

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan masalah yang menjadi perhatian dalam penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban atau solusi atas masalah yang akan dikaji, dianalisis, dan dibuktikan secara objektif.

Menurut Sugiyono (2017:41) Objek Penelitian dapat diartikan sebagai sasaran ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu mengenai hal objektif, valid dan reliable.

Adapun lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai strategi diversifikasi, ukuran perusahaan, *leverage* dan *Profitabilitas*. Objek penelitian ini akan dilaksanakan pada perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

3.1.2 Metode Penelitian

Penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran fakta yang diteliti dan metode pemecah masalah. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu metode yang tepat dan relevan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk memperoleh data untuk tujuan dan kegunaan tertentu.

Menurut Sugiyono (2017:5) mendefinisikan metode penelitian sebagai berikut:

“Metode penelitian merupakan suatu metode ilmiah untuk memperoleh data yang efektif yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan membuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan memprediksi suatu masalah”.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Dengan variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai fakat-fakta serta hubungan antara variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017:147) definisi metode deskriptif adalah sebagai berikut:

“Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum”.

Berdasarkan definisi diatas, maka metode deskriptif digunakan untuk menjawab strategi diversifikasi, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap *profitabilitas* pada rumusan masalah tersebut hanya mendeskriptifkan data tanpa membuat kesimpulan yang berlaku secara umum.

Menurut Sugiyono (2017, 08) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positiv, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan”.

Menurut Moch. Nazir (2011,91) definisi metode verifikatif adalah sebagai berikut:

“Metode verifikatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel melalui pengujian hipotesis melalui perhitungan statistik, sehingga diperoleh hasil bukti yang menunjukkan bahwa hipotesis ditolak atau diterima”.

Berdasarkan definisi di atas, maka pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi diversifikasi, ukuran perusahaan, *leverage* dan *profitabilitas* pada perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum dimulainya penelitian.

Menurut Sugiyono (2017, 38) definisi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

“Variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai orang, objek, atau aktivitas yang mempunyai variasi tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi tentangnya, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis variabel. Yaitu variabel bebas (variabel *independen*) dan variabel tetap (variabel *dependen*).

3.2.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017, 39) definisi variabel independen adalah sebagai berikut: variabel bebas (variabel *independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (variabel terikat).

Variabel independen yang diteliti adalah Strategi Diversifikasi (X1), Ukuran Perusahaan (X2), dan *Leverage* (X3).

1. Strategi Diversifikasi

(Itung & Lasdi, 2018, p. 71) menyatakan diversifikasi merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperluas usahanya dengan membuka beberapa unit bisnis atau anak perusahaan baru, baik memperluas usaha dengan membuka unit bisnis yang sama atau dengan unit bisnis yang berbeda dari usaha perusahaan.

Strategi diversifikasi menjadi pilihan yang bagus bagi perusahaan ketika perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat dan pertumbuhan pasar yang cepat.

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini adalah:

$$HHI = \frac{\sum_{i=t}^n Segsales^2}{(\sum_{i=t}^n Sales)^2}$$

Keterangan:

Segsales: penjualan masing-masing segmen

Sales: total penjualan

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar dapat dikatakan perusahaan ini juga besar. Perusahaan besar diyakini mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi dari pada perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam bentuk total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar perusahaannya.

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini adalah:

$$SIZE = LN (Total Aset)$$

3. Leverage

Leverage merupakan jumlah pembiayaan yang diperoleh melalui penggunaan pinjaman untuk mendukung manajemen perusahaan dalam meningkatkan produksi dan pendapatan. *Leverage* membantu menilai dan melihat kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban tetap, memahami sikap perusahaan terhadap kewajibannya kepada kreditur, menilai sejauh mana utang mempengaruhi manajemen aset. Hal ini dimungkinkan untuk melihat nilai aset perusahaan yang dibiayai oleh utang. *Leverage* membantu melihat dan ukur seberapa besar porsi modal yang digunakan perusahaan sebagai jaminan utang jangka panjang. Selain itu *leverage* memahami keseimbangan antara nilai aset seperti aset tetap dan modal, jumlah dana atau dana pinjaman yang jatuh tempo baru-baru ini dapat ditemukan. *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan tingkat penggunaan hutang untuk mendanai aset yang dimiliki oleh perusahaan (Wisnuwardhana dan Diyanty, 2015).

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini adalah :

$$Leverage = \frac{Total Liabilities}{Total Equity}$$

3.2.3 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017, 39) definisi variabel dependen adalah sebagai berikut:

“Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah *Profitabilitas*”.

Menurut (Kasmir, 2019, p. 198) Rasio *profitabilitas* merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.

Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur variabel ini adalah:

$$ROA = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

3.2.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk mendeskripsikan variabel penelitian sebagai konsep, dimensi, indikator, dan skala variabel yang terkait dengan penelitian sehingga alat statistik dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis dengan benar. Untuk menguji, variabel bebas (variabel bebas) dan variabel terikat (variabel terikat) perlu diubah menjadi indikator variabel terkait agar dapat diukur dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, tujuannya adalah untuk mendorong pemahaman dan menghindari perbedaan konseptual dalam penelitian ini. Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel (X1): Strategi Diversifikasi

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Strategi Diversifikasi	Menurut (Darmawan et al., 2021, p. 117) Diversifikasi merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperluas usahanya dengan membuka beberapa unit bisnis atau anak perusahaan baik dalam lini bisnis yang sama dengan yang sudah ada maupun dalam unit bisnis yang berbeda dengan bisnis inti perusahaan.	Indeks <i>Herfindahl</i> dalam mengukur variabel independen level diversifikasi (DIVER) dari jumlah penjualan/pendapatan segmen usaha perusahaan dari segi produk dan operasi, indeks dihitung dari jumlah kuadrat penjualan masing-masing segmen dibagi dengan kuadrat total penjualan perusahaan,	Rasio

Tabel 3.2
Operasional Variabel (X2): Ukuran Perusahaan

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Ukuran Perusahaan	Menurut Hartono (2012:14) Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset atau besar harta	$SIZE = LN (Total Aset)$	Rasio

	perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset.		
--	---	--	--

Tabel 3.3

Operasional Variabel (X3): Leverage

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Leverage</i>	Menurut (Hery, 2016, p. 162) Rasio Solvabilitas atau rasio <i>leverage</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang.	$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$	Rasio

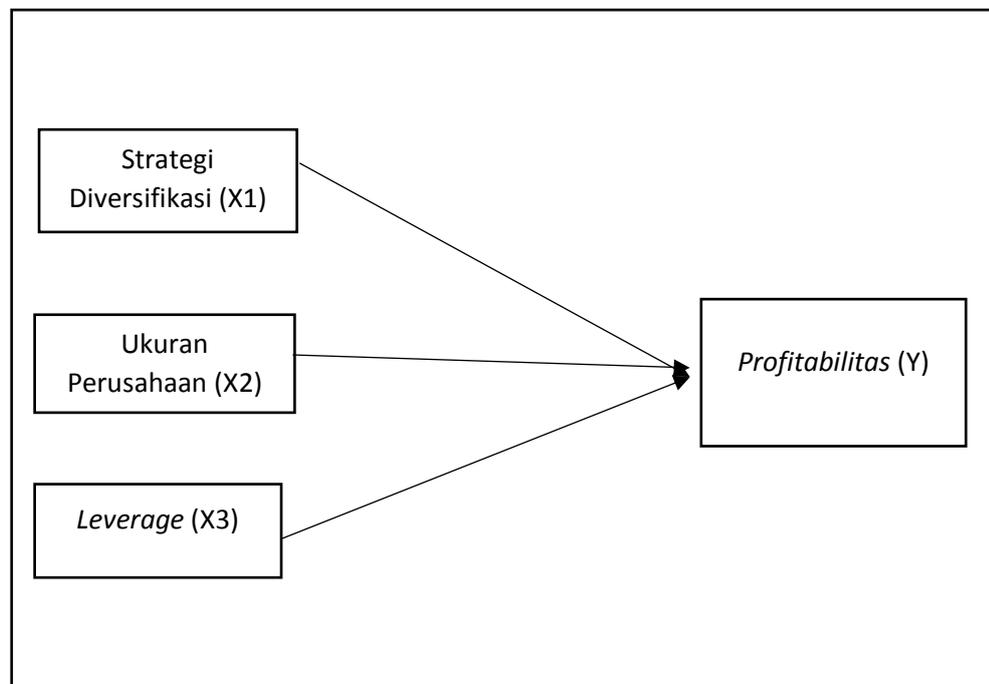
Tabel 3.4

Operasional Variabel (Y): Profitabilitas

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Profitabilitas</i>	Menurut (Kasmir, 2019, p. 198) Rasio <i>profitabilitas</i> merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.	$\text{ROA} = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Total Assets}}$	Rasio

3.2.5 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari fenomena-fenomena yang sedang terjadi dan akan diteliti. Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul yang dikemukakan, oleh penulis yaitu “Strategi Diversifikasi, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap *Profitabilitas*”. Maka untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen penulis memberikan model penelitian yang dinyatakan sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Model Penelitian

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017, 80) definisi populasi adalah sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Jumlah populasi adalah sebanyak 55 perusahaan dan tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

Tabel 3.5

Populasi Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2021
1.	ABMM	ABM Investama Tbk
2.	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
3.	AMIN	Ateliers Mecaniques D Indonesia
4.	APII	Arita Prima Indonesia Tbk
5.	ARKA	Arkha Jayanti Persada Tbk
6.	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
7.	ASGR	Astra Graphia Tbk
8.	ASII	Astra International Tbk
9.	BHIT	MNC Investama Tbk
10.	BINO	Perma Plasindo Tbk
11.	BLUE	Berkah Prima Perkasa Tbk
12.	BMTR	Global Mediacom Tbk

No.	Kode Perusahaan	Nama perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2021
13.	BNBR	Bakrie & Brothers Tbk
14.	CAKK	Cahayaputra Asa Keramik Tbk
15.	CCSI	Communication Cable Systems In
16.	CTTH	Citatah Tbk
17.	DYAN	Dyandra Media International Tbk
18.	GPSO	Geoprima Solusi Tbk
19.	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk
20.	HOPE	Harapan Duta Pertiwi Tbk
21.	ICON	Island Concepts Indonesia Tbk
22.	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk
23.	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk
24.	INDX	Tanah Laut Tbk
25.	INTA	Intraco Penta Tbk
26.	JECC	Jembo Cable Company Tbk
27.	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk
28.	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk
29.	KBLM	Kabelindo Murni Tbk
30.	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk
31.	KOBX	Kobexindo Tractors Tbk
32.	KOIN	Kokoh Inti Arebama Tbk
33.	KONI	Perdana Bangun Pusaka Tbk
34.	KPAL	Steadfast Marine Tbk
35.	KRAH	Grand Kartech Tbk
36.	KUAS	Ace Oldfields Tbk
37.	LABA	Ladangbaja Murni Tbk
38.	LION	Lion Metal Works Tbk
39.	MARK	Modern Internasional Tbk
40.	MDRN	Modern Internasional Tbk
41.	MFMI	Multifiling Mitra Indonesia Tbk
42.	MLIA	Mulia Industrindo Tbk
43.	MLPL	Multipolar Tbk
44.	NTBK	Nusatama Berkah Tbk
45.	SCCO	Supreme Cable Manufacturing & Commerce
46.	SINI	Singaraja Putra Tbk
47.	SKRN	Superkrane Mitra Utama Tbk
48.	SOSS	Shield On Service Tbk
49.	SPTO	Surya Pertiwi Tbk
50.	TIRA	Tira Austenite Tbk
51.	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk
52.	TRIL	Triwira Insanlestari Tbk
53.	UNTR	United Tractors Tbk
54.	VOKS	Voksel Electric Tbk

No.	Kode Perusahaan	Nama perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2021
55.	ZBRA	Dosni Roha Indonesia Tbk

3.3.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017, 81) definisi teknik *sampling* adalah sebagai berikut:

“Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan”.

Menurut Sugiyono (2017, 82), terdapat dua teknik *sampling* yang dapat digunakan yaitu:

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, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster)*.
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*.

Penelitian ini, penulis menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih tepatnya menggunakan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2017, 85) definisi *purposive* sampling adalah sebagai berikut: *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Alasan penggunaan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria penulis. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak *delisting* atau IPO selama periode 2017-2021.

3.3.3 Sampel

Menurut Sugiyono (2017, 81) definisi sampel adalah sebagai berikut:

“Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristiknya. Pengukuran sampel merupakan langkah penentuan besar kecilnya sampel yang diambil pada saat mempelajari suatu benda. Penentuan besar sampel dapat dilakukan melalui statistik atau berdasarkan perkiraan penelitian. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa untuk mendapatkan sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau menggambarkan situasi populasi yang sebenarnya, dengan kata lain harus representatif”.

Tabel 3.6

Tahap Pemilihan Sampel

Kriteria Sampel Penelitian	Jumlah
Perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.	55
Pengurangan Sampel kriteria 1: Perusahaan Manufaktur sektor industri yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap setiap tahun selama periode 2017-2021	(17)
Pengurangan Sampel kriteria 2: Perusahaan Manufaktur sektor industri yang tidak memakai mata uang rupiah selama 2017-2021.	(14)

Pengurangan Sampel kriteria 3: Memiliki data yang tidak lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(5)
Jumlah data yang diteliti (19 perusahaan X 5 tahun)	95

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 (Sembilan puluh lima) perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun daftar nama perusahaan yang menjadi sampel dapat dilihat pada tabel 3.7.

Tabel 3.7

Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama perusahaan manufaktur sektor industr yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2021
1.	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
2.	APII	Arita Prima Indonesia Tbk
3.	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
4.	ASGR	Astra Graphia Tbk
5.	BMTR	Global Mediacom Tbk
6.	ICON	Island Concepts Indonesia Tbk
7.	INDX	Tanah Laut Tbk
8.	JECC	Jembo Cable Company Tbk
9.	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk
10.	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk
11.	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk
12.	KOIN	Kokoh Inti Arebama Tbk
13.	LION	Lion Metal Works Tbk
14.	MLPL	Multipolar Tbk
15.	SCCO	Supreme Cable Manufacturing & Commerce
16.	SPTO	Surya Pertiwi Tbk
17.	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk
18.	UNTR	United Tractors Tbk
19.	ZBRA	Dosni Roha Indonesia Tbk

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017, 39) sumber data terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Sumber primer.
Data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data.
2. Sumber sekunder.
Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data diperoleh dari *annual report* perusahaan manufaktur sektor industri periode 2017-2021 pada website Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis menggunakan sumber data sekunder sebagai sumber pengumpulan data untuk melakukan penelitian. Karena sumber data yang digunakan adalah data sekunder, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik data sekunder.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang dapat diperoleh melalui website Bursa Efek Indonesia dan website resmi perusahaan. Data-data yang diperoleh selama penelitian akan diolah, dianalisis, dan diproses dengan teori-teori yang telah dipelajari, sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Dari gambaran objek tersebut, dapat ditarik kesimpulan mengenai masalah yang diteliti.

3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.5.1 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017, 147) definisi analisis data adalah sebagai berikut:

“Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah mengumpulkan data dari semua responden. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyediakan data untuk setiap variabel penelitian, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan”.

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Analisis statistik digunakan untuk analisis teknis data dalam penelitian kuantitatif. Analisis statistik adalah suatu metode pengolahan informasi data (informasi kuantitatif berkaitan dengan kuantitas, cara mencari, mengumpulkan, dan mengolah data dengan tujuan menyajikan data dalam bentuk yang sederhana dan mudah dipahami atau menjelaskan data yang diperoleh. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017, 206) definisi statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

“Statistik deskriptif adalah informasi statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan atau generalisasi yang luas”.

Penelitian ini dilakukan pembahasan mengenai strategi diversifikasi, ukuran perusahaan, *leverage* dan *profitabilitas*. Penelitian menggunakan statistik deskriptif yang terdiri dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, minimum, dan maksimum. Umumnya statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran

mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data. Tahapan yang dilakukan dalam menganalisis data adalah:

1. Strategi Diversifikasi
 - a. Menentukan jumlah segmen penjualan perusahaan
 - b. Menentukan total penjualan perusahaan
 - c. Menhitung besarnya strategi diversifikasi dengan menggunakan rumus *Herfindahl*
 - d. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk strategi diversifikasi
 - e. Menarik kesimpulan

Tabel 3.8

Kriteria Penilaian Strategi Diversifikasi

Interval	Kriteria
0.00-2.00	Sangat Banyak
2.01-4.00	Banyak
4.01-6.00	Cukup
6.01-8.00	Sedikit
8.01-10.00	Sangat Sedikit

2. Ukuran Perusahaan
 - a. Menentukan jumlah ukuran perusahaan pada setiap perusahaan sesuai dengan periode pengamatan
 - b. Menentukan nilai rata-rata sesuai dengan periode pengamatan
 - c. Menentukan jumlah kriteria yang terdiri dari 5 kriteria, yaitu sangat kurang, kurang, cukup, baik, dan sangat baik.
 - d. Menentukan jarak interval kelas yaitu dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum lalu dibagi 5.

- e. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk ukuran perusahaan
- f. Menarik kesimpulan atas hasil yang sudah diperoleh.

Tabel 3.9

Kriteria Penilaian Ukuran Perusahaan

Interval	Kriteria
1.65-7.15	Sangat Kecil
7.16-12.65	Kecil
12.66-18.15	Cukup
18.16-23.65	Besar
23.66-29.15	Sangat Besar

3. Leverage

- a. Menentukan *leverage* terbesar pada setiap perusahaan sesuai dengan periode pengamatan.
- b. Menentukan nilai rata-rata sesuai dengan periode pengamatan
- c. Menentukan jumlah kriteria yang terdiri dari 5 kriteria, yaitu sangat kurang, kurang, cukup, baik, dan sangat baik.
- d. Menentukan nilai maksimum dan minimum.
- e. Menentukan jarak interval kelas yaitu dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum lalu dibagi 5
- f. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk *leverage*
- g. Menarik kesimpulan atas hasil yang sudah diperoleh

Tabel 3.10

Kriteria Penilaian *Leverage*

Interval	Kriteria
-236.67-7.64	Sangat Rendah
7.65-251.95	Rendah

251.96-496.26	Cukup
496.27-740.57	Tinggi
740.58-984.88	Sangat Tinggi

4. *Profitabilitas*

- a. Menentukan *profitabilitas* terbesar pada setiap perusahaan sesuai dengan periode pengamatan.
- b. Menentukan nilai rata-rata sesuai dengan periode pengamatan
- c. Menentukan jumlah kriteria yang terdiri dari 5 kriteria, yaitu sangat kurang, kurang, cukup, baik, dan sangat baik.
- d. Menentukan nilai maksimum dan minimum.
- e. Menentukan jarak interval kelas yaitu dengan cara menghitung selisih nilai maksimum da minimum lalu dibagi 5
- f. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk *leverage*
- g. Menarik kesimpulan atas hasil yang sudah diperoleh

Tabel 3.11

Kriteria Penilaian *Profitabilitas*

Interval	Kriteria
-101.39-(-72.89)	Sangat Rendah
-72.90-(-44.39)	Rendah
-44.40-(-15.89)	Cukup
-15.90-12.61	Tinggi
12.62-41.11	Sangat Tinggi

3.5.3 Analisis Verifikatif

A. Rancangan Analisis

Rancangan analisis statistik adalah analisis yang digunakan untuk membahas data kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2017, 16) defnisi metode penelitian kuantitatif sebagai berikut:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivis, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, biasanya teknik pengambilan sampel secara acak, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Pengelolaan data dilakukan dengan menggunakan program microsoft excel dan *Statistic Program for Social Science* (SPSS). Kemudian hasil data tersebut selanjutnya diolah menggunakan analisis regresi linier berganda.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Penelitian Pratiwi (2019) menyebutkan uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas dan variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametik. Pengujian normalitas data menggunakan uji kolmogorovsmirnov *on sampel test*.

Singgih Santoso (2013, 393) menyatakan dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.

- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Danang Sunyoto (2016, 87) uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel ($X_{1,2,3,\dots,n}$) di mana akan di ukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r).

Menurut Singgih Santoso (2013, 34) menjelaskan tujuan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

“Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen”.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *variance inflation factor* (VIF) dan Tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka tolerance mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi Multikolinearitas. Menurut Imam Ghozali (2013, 105) untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam m. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan terhadap pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas.

Untuk menguji heteroskedastisitas, dapat digunakan pola gambar *scatterplot*. Adapun pedoman yang kita gunakan untuk memprediksi atau mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas tersebut dilakukan dengan cara melihat pola gambar *scatterplots*, dengan ketentuan: Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.

- a. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- b. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar lagi.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan salah satu uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda. Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara

observasi dengan data observasi sebelumnya. Salah satunya adalah dengan menggunakan uji *Run Test*. Terdapat dua dasar dalam pengambilan keputusan uji *run test*, yaitu:

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih kecil dari 0.05 maka terdapat gejala autokorelasi.
2. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0.05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi

C. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Pengaruh Strategi Diversifikasi, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap *Profitabilitas* diuji menggunakan model penelitian sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

D. Analisis Korelasi

Menurut Sugiyono (2017, 183) korelasi parsial digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis dua hubungan variabel apabila data kedua

variabel tersebut berbentuk interval atau rasio dan sumber kedua data tersebut sama. Analisis korelasi parsial digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara kedua variabel yang diuji. Dalam analisis regresi, analisis korelasi yang digunakan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *Pearson Product Moment* (r).

Pada dasarnya, nilai r yang didapatkan bervariasi dari -1 hingga $+1$, atau secara sistematis dapat dituliskan menjadi $-1 \leq r \leq +1$. Hasil dari perhitungan tersebut akan memberikan tiga pedoman, yaitu:

- a. Bila $r = 0$ atau mendekati 0 , maka korelasi antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y .
- b. Bila $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka korelasi antar kedua variabel dikatakan positif.
- c. Bila $r = -1$ atau mendekati -1 , maka korelasi antar kedua variabel dikatakan negatif.

Apabila r hitung berada dibawah r tabel atau r hitung $< r$ tabel, maka perlu diperhatikan pedoman yang dipaparkan seperti dibawah ini. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap besar kecil koefisien korelasi yang ditemukan, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut ini:

- a. Interval koefisien: $0,00 - 0,199$: Sangat Lemah
- b. Interval koefisien: $0,20 - 0,399$: Lemah
- c. Interval koefisien: $0,40 - 0,599$: Sedang
- d. Interval Koefisien: $0,60 - 0,799$: Kuat

- e. Interval koefisien: 0,80 – 1,000: Sangat Kuat

E. Uji F

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya terhadap variabel terikatnya atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan (Pratiwi, 2019).

Jika model signifikan maka model bisa digunakan untuk prediksi/peramalan, sebaliknya jika non/tidak signifikan maka model regresi tidak bisa digunakan untuk peramalan. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a. H_0 ditolak apabila nilai signifikansi probabilitas pada hasil output analisis SPSS untuk uji F berada di atas 0,05 ($> 0,05$). Artinya variabel bebas secara Bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b. H_0 diterima apabila nilai signifikansi probabilitas pada hasil output analisis SPSS untuk uji F berada di bawah 0,05 ($< 0,05$). Artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

F. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti menunjukkan

bahwa kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas dan semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hal ini berarti semakin kuat kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen (Pratiwi, 2019).

Analisis koefisien determinasi, dilakukan pula analisis koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui apakah diantara dua variabel terdapat hubungan. Jika terdapat hubungan maka bagaimana arah hubungan tersebut untuk mengetahui ada tidaknya hubungan diantara dua variabel maka digunakan tingkat signifikan sebesar 0,05. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima. Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui derajat atau tingkat keeratan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dari hasil perhitungan tersebut berlaku ketentuan, jika:

- a. Positif (+): Menunjukkan hubungan yang searah antara kedua variabel.
- b. Negatif (-): Menunjukkan hubungan yang berlawanan arah antara kedua variabel.

3.5.4 Uji Hipotesis

A. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial dimaksudkan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam uji T menggunakan derajat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat kesalahan α sebesar 5%. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis statistik SPSS.

Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a. H_0 ditolak apabila signifikan t hitung $> 0,05$ artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b. H_0 diterima apabila signifikan t hitung $< 0,05$ artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 \leq 0$: Strategi Diversifikasi tidak berpengaruh positif terhadap *Profitabilitas*.

$H_1 : \beta_1 > 0$): Strategi Diversifikasi berpengaruh positif terhadap *Profitabilitas*

$H_0 : \beta_2 \leq 0$: Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap *Profitabilitas*

$H_1 : \beta_2 > 0$: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Profitabilitas*

$H_0 : \beta_3 \leq 0$): *Leverage* tidak berpengaruh positif terhadap *Profitabilitas*

$H_1 : \beta_3 > 0$: *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Profitabilitas*