

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian pada dasarnya untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti, untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan suatu metode yang tepat dan relevan.

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2021:5)

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono 2021:14):

“Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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”.

Metode penelitian deskriptif sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2021a) sebagai berikut:

“Penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih.”

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran dari masing – masing objek penelitian yaitu Profitabilitas , *Leverage*, dan Nilai perusahaan.

Metode penelitian ini juga menggunakan metode verifikatif. Adapun definisi metode verifikatif menurut (Sugiyono, 2021:91) yang mengatakan bahwa :

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

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa metode deskriptif dan verifikatif merupakan metode yang bertujuan untuk menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. Pendekatan deskriptif dan verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hubungan antara variabel independent dan dependen.

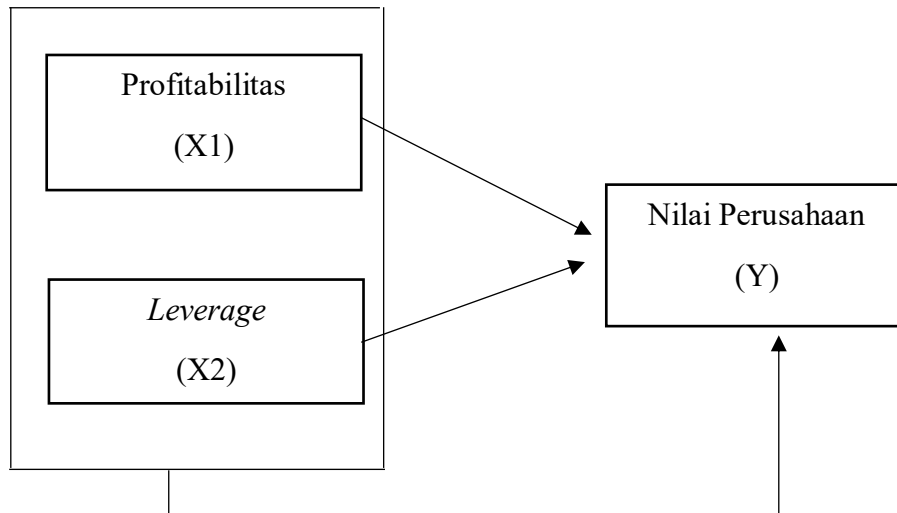
3.2 Objek Penelitian dan Unit Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek Penelitian merupakan suatu penelitian seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2021:67) Objek dalam penelitian ini adalah Profitabilitas, Leverage, dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

3.2.2 Model Penelitian

Pada sebuah penelitian, model penelitian merupakan abstraksi dari permasalahan atau fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini sesuai dengan judul skripsi yang diteliti penulis yaitu “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.” Maka model penelitian yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Model Penelitian

Variabel penelitian ini harus didefinisikan dengan jelas supaya tidak menimbulkan makna yang ganda. Definisi variabel ini memberikan batasan sejauh mana penelitian ini akan dilakukan. Sedangkan operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang akan diteliti ke dalam bentuk variabel, sehingga peneliti dapat menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terikat.

3.2.2 Unit Penelitian

Penelitian ini, yang menjadi unit penelitian adalah perusahaan. Perusahaan yang dimaksud adalah Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

3.3 Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian

3.3.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai objek, karakteristik, atribut atau nilai seseorang atau kegiatan yang memiliki variasi yang berbeda dari satu kelompok ke kelompok lain, yang ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan penelitian dan penarikan kesimpulan.

Menurut (Sugiyono, 2021:68) mendefinisikan variabel penelitian sebagai berikut :

“Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “ Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan”, maka penulis mengelompokan variabel dalam 2 (dua) variable yaitu variabel bebas (independent variabel) dan variabel terikat (dependen variabel). Seperti sebagai berikut:

3.3.1.1 Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas bersifat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas. Variabel ini memiliki nilai yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Menurut (Sugiyono 2021):

“Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel bebas (X) yaitu Profitabilitas (X_1) dan *Leverage* (X_2). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

1. Profitabilitas (X_1)

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang

dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Pada dasarnya penggunaan rasio ini yakni menunjukkan tingkat efisiensi suatu perusahaan (Kasmir, 2016:196)

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah indikator menurut rasio profitabilitas dengan menggunakan rasio *Return On Equity (ROE)*.

2. *Leverage (X₂)*

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai utang (Kasmir, 2016:153-154)

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah indikator menurut rasio *Leverage* dengan menggunakan ratio *Debt to equity ratio (DER)*

3.3.1.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen merupakan variabel output, kinerja, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2021:39).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah nilai perusahaan. adapun pengertian dari nilai perusahaan Menurut Irham (Fahmi, 2015:83) adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham.”

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu indikator *Price Book Value* Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung ratio nilai pasar atau nilai buku (PBV) menurut adalah sebagai berikut:

Price Book Value menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book Value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

3.3.1.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, operasionalisasi variabel dimaksudkan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel.

Sesuai dengan judul yang dipilih, maka dalam penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu: Profitabilitas, Leverage, dan nilai perusahaan. Berikut adalah operasionalisasi variabel yang dapat dilihat pada tabel.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Profitabilitas (X ₁)	Rasio profitabilitas memberikan ukuran kemampuan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. (Kasmir, 2016:115)	$= \frac{\text{Return on Equity Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$ (Kasmir, 2016:115)	Rasio
<i>Leverage</i> (X ₂)	<i>leverage</i> adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana aktiva perusahaan	$DER = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$	Rasio

	dibiayai dengan utang (Kasmir, 2016:153-154)	(Kasmir, 2016:153-154)	
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membelisaham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham. (Fahmi, 2015:83)	$\frac{\text{Price to Book Value}}{\text{Market Price Per Share}} = \frac{\text{Book Price Per Share}}{\text{Book Price Per Share}}$ <p>(Fahmi, 2015:83)</p>	Rasio

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2021:80) populasi adalah:

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

Berdasarkan definisi di atas, populasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 21 Perusahaan Sub Sektor media & *Entertainment* dan tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

Berikut ini adalah daftar Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Tabel 3. 2
Populasi Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ABBA	Mahaka Media Tbk.
2	BLTZ	Graha Layar Prima Tbk.
3	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.
4	FILM	MD Pictures Tbk.
5	FORU	Fortune Indonesia Tbk.
6	JTPE	Jasuindo Tiga Perkasa Tbk.
7	KBLV	First Media Tbk.
8	LINK	Link Net Tbk.
9	LPLI	Star Pacific Tbk.
10	MARI	Mahaka Radio Integra Tbk.
11	MDIA	Intermedia Capital Tbk.
12	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
13	MSIN	MNC Digital Entertainment Tbk.
14	MSKY	MNC Sky Vision Tbk.
15	SCMA	Surya Citra Media Tbk.
16	TMPO	Tempo Intimedia Tbk.
17	VIVA	Visi Media Asia Tbk.
18	IPTV	MNC Vision Network Tbk.
19	DMNX	Digital Mediatama Maxima Tbk.
20	DIGI	Arkadia Digital Media Tbk.
21	NETV	Net Visi Media Tbk.

3.4.2 Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2021:81) definisi dari teknik sampling adalah sebagai berikut:

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

Menurut (Sugiyono, 2021:84) bahwa:

“*Non probability* Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel .”

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *Purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2021:85) menjelaskan Teknik *Purposive sampling* adalah sebagai berikut:

“*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang diteliti adalah Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022
2. Perusahaan yang diteliti adalah Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022 dan *delisting* pada periode tersebut.

Tabel 3. 3
Hasil Pemilihan Sampel Penelitian Berdasarkan Kriteria
Pada Perusahaan Media & Entertainment Tahun 2018 - 2022

No	Keterangan	Jumlah
	Populasi : Perusahaan Media & <i>Entertainment</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022	21
1.	Dikurangi Kriteria: Perusahaan Media & <i>Entertainment</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022 yang mengalami <i>delisting</i> pada periode tersebut.	(7)
2.	Dikurangi Kriteria: Perusahaan Media & <i>Entertainment</i> yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022	(3)
	Jumlah Perusahaan yang terpilih menjadi sampel	11
	Jumlah data Observasi (unit penelitian x 5 tahun)	55

3.4.3 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2021:81) menjelaskan bahwa sampel adalah:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betulbetul representatif (mewakili).”

Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih sebagai sampel adalah Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018—2022 dan memiliki kriteria yang mendukung dan membantu penelitian. Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terpilih dan memenuhi kriteria adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ABBA	Mahaka Media Tbk.
2	FILM	MD Pictures Tbk.
3	FORU	Fortune Indonesia Tbk.
4	MARI	Mahaka Radio Integra Tbk.
5	MDIA	Intermedia Capital Tbk.
6	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
7	MSIN	MNC Digital Entertainment Tbk.
8	MSKY	MNC Sky Vision Tbk.
9	SCMA	Surya Citra Media Tbk
10	TMPO	Tempo Intimedia Tbk.
11	VIVA	Visi Media Tbk.

Sampel yang digunakan oleh penulis yaitu sebanyak 4 Perusahaan Sub Sektor Media & *Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, laporan historis yang telah tersusun dalam laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari situs internet yaitu www.idx.co.id , <http://emiten.kontan.co.id> dan www.shamok.com pada periode pengamatan 2018-2022

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat penting dalam penelitian untuk mengumpulkan data dan memperoleh informasi tentang masalah yang diteliti, sehingga permasalahan yang timbul yang dapat teratasi.

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2021:224) mendefinisikan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

“Pengumpulan data adalah merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan”.

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode studi pustaka dan dokumentasi.

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan atau data yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Metode ini dapat dilakukan dengan cara mengkaji, meneliti, dan menganalisis berbagai literatur seperti buku, jurnal, dan berbagai sumber tulis lainnya yang berkaitan dengan pokok bahasan yang dipelajari.
2. Riset Internet (*Online Research*) Penulis memperoleh berbagai data dan informasi tambahan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data dan informasi tersebut dapat diperoleh dari situs atau website yang berhubungan dengan penelitian. Seperti situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) (<https://www.idx.co.id/id>).

3.6 Metode Analisis Data

Menurut(Sugiyono, 2021:147) analisis data adalah:

“Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Analisis data adalah penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah diinterpretasikan. Data yang terhimpun dari hasil penelitian akan penulis bandingkan antara data yang ada di lapangan dengan data kepustakaan, kemudian

dilakukan analisis untuk menarik kesimpulan. Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan hubungan antara variabel-variabel. Analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2021:147) analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

“Analisis deskriptif merupakan Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah menggunakan analisis deskriptif. Adanya analisis deskriptif dapat membantu peneliti dalam menganalisis ratio-ratio untuk mencari nilai atau angka-angka dari variabel X (Profitabilitas dan *Leverage*) dan variabel Y (Nilai Perusahaan).

Analisis statistik deskriptif yang digunakan adalah nilai maksimum, nilai minimum dan mean (nilai rata-rata). Sedangkan untuk menentukan kategori penilaian setiap nilai rata-rata perubahan pada variabel penelitian, maka dibuat tabel distribusi. Adapun rumus dari mean adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan:

- \bar{X} = Mean
- $\sum Xi$ = Jumlah nilai Xi sampai ke n
- n = Jumlah sampel atau banyak data

Berikut akan dijelaskan kriteria penilaian untuk tiap-tiap variabel, diantaranya:

1. Profitabilitas

- a. Menentukan laba setelah pajak (*earnings after tax*) perusahaan, data ini diperoleh dari laporan laba rugi
- b. Menentukan total ekuitas (*total equity*) perusahaan, data ini diperoleh dari laporan keuangan/ neraca.
- c. Menentukan profitabilitas dengan rumus *Return on Equity* (ROE) yaitu dengan cara membagi laba setelah pajak dengan total aset
- d. Menentukan kriteria profitabilitas

Tabel 3. 5
Kriteria Penilaian Profitabilitas

Interval	Kriteria
<15%	Sangat rendah
15% - 29,99%	Rendah
30% - 44,99%	Sedang
45% - 59%	Tinggi
>60%	Sangat tinggi

Sumber: (Kasmir, 2016)

- e. Menarik kesimpulan berdasarkan perhitungan yang diperoleh.

2. Leverage

- a. Menentukan total hutang yang diperoleh perusahaan, data diperoleh dari laporan posisi keuangan/neraca.
- b. Menentukan total ekuitas yang diperoleh perusahaan, data diperoleh dari laporan posisi keuangan/neraca
- c. Menentukan *debt equity ratio* dengan membagi total utang dengan ekuitas.
- d. Menentukan kriteria *Leverage*

Debt to Equity ratio untuk setiap perusahaan berbeda-beda, tergantung karakter bisnis dan keberagaman arus kasnya. Perusahaan dengan semakin tinggi *Debt to Equity ratio* (DER) maka akan menunjukkan kinerja yang kurang baik bagi perusahaan. Perusahaan secara ukuran umum harus berusaha DER bernilai rendah atau berada di bawah 200% atau 2:1 yang berarti berada dibawah 2 kali dari total hutang perusahaan dikatakan perusahaan mampu memenuhi semua kewajiban keuangannya serta berarti juga semakin tinggi pendanaan yang di berikan pemegang saham yang bisa menjamin para kreditur (Kasmir, 2008:164).

Tabel 3. 6
Kriteria Penilaian Kebijakan Hutang

Interval	Kriteria
0 – 1 kali	Sangat Rendah
1,1 – 2 kali	Rendah
2,1 – 3 kali	Sedang
3,1 – 4 kali	Tinggi
>4,1 kali	Sangat Tinggi

Sumber: (Kasmir, 2016)

e. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh.

3. Nilai Perusahaan

- a. Menentukan harga pasar per lembar saham perusahaan Media & *Entertainment* pada periode pengamatan.
- b. Menentukan nilai buku perusahaan pada periode pengamatan.
- c. Menentukan persentase price book value dengan membagi harga pasar per lembar saham dengan nilai buku perusahaan.
- d. Menghitung nilai perusahaan dengan rumus: $PBV = MPS / BPS$
- e. Menentukan kriteria penilaian perusahaan dengan PBV dibawah angka 1 biasanya dianggap sebagai saham yang harganya murah,

sedangkan bila rasio PBV diatas nilai 1 dapat dianggap sebagai saham yang beharga mahal

Tabel 3. 7
Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan

Interval	Kriteria
>1	Overvalue
<1	Undervalue

Sumber (Fahmi, 2015)

f. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh

3.6.2 Analisis Verifikatif

Menurut(Sugiyono, 2021a) analisis verifikatif yaitu:

“Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Analisis verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih.”

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

3.6.3 Analisis asumsi Klasik

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

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi

normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalitas bisa dilakukan dengan menggunakan *test of normality kolmogrov smirnov* dalam program SPSS. Menurut Santoso (2012: 293), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*asymtotic significance*), yaitu:

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

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode grafik normal probability plots dalam program SPSS, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau independen variabel ($X_1, 2, 3, \dots, n$) dimana akan di ukur keeratan hubungan antar

variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). (Sunyoto 2016:87)

Menurut Ghozali (2013:105) menyatakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas 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. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari 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 Faktor* (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”.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan 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 23 yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. (Sunyoto 2016:90)

Pengujian menggunakan dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:141). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y - \text{prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*.

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data time series atau data yang mempunyai seri waktu, misalnya data dari tahun 2000 s/d 2012".(Sunyoto 2016:97)

autokorelasi diukur menggunakan nilai Uji Durbin Watson (DW-Test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $0 < d < d_l$, maka keputusan ditolak atau tidak ada autokorelasi positif.
- 2) Jika $d_l = d = d_u$, maka tidak ada keputusan atau tidak ada autokorelasi positif
- 3) Jika $4 - d_l < d < 4$, maka keputusan ditolak atau tidak ada korelasi negative.
- 4) Jika $4 - d_u = d = 4 - d_l$, maka tidak ada keputusan atau tidak ada korelasi negative.
- 5) Jika $d_u < d < 4 - d_u$, maka keputusan ditolak atau tidak ada positif atau negative

3.6.4 Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2021:227) analisis regresi linear berganda adalah:

“Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Regresi ini digunakan untuk mengukur antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat.”

Pengertian analisis regresi linier berganda adalah Analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).

Rumus analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis-hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Koefisien konstanta
$\beta_1 \beta_2$	= Koefisien regresi
X1	= Profitabilitas
X2	= Leverage

b. Analisis Korelasi

Mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dihitung dengan koefisien korelasi. Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier) adalah korelasi *Pearson Product Moment* (r).

Menurut (Sugiyono, 2021a) Teknik korelasi adalah sebagai berikut:

“Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama”

Rumus korelasi *Pearson Product Moment* (r) adalah sebagai berikut:

$$\frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i (\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2] [n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2]}}$$

Keterangan:

Rxy	= Koefisien korelasi
X	= Variabel independen
Y	= Variabel dependen

n = Banyak sampel

Korelasi *Pearson Product Moment* (PPM) dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negative sempurna, $r = 0$ artinya ada korelasi, $r = 1$ berarti korelasi sangat kuat. Artinya r akan dikonsumsikan dengan tabel interpretasi r pada tabel berikut:

Tabel 3. 8
Pedoman dalam Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber (Sugiyono, 2021a)

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Koefisien determinasi menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel independen (lebih dari satu variabel bebas: $i = 1, 2, 3, 4, \text{ dst}$) secara bersama-sama.

Sementara itu R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Selanjutnya untuk melakukan proporsi atau persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2_{xy} 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefesien determinasi

r^2_{xy} = Koefisiensi Kuadrat Kolerasi agenda

3.6.6 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya.

Menurut (Sugiyono, 2021a) Hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti. Tahap-tahap dalam rancangan pengujian hipotesis ini dimulai dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), pemilihan tes statistik, perhitungan nilai statistik dan penetapan tingkat.

1. Penerapan Hipotesis

$H_{01}: (\beta_1 \leq 0)$ = Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{a1}: (\beta_1 > 0)$ = Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{02}: (\beta_2 \geq 0)$ = *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{a2}: (\beta_2 < 0)$ = *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2. Uji Signifikan

Sebelum pengujian dilakukan maka terlebih dahulu harus ditentukan taraf signifikasinya. Hal ini dilakukan untuk membuat suatu rencana penelitian agar diketahui batas-batas untuk menentukan pilihan antara hipotesis nol (H_0) dengan hipotesis alternative (H_a). Tingkat signifikan yang dipilih dalam penelitian ini adalah 0,05 (5%) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Angka ini dipilih karena cukup mewakili peranan antara kedua variabel dan merupakan suatu tingkat signifikan yang umum digunakan dalam penelitian di bidang ilmu sosial.

3. Uji (t-test)

Uji (t-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:178). Untuk pengujian (t-test) digunakan dengan rumus hipotesis sebagai berikut: Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji t. Rumus uji t adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Nilai uji

r = Koefisien korelasi

r = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Kriteria untuk penerimaan atau penolakan hipotesis nol (H_0) yang

digunakan adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima apabila t_{hitung} berbeda didaerah penerima H_0 ,dimana

$$t_{hitung} < t_{tabel} \text{ atau } -t_{tabel} \text{ atau } sig > a$$

- b. H_0 ditolak apabila berada di daerah penolakan H_0 , Dimana

$$t_{hitung} > t_{tabel} \text{ atau } -t_{hitung} < -t_{tabel} \text{ atau } sig < a$$

Apa bila H_0 diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya apabila H_0 ditolak, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2
Grafik Penerimaan dan Penolakan H_0 Pada Uji-t

4. Uji f

Imam Ghazali (2018:98) menyatakan bahwa uji hipotesis seperti ini dinamakan uji signifikan secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X_1, X_2 , dan X_3 . Menurut Sugiyono (2019:257) pengujian Uji f dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

F_h = Nilai Uji f

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Maka rancangan hipotesis berdasarkan uji simultan (Uji f) dalam penelitian ini adalah:

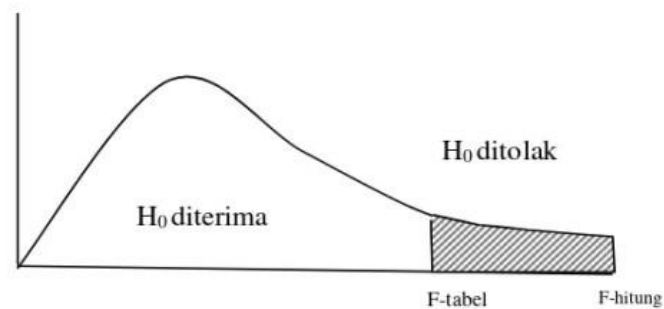
$H_0 : \beta_1\beta_2\beta_3 = 0$ Artinya Profitabilitas dan *Leverage* tidak terdapat yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_a : \beta_1\beta_2\beta_3 \neq 0$ Artinya Profitabilitas dan *Leverage* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Apabila H_0 diterima maka tidak berpengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dan apabila H_a ditolak maka variabel independen terhadap variabel dependen berpengaruh.

Pengujian dengan membandingkan F-hitung dengan F-tabel berdasarkan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $Sig > 0,05$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig < 0,05$



Gambar 3.3
Grafik Penerimaan dan Penolakan H_0 Pada Uji-F