

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek Penelitian menurut Sugiyono (2014:13) adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid*, dan *reliable* tentang sesuatu hal (variabel tertentu).

Objek dalam penelitian ini adalah Kesempatan Bertumbuh, Siklus Hidup Perusahaan, dan Manajemen Laba.

##### **3.1.1 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016:2) yang dimaksud dengan metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif untuk pembahasan rumusan masalah.

Pengertian metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016:8) adalah:

“Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Pengertian metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:35)

adalah :

“Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.”

Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Selanjutnya, Sugiyono (2014:91) mendeskripsikan metode verifikatif sebagai berikut :

“Metode verifikatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan kausalitas antara variabel melalui suatu pengujian melalui suatu perhitungan statistic didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

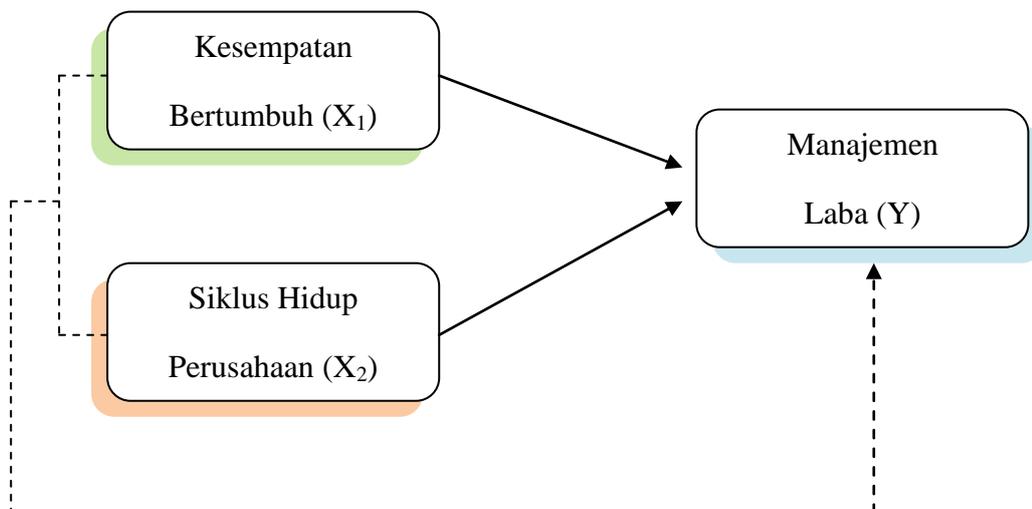
Penelitian verifikatif pada dasarnya digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis, dimana uji hipotesis antara variabel tersebut

akan dianalisis menggunakan metode statistika yang relevan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya apakah hipotesis diterima atau ditolak.

Dalam penelitian ini analisis deskriptif dan verifikatif digunakan untuk mengetahui apakah Kesempatan Bertumbuh, Siklus Hidup Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Manajemen Laba, serta melakukan pengujian apakah hipotesis yang telah ditentukan diterima atau ditolak pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016.

### **3.1.2 Model Penelitian**

Model penelitian ini merupakan abstraksi dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini sesuai dengan judul skripsi yang penulis kemukakan yaitu : “Pengaruh Kesempatan Bertumbuh dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba”. Maka untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen, penulis memberikan model penelitian yang dinyatakan sebagai berikut :



**Gambar 3. 1**  
**Model Penelitian**

Keterangan :

—————> : Pengaruh Parsial

-----> : Pengaruh Simultan

### 3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan bagian penting dalam suatu penelitian karena penelitian tidak dapat dilakukan bila tidak ada variabel atau permasalahan yang akan diteliti. Variabel inilah yang akan menjadi atribut dari suatu objek yang akan dikembangkan dan diolah sehingga dapat diketahui pemecahan masalahnya. Variabel bisa dikatakan sebagai variabel penelitian apabila variabel tersebut memiliki nilai yang bervariasi.

Agar variabel penelitian dapat diukur, diperlukan operasionalisasi variabel untuk mendefinisikan, menentukan indikator, ukuran dan skala

pengukuran variabel. Untuk lebih jelasnya, berikut pengertian variabel dan operasionalisasi variabel penelitian.

### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Definisi Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:39) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam sebuah penelitian dibedakan menjadi dua variabel utama yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Pada penelitian ini, sesuai dengan judul yang dipilih penulis yaitu “Pengaruh Kesempatan Bertumbuh dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba”, maka penulis menengompokkan variabel-variabel dalam judul tersebut dalam 2 (dua) variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) yang terdiri atas Kesempatan Bertumbuh dan Siklus Hidup Perusahaan, kemudian variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Manajemen Laba. Definisi dari variable-variabel yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### **3.2.1.1 Variabel Bebas/Independen Variabel (X)**

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel Independen adalah :

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel Independen yang diteliti, yaitu :

**a. Kesempatan Bertumbuh**

Definisi kesempatan bertumbuh menurut Palupi (2006;dalam Titik;2014:6) adalah sebagai berikut :

“Kesempatan bertumbuh menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Penilaian pasar (investor/pemegang saham) terhadap kemungkinan bertumbuh suatu perusahaan nampak dari harga saham yang terbentuk sebagai suatu nilai ekspektasi terhadap manfaat masa depan yang akan diperolehnya. Pemegang saham akan memberi respon yang lebih besar kepada perusahaan dengan kemungkinan bertumbuh yang tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan yang mempunyai kemungkinan bertumbuh yang tinggi akan memberikan manfaat yang tinggi di masa depan bagi investor”.

Menurut Julianto dan Lilis Setiawati (2003:427) menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan yang tinggi dan pesat yang ditandai dengan tingginya tingkat set kesempatan investasi (*investment opportunity set*, dalam tulisan ini akan disebut sebagai IOS), akan tercermin dalam tingginya tingkat profitabilitas perusahaan. IOS merupakan variable yang tidak dapat diobservasi (variable laten), oleh karena itu diperlukan proksi. Hal ini bahwa kesempatan investasi perusahaan tidak dapat diobservasi untuk pihak-pihak diluar perusahaan. Berbagai variable yang digunakan sebagai proksi IOS telah banyak diteliti dan diuji pada berbagai penelitian. Proksi ini dapat diklasifikasikan dalam empat tipe yaitu proksi berbasis

harga, investasi, varian dan gabungan. Dalam penelitian yang digunakan berbagai proksi yang berbasis harga dan investasi.

Proksi berbasis harga mendasarkan pada perbedaan antara aset dan nilai perusahaan, oleh karena itu proksi ini sangat tergantung pada harga saham

Secara empiris nilai MVA bisa  $< 1$  (negatif) atau  $> 1$  (positif). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mengalami tingkat kesempatan bertumbuh yang berbeda-beda. Nilai  $< 1$  menunjukkan perusahaan memiliki kesempatan tidak bertumbuh, sedangkan nilai  $> 1$  menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kesempatan bertumbuh.

#### **b. Siklus Hidup Perusahaan**

Perusahaan memiliki *life cycle* seperti halnya dengan produk Hastuti (2011). Pada saat *introduction*, perusahaan digambarkan seperti anak kecil yang baru belajar berjalan. Perusahaan baru diperkenalkan sebagai bisnis yang kecil. Sebagian besar cepat gagal karena eksekutif tidak memahami kebutuhan pasar dan tidak mengetahui bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut serta tidak memiliki bakat pengusaha. Tetapi jika perusahaan tersebut sukses, penjualan mulai bertumbuh.

Pada tahap *growth*, perusahaan digambarkan seperti anak remaja yang belum dewasa. Pada tahap ini, perusahaan mulai memenuhi

kebutuhan pasar dan pertumbuhannya cepat. Pertumbuhan ini merupakan hasil dari pemenuhan kebutuhan pasar yang lebih baik daripada kompetisi dan semangat usaha dari pendiri perusahaan tersebut.

Pada tahap *mature*, perusahaan digambarkan seperti orang dewasa. Perusahaan memasuki tahap dimana para manajernya mulai profesional. Tetapi umur perusahaan tidak panjang lagi dan mengarah pada tahap akhir dalam *life cycle* perusahaan. Ada beberapa perusahaan yang tetap berada pada tahap ini untuk jangka waktu yang panjang tapi ada juga yang mengarah pada kebangkrutan.

Tahap terakhir dari *life cycle* perusahaan adalah *decline*. Pada tahap ini, perusahaan digambarkan sebagai orang yang lanjut usia. Perusahaan mengalami penurunan, penurunan, dan penurunan. Perusahaan akan menghentikan kegiatannya. Perusahaan akan meninggalkan bisnisnya. Seluruh harapan dan mimpi yang berkaitan dengan perusahaan akan hilang.

Menurut Anthony dan Ramesh dalam Hastuti (2011) pada tahap setelah *mature*, ada perusahaan yang tidak memasuki tahap *decline* tetapi tetap berada pada posisi yang stabil (*stagnant*). Perusahaan tidak begitu mengalami peningkatan penjualan dan penurunan laba yang cukup drastis. Tingkat pertumbuhan penjualan rendah, perusahaan tidak melakukan pengeluaran modal besar-besaran, dan

laba yang diperoleh perusahaan tidak lagi banyak ditahan untuk pengembangan perusahaan.

*Life Cycle* Perusahaan diukur dengan nilai Persentase pertumbuhan penjualan (SG). Setelah diketahui pertumbuhan penjualannya, setiap pola dikelompokkan ke dalam masing-masing siklus kehidupan dengan mengikuti kriteria berikut :

**Tabel 3. 1**

**Kategori Tahapan Siklus Hidup**

<b>No.</b>	<b>Tahap Siklus Hidup</b>	<b>Sales Growth</b>
1	<i>Start-up</i>	>50%
2	<i>Growth</i>	10-50%
3	<i>Mature</i>	1-10%
4	<i>Stagnant</i>	<1%

Setelah diperoleh jumlah perusahaan yang dapat diklasifikasikan pada tahap *Start-up*, *growth*, *mature*, dan *stagnant*, sampel penelitian pada tahap-tahap tersebut dikelompokkan dalam satuan tahun perusahaan.

### 3.2.1.2 Variabel Terikat/Dependen Variabel (Y)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel Dependen adalah :

“Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel

terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”

Dalam penelitian ini variabel Dependen yang diteliti adalah  
Manajemen Laba (Y).

Menurut Sugir dalam Agus (2007:10-11;dalam Malia;2010:18)

bahwa:

“Manajemen laba (*earnings management*) kedalam dua kategori yaitu definisi sempit dan definisi luas.

(1) Definisi Sempit

Manajemen laba (*earnings management*) dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Manajemen laba dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajemen untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya *earnings*.

(2) Definisi Luas

*Earnings management* merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomi jangka panjang unit tersebut.”

Menurut Fischer dan Rozenzweig dalam Sulistyanto (2008:49) bahwa :

*“Earnings management is a actions of a manager which serve to increase (decrease) current reported earnings of the unit which the manager is responsible without generating a corresponding increase (decrease) in long-term economic profitability of the unit (Manajemen laba adalah tindakan-tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang).”*

Pengukuran Manajemen Laba ini biasanya diprosikan dengan *discretionary accrual*, model yang digunakan untuk mendeteksi *earnings*

*management* berdasar akrual. Total akrual terdiri dari *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals*, sebagian besar model manajemen laba mengukur atau memproksikan aktivitas rekayasa ini dengan menggunakan komponen *discretionary accruals*. Pengukuran *earnings management* yaitu dengan menggunakan model *The Healy Model* yakni membandingkan rata-rata total akrual melalui variabel *earnings management*.

Secara empiris nilai *discretionary accruals* bisa nol, positif, atau negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan selalu melakukan manajemen laba dalam mencatat dan menyusun informasi keuangannya. Nilai nol menunjukkan manajemen laba dilakukan dengan pola perataan laba (*income smoothing*), sedangkan nilai positif menunjukkan bahwa manajemen laba dilakukan dengan pola penaikkan laba (*income increasing*) dan nilai negatif menunjukkan manajemen laba dengan pola penurunan laba (*income decreasing*).

### **3.2.2 Operasionalisasi Variabel**

#### **3.2.2.1 Pengertian Operasionalisasi Variabel**

Menurut Sugiyono (2012:31) menyatakan bahwa operasionalisasi variabel adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksud untuk menentukan

skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan secara benar.

Sesuai dengan judul skripsi yang dipilih yaitu, “Pengaruh Kesempatan Bertumbuh dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba” terdapat tiga variabel yaitu :

1. Kesempatan Bertumbuh sebagai Variabel Independen ( $X_1$ )
2. Siklus Hidup Perusahaan sebagai Variabel Independen ( $X_2$ )
3. Manajemen Laba sebagai Variabel Dependen (Y)

Maka operasionalisasi atas variabel independen dan dependen dapat dijelaskan dengan uraian dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**

**Operasionalisasi Variabel Independen**

**Kesempatan Bertumbuh ( $X_1$ )**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kesempatan Bertumbuh ( $X_1$ )	Tingkat pertumbuhan yang tinggi dan pesat yang ditandai dengan tingginya tingkat set kesempatan investasi ( <i>investment opportunity set</i> , dalam tulisan ini akan disebut sebagai IOS), akan tercermin dalam tingginya tingkat profitabilitas perusahaan. IOS merupakan variabel yang tidak dapat diobservasi, oleh karena itu diperlukan proksi.	- Proksi Berbasis Harga	$a. MVA/BVA = \frac{\text{Jumlah Aset} - \text{Jumlah Ekuitas} + (\text{Saham Beredar} \times \text{Harga Penutup Saham})}{\text{Jumlah Aset}}$ <p><b>Julianto dan Lilis (2003:429)</b></p>	Rasio

	<p>Proksi berbasis harga mendasarkan pada perbedaan antara aset dan nilai perusahaan, oleh karena itu proksi ini sangat tergantung pada harga saham</p> <p>Proksi berbasis pada investasi menunjukkan tingkat aktivitas investasi yang tinggi secara positif berhubungan dengan IOS perusahaan</p> <p>Perusahaan dengan IOS yang tinggi juga akan mempunyai tingkat investasi yang sama tinggi</p> <p style="text-align: center;"><b>Julianto dan Lilis (2003)</b></p>			
--	--	--	--	--

Tabel 3. 3

## Operasionalisasi Variabel Independen

Siklus Hidup Perusahaan ( $X_2$ )

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Siklus Hidup Perusahaan ( $X_2$ )	<p>Perusahaan yang berada pada tahap <i>growth</i> secara umum menunjukkan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan pada tahap-tahap yang lainnya. Biasanya perusahaan yang berada pada tahap <i>growth</i> umurnya masih relatif muda.</p> <p>Perusahaan yang berada</p>	- Persentase pertumbuhan penjualan (SG)	$SG_t = \frac{SALES_t - SALES_{t-1}}{SALES_{t-1}} \times 100$ <p>Keterangan : <math>SG_t = sales\ growth</math></p>	Rasio

	<p>pada tahap <i>mature</i> secara umum menunjukkan pertumbuhan penjualan pada tingkat medium. Perusahaan yang berada pada tahap <i>mature</i> umumnya berada di tengah di antara umur perusahaan yang berada pada tahap <i>growth</i> dan <i>stagnant</i>.</p> <p>Sedangkan perusahaan yang berada pada tahap <i>stagnant</i> secara umum menunjukkan pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan yang berada pada tahap <i>growth</i> dan <i>mature</i>. Perusahaan yang berada pada tahap <i>stagnant</i> umurnya relatif lebih tua dibandingkan perusahaan yang <i>growth</i> dan perusahaan yang <i>mature</i>.</p> <p style="text-align: center;"><b>Hastuti (2011)</b></p>		<p>(pertumbuhan penjualan)</p> <p><math>SALES_t</math> = penjualan bersih pada tahun t</p> <p><math>SALES_{t-1}</math> = penjualan bersih pada tahun t-1</p> <p style="text-align: center;"><b>Hastuti (2011)</b></p>	
--	--	--	---	--

**Tabel 3. 4**  
**Operasionalisasi Variabel Dependen**  
**Manajemen Laba (Y)**

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Manajemen Laba (Y)	<p><i>Discretionary Accrual</i> merupakan komponen akrual hasil rekayasa manajerial dengan memanfaatkan kebebasan dan keleluasaan dalam estimasi dan pemakaian standar akuntansi. Metode <i>discretionary accrual</i> yang dipakai manajer perusahaan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya. Misalnya kebebasan menentukan estimasi dan memilih metode depresiasi aktiva tetap, menentukan estimasi presentase jumlah</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Total Akrual</li> <li>- <i>NonDiscretionary Accrual</i></li> <li>- <i>Discretionary Accrual</i></li> </ul>	<p><math>TAC = Net\ Income - Cash\ Flows\ from\ operations</math></p> $NDA_t = \sum TA_t / T$ <p>DA = TAC – NDA</p> <p>Ket :  TAC = Total Akrual  NI = <i>Net Income</i>  CFO = <i>Cash Flow From Operations</i>  DA = <i>Discretionary Accruals</i>  NDA = <i>NonDiscretionary Accruals</i>  TA = Total Aktiva</p> <p style="text-align: center;"><b>Sulistyanto (2008:219)</b></p>	Rasio

	piutang tak tertagih, serta memilih metode penentuan jumlah persediaan  <b>Sulistyanto          (2008:164)</b>			
--	--	--	--	--

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Dalam penelitian ini, populasi penelitiannya adalah obyek yang berhubungan dengan Kesempatan Bertumbuh, Siklus Hidup Perusahaan, dan

Manajemen Laba. Unit penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan. Perusahaan yang menjadi unit penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2016. Peneliti melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan dalam situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Dengan demikian berikut ini merupakan populasi penelitian yaitu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2016, sebagai berikut:

**Tabel 3. 5**  
**Daftar Populasi**

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	AISA	TigaPilar Sejahtera Food (Persero) Tbk
2	ALTO	Tri Banyan Tirta (Persero) Tbk
3	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia (Persero) Tbk
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
6	DLTA	Delta Djakarta (Persero) Tbk
7	HOKI	Buyung Poetra Sembada (Persero) Tbk
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur (Persero) Tbk
9	INDF	Indofood Sukses Makmur (Persero) Tbk
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia (Persero) Tbk
11	MYOR	Mayora Indah (Persero) Tbk
12	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk

13	PSDN	Prashida Aneka Niaga (Persero) Tbk
14	ROTI	Nippon Indosari Corporindo (Persero) Tbk
15	SKBM	Sekar Bumi (Persero) Tbk
16	SKLT	Sekar Laut (Persero) Tbk
17	STTP	Siantar Top Tbk
18	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company (Persero) Tbk
19	GGRM	Gudang Garam (Persero) Tbk
20	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna (Persero) Tbk
21	RMBA	Bentoel International Investama (Persero) Tbk
22	WIIM	Wismilak Inti Makmur (Persero) Tbk
23	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk.
24	INAF	Indofarma (Persero) Tbk
25	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk
26	KLBF	Kalbe Farma Tbk
27	MERK	Merck Indonesia Tbk
28	PYFA	Pyridam Farma Tbk
29	SCPI	Merck Shar Dohme Pharma Tbk
30	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
31	SQBB	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk
32	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk
33	ADES	Akasha Wira International (Persero)
34	KINO	Kino Indonesia (Persero) Tbk
35	MBTO	Martina Berto (Persero) Tbk

36	MRAT	Mustika Ratu (Persero) Tbk
37	TCID	Mandom Indonesia (Persero) Tbk
38	UNVR	Unilever Indonesia (Persero) Tbk
39	CINT	Chitose Internasional (Persero) Tbk
40	KICI	Kedaung Indag Can (Persero) Tbk
41	LMPI	Langgeng Makmur Industry (Persero) Tbk
42	WOOD	Integra Indocabinet (Persero) Tbk

### 3.3.2 Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Menurut Sugiyono (2016:82) terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan, yaitu *Probability Sampling* dan *NonProbability Sampling*.

“1. *Probability Sampling*

*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simplerandom sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah)*.

2. *Non Probability Sampling*

*Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *snowball*.”

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah teknik *NonProbability Sampling* dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Metode *Purposive Sampling* dilakukan dengan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2016:85) Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Kendati demikian, pemilihan sampel dalam penelitian ini yakni berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dikelompokkan menjadi suatu beberapa kriteria dalam pemilihan sampel. Alasan pemilihan sampel berdasarkan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan ketentuan penulis yang telah ditentukan.

Berikut merupakan kriteria-kriteria perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2013-2016. Menurut teknik *purposive sampling* yang terpilih untuk dijadikan sampel penelitian adalah:

1. Mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara konsisten dari tahun 2013 sampai dengan 2016
2. Perusahaan tersebut memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

### 3.3.3 Sampel

Sugiyono (2016:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili).

**Tabel 3. 6**

#### **Pemilihan Sampel**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016	<b>42</b>
<b>Kriteria I :</b> Yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara konsisten dari tahun 2013 sampai dengan 2016	<b>(8)</b>
<b>Kriteria II :</b> Yang tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.	<b>(16)</b>
<b>Jumlah Sampel Yang Digunakan</b>	<b>18</b>

Setelah dilakukan kriteria pemilihan sampel, maka berikut ini nama-nama perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016 yang terpilih dan memenuhi kriteria-kriteria tersebut untuk dijadikan sampel penelitian:

**Tabel 3. 7**

**Daftar Sampel Penelitian**

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Alamat
1	AISA	TigaPilar Sejahtera Food (Persero) Tbk	Gd. Plaza Mutiara Lt. 16 Suite 1601, Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung Kav. E.1.2 No. 1&2 Kawasan Mega Kuningan, Kel. Kuningan Timur, Kec. Setiabudi, Jakarta Selatan 12950
2	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur (Persero) Tbk	Jalan Raya Caringin No. 353, Padalarang, Bandung Barat, Jawa Barat 40553
3	INDF	Indofood Sukses Makmur (Persero) Tbk	Sudirman Plaza Indofood Tower Lantai 27, Jalan Jenderal Sudirman, Kavling 76-78 Jakarta

4	MLBI	Multi Bintang Indonesia (Persero) Tbk	Jl. Daan Mogot Km. 19, Batu Ceper, Tangerang 15122 Banten, Indonesia Banten
5	MYOR	Mayora Indah (Persero) Tbk	Gedung Mayora Jl. Tomang Raya 21-23 Jakarta Barat
6	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company (Persero) Tbk	Jl. Raya Cimareme 131, Padalarang Bandung 40552, Indonesia
7	WIIM	Wismilak Inti Makmur (Persero) Tbk	Jl Dr.Sutomo No.27 Surabaya, Indonesia
8	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk.	Jl Letjen T.B Simatupang No. 22-26 Jakarta 12430, Indonesia
9	INAF	Indofarma (Persero) Tbk	Jl Tambak No. 2 Kebon Manggis Jakarta 13150, Indonesia
10	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk	Jl Veteran No. 9 Jakarta 10110, Indonesia
11	KLBF	Kalbe Farma Tbk	Jl Letjen Suprato Kav. 4 Jakarta, Indonesia
12	MERK	Merck Indonesia Tbk	Jl Tahi Bonar Simatupang No. 8 Jakarta 13760,

			Indonesia
13	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk	Jl HR. Rasuna Said Kav. 3-4 Jakarta 12950, Indonesia
14	ADES	Akasha Wira International (Persero)	Jl. Letjen TB Simatupang Kav 88, Perk. Hijau Arkadia Tower C Lt. 15, Jakarta 12540
15	MBTO	Martina Berto (Persero) Tbk	Jl Pulokambing II No.1 Kawasan Industri Pulogadung, Jakarta, Indonesia 13930
16	TCID	Mandom Indonesia (Persero) Tbk	JL Irian, MM2100 Cibitung Industrial Estate, Blok PP, Jatiwangi, Cikarang Bar., Bekasi, Jawa Barat 17520
17	UNVR	Unilever Indonesia (Persero) Tbk	Jl. Jend. Gatot Subroto, Kav. 15, Jakarta 12930, Indonesia
18	KICI	Kedaung Indag Can (Persero) Tbk	Jl Raya Rungkut No.15-17, Tegalsari, Surabaya, Indonesia 60293

### **3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Sumber Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh atau dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber (melalui perantara). Menurut Sugiyono, (2014:131) data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Data sekunder berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip yang dipublikasikan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2016. Data tersebut melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013:193).

Penentuan teknik pengumpulan data dipengaruhi oleh jenis dan sumber data penelitian yang dibutuhkan. Adapun cara-cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Dalam memperoleh data sekunder penulis melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan landasan teoritis yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dilakukan dengan membaca, menelaah dan meneliti jurnal-jurnal, surat kabar, buku dan literatur-literatur lainnya yang berhubungan erat dengan topik penelitian.

2. Pengumpulan data sekunder

Dalam penelitian ini jenis data yang penulis gunakan adalah jenis data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil pengamatan laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang diarsipkan atau yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Menurut Sugiyono, (2014:131) data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan yang diperoleh melalui situs resmi BEI yaitu *Indonesia Stock Exchange* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### 3. Penelitian lainnya

Dalam perolehan data penulis mengambil melalui internet yaitu situs-situs website yang berhubungan dengan topik penelitian.

## **3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

### **3.5.1 Metode Analisis Data**

Untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang telah dirumuskan maka data yang dapat dikumpulkan atau diperoleh itu harus dianalisis. Analisis data dalam penelitian merupakan suatu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola kategori dan kesatuan uraian dasar. Untuk membuktikan kebenaran hipotesa, dalam arti apakah hipotesa diterima atau ditolak, maka dari data-data yang diperoleh itu dianalisa secara statistik.

Menurut Sugiyono (2015:147) mendefinisikan analisis data adalah sebagai berikut:

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden menstabilasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dari melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

#### **3.5.1.1 Statistik Deskriptif**

Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai

fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan mengenai indikator-indikator dalam variabel yang ada pada penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan analisis dan perhitungan pada laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang telah dipublikasikan pada situs Bursa Efek Indonesia dengan tujuan mendapatkan keakuratan informasi yang diinginkan.

Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud dengan statistika deskriptif adalah sebagai berikut :

”Statistika deskriptif adalah statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membentuk kesimpulan yang berlaku bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Dalam analisis ini dilakukan pembahasan Kesempatan Bertumbuh dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba.

Penelitian menggunakan statistik deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan perhitungan statistika, yaitu dengan penerapan SPSS (*Statistical Product and Services Solutions*) versi 20.0. Ukuran yang digunakan dalam deskriptif ini adalah pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2016.

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistic.

Menurut Ghozali (2011:160) mengemukakan bahwa

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal.”

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov*, menurut Singgih Santosa (2012:393) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymptotic Significanted*), yaitu:

- 1.) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2.) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Danang Sunyoto (2016:87) menjelaskan uji multikolinieritas sebagai berikut:

“Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen ( $X_{1,2,3,\dots,n}$ ) dimana akan diukur keeratan hubungan antarvariabel bebas tersebut melalui besaran koefisien kolerasi ( $r$ ).”

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen (Imam Ghozali, 2013:105). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Menurut Ghozali (2013:105) menyatakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. “Jika  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel

independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
3. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari: a) *tolerance value* dan lawannya b) *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:
  - *Tolerance value* < 0,10 atau  $VIF > 10$  : terjadi multikolinearitas.
  - *Tolerance value* > 0,10 atau  $VIF < 10$  : tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Danang Suryoto (2016:90) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

“Dalam persamaan regresi beranda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang

sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansinya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas”.

Menurut Imam Ghozali (2013:139) ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas, yaitu:

“Dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu  $Y$  adalah  $Y$  yang telah diprediksi, dan sumbu  $X$  adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah distudentized. Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu  $Y$  dan tidak mempunyai pola yang teratur”.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan kebijakan waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh error dari observasi tahun sebelumnya. Pada pengujian autokorelasi digunakan uji *Durbin-Watson*. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dan berikut nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh melalui hasil estimasi model regresi.

Untuk mengetahui apakah pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan *DW (Durbin Watson)*. Menurut Singgih Santoso (2001) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu:

- a. Nilai D-W di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.

- b. Nilai D-W di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- c. Nilai D-W di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

### 3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

- Y = Variabel Dependen
- a = Harga Konstanta
- $b_1$  = Koefisien Regresi pertama
- $b_2$  = Koefisien Regresi kedua
- $X_1$  = Variabel Independent pertama
- $X_2$  = Variabel Independen kedua

### 3.5.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel (independen dan dependen) dan ukuran

yang dipakai untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan korelasi tersebut. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *pearson correlation product moment*, untuk menguji hubungan asosiatif/hubungan bila datanya berbentuk interval atau rasio dan Penentuan koefisien Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  dengan variabel  $Y$  secara bersamaan, adapun rumus korelasi ganda menurut Sugiyono (2016:191) sebagai berikut:

$$R_{y X_1 X_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1 x_2}}{1 - r^2_{x_1 x_2}}}$$

Keterangan:

$R_{y X_1 X_2}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel  $Y$

$r_{yx^1}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dengan  $Y$

$r_{yx^2}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_2$  dengan  $Y$

$r_{X^1 X^2}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dengan  $X_2$

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, penulis menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016: 184) sebagai berikut:

**Tabel 3. 8**  
**Kategori Koefisien Korelasi**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

### 3.5.5 Uji Hipotesis

#### 3.5.5.1 Koefisien Determinasi

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel X terhadap Y. Menurut Gujarati (2012:172) untuk melihat besar pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \text{Zero Order} \times \beta \times 100\%$$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil mengindikasikan variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk dilakukannya prediksi terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2011:97). Adapun rumus koefisien determinasi secara simultan yaitu:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd : Koefisien determinasi

Zero Order : Koefisien korelasi

$\beta$  : Koefisien Beta

$R^2$  : Koefisien korelasi yang dikuadratkan.

### 3.5.5.2 Uji $t$ atau Uji Parsial (t-test)

Pengujian individual menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara simultan secara parsial dalam menerangkan variabel dependennya.

Uji  $t$  atau parsial ini untuk melihat hubungan :

- Pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Manajemen Laba
- Pengaruh Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Menurut Sugiyono (2016:184) uji signifikansi  $t$  dapat dilakukan dengan rumus statistik sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana :

$t$  : Nilai uji  $t$  yang dihitung

$r$  : Koefisien korelasi

$r^2$  : Koefisien determinasi

$n$  : Jumlah anggota sampel

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- a. Tolak  $H_0$  jika  $\alpha < 0,05$
- b. Terima  $H_0$  jika  $\alpha < 0,05$

### 3.5.5.3 Uji *F* atau Uji Simultan

Uji hipotesis berganda bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya.

Uji *f* atau simultan ini untuk melihat Pengaruh :

- Pengaruh Kesempatan Bertumbuh dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Pengujian *Fht* dapat dihitung dari formula sebagai berikut

(Ariefianto,2012:22) :

$$Fht = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

*R* : Koefisien korelasi ganda

*k* : Jumlah variabel independen

*n* : Jumlah anggota sampel

Kriteria Pengambilan Keputusan:

- a. *H<sub>0</sub>* ditolak jika *F* statistik < 0,05
- b. *H<sub>0</sub>* diterima jika *F* statistik > 0,05

### 3.5.6 Penetapan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ )

Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan berpengaruh atau tidaknya variabel-variabel independen yaitu Kesempatan Bertumbuh dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap variabel dependen yaitu Manajemen Laba secara parsial maupun simultan sebagai berikut:

$H_{a1} \neq 0$  : “Terdapat pengaruh Kesempatan Bertumbuh terhadap Manajemen Laba”

$H_{a2} \neq 0$  : “Terdapat pengaruh Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba”

$H_{a3} \neq 0$  : ”Terdapat pengaruh Kesempatan Bertumbuh dan Titik Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba”