di masa depan. Semakin tinggi pengungkapan CSR perusahaan, maka investor akan tertarik membeli saham perusahaan tersebut. Karenanya, harga saham akan meningkat dan membuat FV akan semakin tinggi pula.

Penelitian terdahulu yang peneliti temukan menyebutkan bahwa CSR memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap FV (Permanasari, 2010; Rahayu dan Anggraeni, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**Ha1 : *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap *Firm Value*.**

### **2.9.2 Corporate Governance dan Firm Value**

CG mencerminkan kinerja manajerial. Jika kinerja manajerial suatu perusahaan baik, maka akan tercermin pada CG pula. CG merupakan salah satu komponen yang dapat meningkatkan keyakinan investor (OECD, 2004). Investor akan lebih tertarik pada perusahaan dengan manajemen yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang memiliki sistem manajemen yang kurang baik. Brealey, et. al. (2009) menyebutkan, investor akan bereaksi sesuai dengan informasi fundamental suatu perusahaan. Jika ada informasi fundamental yang baik menurut investor, maka investor cenderung akan membeli saham perusahaan tersebut. Menurut Fuad, dkk. (2009), harga saham di bursa efek merupakan salah satu indikator dari FV. Maka dari itu, apabila CG meningkat maka FV juga akan meningkat.

Penelitian Rahayu dan Anggraeni (2019) dan Willim et. al. (2020) menemukan hasil bahwa CG memiliki pengaruh positif signifikan terhadap FV. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**Ha2 : Corporate Governance Berpengaruh Positif Terhadap Firm Value.**

### **2.9.3 Economic Value Added dan Firm Value**

EVA merupakan salah satu informasi fundamental perusahaan. Menurut Penman (2013), EVA dapat menjadi insentif kinerja untuk meningkatkan *shareholder value*. Brealey, et. al. (2009) menjelaskan bahwa

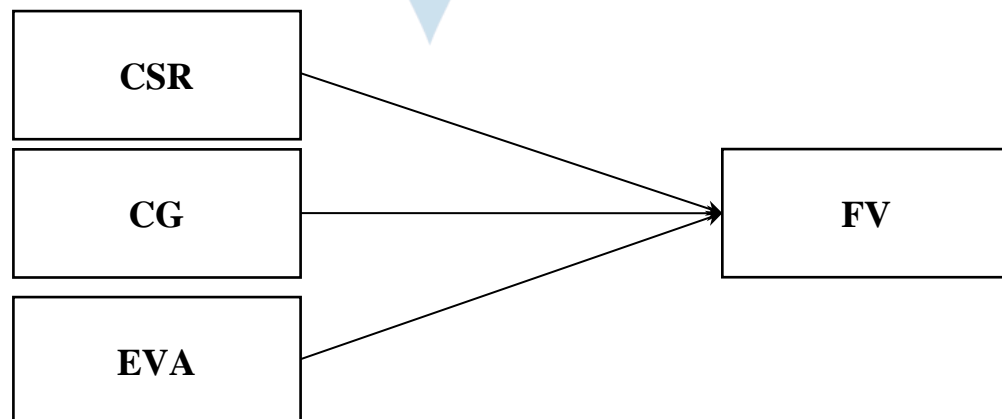
meningkat atau menurunnya FV dipengaruhi oleh reaksi investor terhadap informasi fundamental dari perusahaan tersebut. Apabila EVA suatu perusahaan tinggi, hal ini akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Indikator FV adalah harga saham yang diperjualbelikan di bursa efek (Fuad, dkk., 2009). Jika investor banyak membeli saham suatu perusahaan, harganya akan meningkat dan akan membuat FV meningkat pula.

Penelitian sebelumnya menyimpulkan bahwa EVA memiliki pengaruh positif signifikan terhadap FV (Rahayu dan Anggraeni, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**Ha3 : *Economic Value Added* Berpengaruh Positif Terhadap *Firm Value*.**

### 2.10 Model Penelitian

Model penelitian menggambarkan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Hal ini bertujuan untuk memberi pemahaman yang lebih mendalam mengenai kerangka konseptual yang mendasari penelitian ini. Adapun model dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Gambar 2. 1 Model Penelitian**

