

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan metode verifikatif, yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya, artinya penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data angka (*numeric*), dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2022, p. 2). Metode analisis deskriptif adalah pendekatan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpulkan secara akurat, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi (Sugiyono, 2022, p. 147).

Pendekatan verifikatif pada dasarnya bertujuan untuk menguji teori melalui pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan perhitungan statistik untuk menguji pengaruh variabel X1, X2 terhadap variabel Y yang sedang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan menilai apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak (Sugiyono, 2022, p. 21).

Metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk

menganalisis populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian. Analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik, dan tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022, p. 8).

Dalam penelitian ini, metode penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan kondisi *Product Market Competition*, Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan *Return Saham*. Dari informasi tersebut kemudian dapat dibuat analisis untuk menjadi masukan bagi emiten dan investor. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menjawab hipotesis ada atau tidaknya pengaruh pengungkapan *Product Market Competition*, dan Kinerja Keuangan terhadap *Return Saham* serta Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi. Dan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh pengungkapan *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan terhadap *Return Saham* serta Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi.

Pemilihan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif disebabkan oleh kebutuhan akan data dari objek yang diteliti, di mana data tersebut disajikan dalam bentuk angka yang merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran nilai masing-masing variabel.

### **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Definisi variabel dalam penelitian ini menjelaskan jenis-jenis variabel yang dapat diklasifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala variabel yang digunakan. Sementara itu, operasionalisasi variabel dirancang untuk mengklarifikasi cara suatu variabel dioperasikan, sehingga mempermudah proses pengukurannya. Melalui variabel ini, penelitian dapat

dianalisis, yang memungkinkan penentuan cara untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dalam pengolahan data, dibutuhkan elemen lain yang berkaitan dengan variabel, seperti konsep variabel, subvariabel, indikator, ukuran, dan skala yang terdapat dalam setiap variabel penelitian.

### **3.2.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis. Hal ini berkaitan dengan apa yang ingin diteliti oleh peneliti, sehingga dapat diperoleh informasi mengenai topik tersebut dan akhirnya dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2022, p. 38).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderator. Ketiga variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

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

Variabel yang bersifat memberikan dampak perubahan terhadap variabel lainnya disebut variabel independen. Menurut (Sugiyono, 2022, p. 39), menyatakan bahwa mendefinisikan variabel *independen*, variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang berperan sebagai pengaruh atau penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen (terikat). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan.

##### **1. *Product Market Competition***

Menurut (Zhou, 2019, p. 82), menyatakan bahwa *Product market competition refers to the rivalry among firms to attract customers and increase market share by offering better value, innovation, lower prices, or differentiated*

*products*. Pada penelitian ini, *product market competition* diproksikan oleh Lerner

Index (LI). Rumus perhitungan rasio LI menurut (Zhou, 2019, p. 84) :

$$LI = \frac{Profit}{Sales}$$

## 2. Kinerja Keuangan

Menurut (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 115), menyatakan bahwa :

*“Financial performance is critical aspect that directly affects an organization’s ability to operate and grow. By budgeting, forecasting, and analyzing and managing performance, organization can identify areas for improvement and formulate better strategies”.*

Pada penelitian ini, kinerja keuangan diproksikan menggunakan rasio profitabilitas yaitu Return On Asset (ROA). Rumus perhitungan rasio ROA sebagai berikut :

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Aset} \times 100\%$$

### 3.2.1.2 Variabel *Dependen* (Y)

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 (Sugiyono, 2022, p. 39). Variabel *dependen* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return Saham.

#### 1. *Return Saham*

Menurut (James C. Van Horne, 2020, p. 94), menyatakan *Return on the basis of income received from investments plus a change in market prices is usually stated as a percentage of the original investment market price.*

Pada penelitian ini, *return* saham diproksikan oleh ( $R_{it}$ ) . Rumus perhitungan *return* saham, menurut (James C. Van Horne, 2020, p. 116) :

$$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

$R_{it}$  = Return saham periode  $t$

$P_t$  = Harga saham periode  $t$

$P_{t-1}$  = Harga saham periode  $t - 1$

### 3.2.1.3 Variabel Moderator (W)

Variabel Moderasi (W) adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen, variabel ini disebut juga sebagai variabel independen kedua (Sugiyono, 2022, p. 39). Menurut (Sekaran, U., & Bougie, 2019, p. 76), variabel moderasi adalah salah satu variabel yang memiliki efek kontingen yang kuat pada hubungan variabel independen-dependen

Sedangkan, menurut (Rahadi, 2023, p. 13) variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi sifat atau kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Ini sangat penting untuk menentukan apakah dua variabel memiliki hubungan yang sama dalam kondisi atau kelompok yang berbeda. Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan.

#### 1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan, yang mencakup kategori besar atau kecil, dapat mencerminkan risiko yang dihadapi dan memengaruhi keputusan pasar.

Ukuran ini dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti total aset, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan.

Menurut (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 234), menyatakan bahwa :

*“The size of the company is assessed by its total net sales over a specific timeframe, when sales surpass both variable and fixed cost, the company is able to achieve profitability. Other side if the sales don't meet the cost, the company risk experiencing losses. This perspective emphasizes the significant connection between sales volume and financial outcomes in determining a company's size”.*

Pada Penelitian ini indikator untuk mengukur ukuran perusahaan adalah indikator total penjualan (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 234). Berikut ini adalah rumus untuk mengukur ukuran perusahaan :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Sales}$$

### 3.2.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian berfungsi sebagai proksi, sehingga diperlukan pengoperasionalisasian variabel melalui suatu rumus sebagai representasi nyata dari pengukuran. Operasionalisasi variabel ini akan membantu mengetahui hal tersebut. Menurut (Sugiyono, 2022, p. 67), mengatakan bahwa operasional variabel adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang data penelitian tersebut.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, dimensi, indikator, dan ukuran yang bertujuan untuk mendapatkan nilai dari variabel lainnya. Selain itu, proses ini bertujuan untuk memudahkan pemahaman dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Berikut ini adalah operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel dan Konsep	Indikator	Skala
1.	<i>Product Market Competition, Product market competition refers to the rivalry among firms to attract customers and increase market share by offering better value, innovation, lower prices, or differentiated products</i> (Zhou, 2019, p. 82).	$LI = \frac{\text{Profit}}{\text{Sales}}$ (Zhou, 2019, p. 82)	Rasio
2.	<i>Kinerja Keuangan, Financial performance is critical aspect that directly affects an organization's ability to operate and grow. By budgeting, forecasting, and analyzing and managing performance, organization can identify areas for improvement and formulate better strategies</i> (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 115).	$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 115)	Rasio
3.	<i>Return Saham, Return on the basis of income received from investments plus a change in market prices is usually stated as a percentage of the original investment market price.</i> (James C. Van Horne, 2020, p. 94)	$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$ (James C. Van Horne, 2020, p. 116)	Rasio
4.	<i>The size of the company is assessed by its total net sales over a specific timeframe, when sales surpass both variable and fixed cost, the company is able to achieve profitability. Other side if the sales don't meet the cost, the company risk experiencing losses. This perspective emphasizes the significant connection between sales volume and financial outcomes in determining a company's size.</i> (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 234)	Ukuran Perusahaan = $\ln \text{Sales}$ (Brigham, E. F., & Houston, 2019, p. 234)	Rasio

Sumber : data diolah peneliti

### 3.3 Populasi dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga peneliti dapat melakukan pengolahan data untuk memecahkan permasalahan. Populasi dalam penelitian berlaku sebagai objek penelitian

sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Berikut ini adalah populasi dan sampel dari penelitian.

### 3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2022, p. 81) populasi adalah wilayah generalisasi atau jumlah keseluruhan yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi berguna untuk mengetahui informasi atau data yang diperlukan, nantinya akan diteliti dalam penelitian. Sesuai judul dari penelitian ini yaitu Pengaruh *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan Terhadap *Return Saham* yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023.

Maka populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Jumlah populasi yang ada dalam penelitian ini sebanyak 47 perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun tidak semua populasi menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut dengan melakukan seleksi berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan.

**Tabel 3.2**  
**Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal Pencatatan	Saham
1.	AREA	Dunia Virtual Online Tbk.	01 Apr 2024	2.539.601.000
2.	ATIC	Anabatic Technologies Tbk.	08 Jul 2015	2.315.361.355
3.	AWAN	Era Digital Media Tbk.	18 Apr 2023	3.435.000.000
4.	AXIO	Tera Data Indonusa Tbk	20 Jul 2022	5.840.126.500
5.	BELI	Global Digital Niaga Tbk.	08 Nov 2022	123.210.496.616
6.	BUKA	Bukalapak.com Tbk.	06 Agt 2021	103.108.797.367
7.	CASH	Cashlez Worldwide Indonesia Tb	04 Mei 2020	1.431.125.517
8.	CHIP	Pelita Teknologi Global Tbk.	08 Feb 2023	806.000.000
9.	CYBR	ITSEC Asia Tbk.	08 Agt 2023	6.449.574.702

Lanjutan Tabel 3.2

No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal Pencatatan	Saham
10.	DCII	DCI Indonesia Tbk.	06 Jan 2021	2.383.745.900
11.	DIVA	Distribusi Voucher Nusantara T	27 Nov 2018	1.428.571.400
12.	DMMX	Digital Mediatama Maxima Tbk.	21 Okt 2019	7.692.307.700
13.	EDGE	Indointernet Tbk.	08 Feb 2021	2.020.250.000
14.	ELIT	Data Sinergitama Jaya Tbk.	06 Jan 2023	2.031.643.057
15.	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.	12 Jan 2010	61.316.751.483
16.	ENVY	Envy Technologies Indonesia Tb	08 Jul 2019	1.800.000.000
17.	GLVA	Galva Technologies Tbk.	23 Des 2019	1.500.000.000
18.	GOTO	GoTo Gojek Tokopedia Tbk.	11 Apr 2022	1.201.409.662.836
19.	HDTI	Hensel Davest Indonesia Tbk.	12 Jul 2019	1.524.680.000
20.	IOTF	Sumber Sinergi Makmur Tbk.	06 Okt 2023	5.287.317.520
21.	IRSK	Aviana Sinar Abadi Tbk.	07 Feb 2023	5.000.347.135
22.	JATI	Informasi Teknologi Indonesia	08 Mei 2023	3.262.515.805
23.	KIOS	Kioson Komersial Indonesia Tbk.	05 Okt 2017	1.075.862.550
24.	KREN	Quantum Clovera Investama Tbk.	28 Jun 2002	18.208.470.100
25.	LMAS	Linmas Indonesia Makmur Tbk.	28 Des 2001	787.851.525
26.	LUCK	Sentral Mitra Informatika Tbk.	28 Nov 2018	715.749.640
27.	MCAS	M Cash Integrasi Tbk.	01 Nov 2017	867.933.300
28.	MENN	Menn Teknologi Indonesia Tbk.	18 Apr 2023	1.434.052.006
29.	MLPT	Multipolar Technology Tbk.	08 Jul 2013	1.875.000.000
30.	MPIX	Mitra Pedagang Indonesia Tbk.	07 Feb 2024	1.562.500.000
31.	MSTI	Mastersystem Infotama Tbk.	08 Nov 2023	3.138.823.600
32.	MTDL	Metrodata Electronics Tbk.	09 Apr 1990	12.276.884.585
33.	NFCX	NFC Indonesia Tbk.	12 Jul 2018	666.667.500
34.	NINE	Techno9 Indonesia Tbk.	05 Des 2022	2.157.000.000
35.	PGJO	Tourindo Guide Indonesia Tbk.	08 Jan 2020	772.459.095
36.	PTSN	Sat Nusapersada Tbk.	08 Nov 2007	5.314.344.000
37.	RUNS	Global Sukses Solusi Tbk.	08 Sep 2021	983.557.875
38.	SKYB	Northcliff Citranusa Indonesia	07 Jul 2010	585.000.000
39.	TECH	Indostreling Technomedia Tbk.	04 Jun 2020	1.256.300.000
40.	TFAS	Telefast Indonesia Tbk.	17 Sep 2019	1.666.666.500
41.	TOSK	Topindo Solusi Komunikasi Tbk.	07 Feb 2024	4.375.000.000
42.	TRON	Teknologi Karya Digital Nusa T	08 Mar 2023	2.951.289.668
43.	UVCN	Trimegah Karya Pratama Tbk.	27 Jul 2021	2.000.144.838
44.	WGSN	Wira Global Solusi Tbk.	06 Des 2021	1.042.500.000
45.	WIFI	Solusi Sinergi Digital Tbk.	30 Des 2020	2.359.355.118
46.	WIRG	WIR ASIA Tbk.	04 Apr 2022	11.938.622.394
47.	ZYRX	Zyrexindo Mandiri Buana Tbk.	30 Mar 2021	1.333.334.556

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah peneliti)

### 3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2022, p. 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi. Apabila populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi tersebut maka peneliti

dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penentuan sampel dapat dilakukan dengan teknik sampling.

### **3.3.2.1 Teknik Sampling**

Menurut (Sugiyono, 2022, p. 81), teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling terbagi menjadi 2 kelompok yaitu:

#### *1. Probability Sampling*

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi, simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, dan pengambilan sampel kluster. Dengan menggunakan teknik probability sampling, peneliti dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, serta meminimalkan bias dari sampel yang tidak acak.

#### *2. Nonprobability Sampling*

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

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengumpulan sampel dengan

pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan purposive sampling adalah karena tidak semua populasi memiliki kriteria yang sesuai dengan yang peneliti tentukan. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan pada sektor teknologi yang telah dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan, laporan keuangan secara berturut-turut dan mempunyai data keuangan lengkap terkait variabel penelitian di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023.

Berdasarkan kriteria-kriteria sampel sudah dipaparkan di atas, maka perusahaan yang sesuai dengan kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Pengambilan Sampel**

No	Kode	Nama Perusahaan	Kriteria		Sampel
			1	2	
1	AREA	Dunia Virtual Online Tbk.	-	-	-
2	ATIC	Anabatic Technologies Tbk.	✓	✓	Sampel 1
3	AWAN	Era Digital Media Tbk.	-	-	-
4	AXIO	Tera Data Indonusa Tbk	-	-	-
5	BELI	Global Digital Niaga Tbk.	-	-	-
6	BUKA	Bukalapak.com Tbk.	-	-	-
7	CASH	Cashlez Worldwide Indonesia Tb	-	-	-
8	CHIP	Pelita Teknologi Global Tbk.	-	-	-
9	CYBR	ITSEC Asia Tbk.	-	-	-
10	DCII	DCI Indonesia Tbk.	-	-	-
11	DIVA	Distribusi Voucher Nusantara T	✓	✓	Sampel 2
12	DMMX	Digital Mediatama Maxima Tbk.	-	-	-
13	EDGE	Indointernet Tbk.	-	-	-
14	ELIT	Data Sinergitama Jaya Tbk.	-	-	-
15	EMTK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.	✓	✓	Sampel 3
16	ENVY	Envy Technologies Indonesia Tb	-	-	-
17	GLVA	Galva Technologies Tbk.	-	-	-
18	GOTO	GoTo Gojek Tokopedia Tbk.	-	-	-
19	HDIT	Hensel Davest Indonesia Tbk.	-	-	-
20	IOTF	Sumber Sinergi Makmur Tbk.	-	-	-
21	IRSK	Aviana Sinar Abadi Tbk.	-	-	-

Lanjutan Tabel 3.3

No	Kode	Nama Perusahaan	Kriteria		Sampel
			1	2	
22	JATI	Informasi Teknologi Indonesia	-	-	-
23	KIOS	Kioson Komersial Indonesia Tbk.	✓	✓	Sampel 4
24	KREN	Quantum Clovera Investama Tbk.	✓	✓	Sampel 5
25	LMAS	Linmas Indonesia Makmur Tbk.	-	-	-
26	LUCK	Sentral Mitra Informatika Tbk.	✓	✓	Sampel 6
27	MCAS	M Cash Integrasi Tbk.	✓	✓	Sampel 7
28	MENN	Menn Teknologi Indonesia Tbk.	-	-	-
29	MLPT	Multipolar Technology Tbk.	✓	✓	Sampel 8
30	MPIX	Mitra Pedagang Indonesia Tbk.	-	-	-
31	MSTI	Mastersystem Infotama Tbk.	-	-	-
32	MTDL	Metrodata Electronics Tbk.	✓	✓	Sampel 9
33	NFCX	NFC Indonesia Tbk.	✓	✓	Sampel 10
34	NINE	Techno9 Indonesia Tbk.	-	-	-
35	PGJO	Tourindo Guide Indonesia Tbk.	-	-	-
36	PTSN	Sat Nusapersada Tbk.	✓	✓	Sampel 11
37	RUNS	Global Sukses Solusi Tbk.	-	-	-
38	SKYB	Northcliff Citranusa Indonesia	-	-	-
39	TECH	Indostreling Technomedia Tbk.	-	-	-
40	TFAS	Telefast Indonesia Tbk.	-	-	-
41	TOSK	Topindo Solusi Komunikasi Tbk.	-	-	-
42	TRON	Teknologi Karya Digital Nusa T	-	-	-
43	UVCR	Trimegah Karya Pratama Tbk.	-	-	-
44	WGSB	Wira Global Solusi Tbk.	-	-	-
45	WIFI	Solusi Sinergi Digital Tbk.	-	-	-
46	WIRG	WIR ASIA Tbk.	-	-	-
47	ZYRX	Zyrexindo Mandiri Buana Tbk.	-	-	-

Sumber: data diolah peneliti 2025

Berdasarkan populasi penelitian di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan teknologi yang memiliki kedua kriteria pada Tabel 3.3 yaitu sebanyak 11 (sebelas) perusahaan. Daftar yang menjadi sampel dalam Perusahaan Teknologi yang telah memenuhi kriteria berdasarkan Purposive Sampling yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Sampel Penelitian**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ATIC	Anabatic Technologies Tbk
2	DIVA	Distribusi Voucher Nusantara T
3	EMTEK	Elang Mahkota Teknologi Tbk.
4	KIOS	Kioson Komersial Indonesia Tbk.
5	KREN	Quantum Clovera Investama Tbk.
6	LUCK	Sentral Mitra Informatika Tbk.
7	MCAS	M Cash Integrasi Tbk.

**Lanjutan Tabel 3.4**

No	Kode	Nama Perusahaan
8	MLPT	Multipolar Technology Tbk.
9	MTDL	Metrodata Electronics Tbk.
10	NFCX	NFC Indonesia Tbk.
11	PTSN	Sat Nusapersada Tbk.

Sumber: data diolah peneliti 2025

### 3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pada saat melakukan penelitian, peneliti memerlukan data-data pendukung sebagai salah satu input yang diperlukan. Data-data itu didapatkan dari beberapa sumber dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Sumber data dan teknik pengumpulan data dijelaskan sebagai berikut:

#### 3.4.1 Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu berupa laporan keuangan. Menurut (Sugiyono, 2022, p. 137), menjelaskan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Beberapa data sekunder bersifat statistik buletin, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan yang tersedia baik dari dalam atau luar organisasi, website perusahaan dan internet.

Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer. Pada penelitian ini peneliti menggunakan laporan keuangan sebagai sumber data primer melalui situs ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), sedangkan data sekunder diperoleh dari website-website resmi, diantaranya yaitu website Bursa Efek Indonesia dan melalui situs ([finance.yahoo.com](http://finance.yahoo.com)).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series dan cross section atau bisa disebut dengan data panel. Data bersifat time series ini

karena data dalam penelitian ini adalah data dalam interval waktu tertentu, dalam penelitian ini yaitu tahun 2019 – 2023. Sedangkan data cross section adalah data pada suatu kurun tertentu pada perusahaan yaitu dengan mengambil keseluruhan data dari seluruh perusahaan di sektor yang diteliti.

### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2022, p. 224). Prosedur pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh melalui penelitian lapangan, yaitu dengan melakukan tinjauan langsung pada perusahaan yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1) Studi Kepustakaan (*Library Research*)**

Studi Kepustakaan (*Library Research*) dilakukan untuk memperoleh data ataupun teori yang digunakan sebagai literatur pengunjung guna mendukung penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, meneliti, dan menelaah berbagai literatur, teori yang berasal dari buku-buku, laporan-laporan serta bahan-bahan lain yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti. Data ini juga merupakan penunjang bagi peneliti untuk mendapatkan input yang diinginkan. Dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

## 2) Observasi Tidak Langsung

Observasi tidak langsung dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang tercantum dalam laporan tahunan dan laporan keuangan tahunan perusahaan sektor di Bursa Efek Indonesia dengan mengakses langsung ke situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [finance.yahoo.com](http://finance.yahoo.com).

## 3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah data sekunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau file (catatan konvensional maupun elektronik), buku, tulisan, laporan, notulen rapat, majalah, surat kabar, dan lain sebagainya. Metode pengumpulan data dokumentasi digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian.

### 3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Metode analisis data dan ujian hipotesis merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

Pengujian akan dilakukan melalui metode sebagai berikut; Statistik Deskriptif, Analisis Data Panel, Metode Pemilihan Model (Uji Chow, Uji Hausman, Uji Lagrange Multiplier), Uji Asumsi Klasik, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis (Uji F, dan Uji t). Untuk lebih jelasnya dibahas sebagai berikut:

#### 3.5.1 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel (*pooled data*). Analisis regresi data panel dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh product market competition dan kinerja keuangan terhadap return saham uang dimoderasi oleh ukuran perusahaan pada

perusahaan teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 baik secara simultan maupun parsial. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Alat pengolahan dalam penelitian ini adalah menggunakan software *Microsoft Office Excel dan Eviews 13*. Analisis yang digunakan dalam penelitian untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

#### **3.5.1.1 Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah 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 (Sugiyono, 2022, p. 147).

Menurut (Sugiyono, 2022, p. 148), mengatakan bahwa Statistik deskriptif mencakup penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, dan pictogram, serta perhitungan modus, median, dan mean sebagai ukuran tendensi sentral. Selain itu, juga meliputi perhitungan desil, persentil, penyebaran data melalui rata-rata, standar deviasi, dan perhitungan persentase.

Analisis deskriptif akan memberikan gambaran tentang suatu data menggunakan mean atau nilai rata-rata dari masing-masing variabel dan seluruh sampel yang diteliti untuk mengambil kesimpulan. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengenai kondisi Pengungkapan *Product Market Competition*, Kinerja Keuangan, *Return Saham* dan Ukuran Perusahaan.

#### **3.5.1.2 Analisis Verifikatif**

Metode penelitian kausal (verifikatif) diartikan sebagai metode yang menguji apakah satu variabel menyebabkan variabel lain berubah atau tidak (Sekaran, U., & Bougie, 2019, p. 44). Verifikatif digunakan untuk menjawab

hipotesis rumusan masalah pengaruh variabel secara langsung maupun pengaruh variabel melalui variabel moderasi.

### 3.5.2 Analisis Regresi Data Panel

Menurut (Basuki, 2021, p. 275) data panel merupakan gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*). Data *time series* merupakan data yang terdiri atas satu atau lebih variabel yang akan diamati pada satu unit observasi dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan data *cross section* merupakan data observasi dari beberapa unit observasi dalam satu titik waktu.

Pemilihan data panel dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan data *time series* dan *cross section*. Penggunaan data *time series* dalam penelitian ini, yakni pada periode 5 tahun dari tahun 2019-2023. Adapun penggunaan data *cross section* dalam penelitian ini, yakni dari perusahaan *teknologi* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan total sampel adalah 11 perusahaan *teknologi*.

Adapun keunggulan dengan menggunakan data panel antara lain :

1. Data panel mampu memperhitungkan heterogenitas individu secara eksplisit dengan mengizinkan variabel spesifik individu.
2. Data panel dapat digunakan untuk menguji, membangun, dan mempelajari model-model perilaku yang kompleks.
3. Data panel mendasarkan diri pada observasi *cross section* yang berulang (*time series*), sehingga cocok digunakan sebagai *study of dynamic adjustment*.
4. Data panel memiliki implikasi pada data yang lebih informatif, lebih bervariasi, dan mengurangi kolinieritas, derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) yang lebih tinggi, sehingga dapat diperoleh hasil estimasi yang lebih efisien.



Persamaan regresi data panel dalam penelitian ini akan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). MRA adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan moderasi dari satu atau lebih variabel moderator (Ghozali, 2018, p. 13). Dengan demikian, maka persamaan regresi data panel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + b_1 X_{1it} + b_2 X_{2it} + b_3 W_{it} + b_4 X_{1it} W_{it} + b_5 X_{2it} W_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Variabel *Return* Saham

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi dari masing-masing variabel-variabel independent

$X_1$  = *Product Market Competition*

$X_2$  = Kinerja Keuangan

W = Ukuran Perusahaan

$\varepsilon$  = Error Term

i = Data Perusahaan Teknologi

t = Data Periode Waktu Penelitian yaitu Periode 2019-2023

Sedangkan untuk menguji pengaruh interaksi dari variabel moderasi regresi yang mendukung pengaruh *product market competition* dan kinerja keuangan terhadap *return saham* dengan persamaan statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R_{it} = b_0 + b_1(PM) + b_2(KK) + b_3(UP) + b_4(PM * UP) + b_5(KK * UP) + \varepsilon$$

Keterangan :

$R_{it}$  = Return Saham

PM = Product Market Competition

KK = Kinerja Keuangan

UP = Ukuran Perusahaan (Variabel Moderasi)

$b_0$  hingga  $b_5$  = Koefisien regresi

$\varepsilon$  = Error Term

Interpretasi :

1.  $b_1, b_2$ , mengukur pengaruh langsung dari Product Market Competition, dan Kinerja Keuangan terhadap Return Saham.
2.  $b_3$  mengukur pengaruh langsung dari Ukuran Perusahaan terhadap Return Saham.
3.  $b_4$  dan  $b_5$  mengukur pengaruh interaksi antara Product Market Competition, Kinerja Keuangan dengan Ukuran Perusahaan terhadap Return Saham.

Jika koefisien interaksi ( $b_4$  dan  $b_5$ ) signifikan, maka menunjukkan bahwa kecukupan modal memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Dalam regresi data panel, terdapat tiga model estimasi yang dapat digunakan (Basuki, 2021, p. 276) antara lain sebagai berikut:

### **3.5.2.1 Common Effect Model**

Model common effect merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengombinasikan data time series dan cross section dalam bentuk pool. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu,

sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu (Basuki, 2021, p. 276). Common Effect Model merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya dengan menggunakan pendekatan kuadrat terkecil (Ordinary Least Square). Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan adalah sama dalam berbagai kurun waktu. Karena tidak memperhatikan dimensi waktu maupun individu, maka formula Common Effect Model sama dengan persamaan regresi data panel pada persamaan, yaitu sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + bX_{it} + \varepsilon_{it}$$

### 3.5.2.2 *Fixed Effect Model*

Fixed effect model mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya, dimana setiap individu merupakan parameter yang tidak diketahui. Untuk mengestimasi data panel model fixed effect menggunakan teknik variable dummy untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan. Model estimasi ini sering disebut dengan teknik Least Squares Dummy Variable (LSDV) (Basuki, 2021, p. 276).

Karena menggunakan variabel dummy, model estimasi ini disebut juga dengan teknik Least Dummy Variabel (LSDV). Selain diterapkan untuk efek tiap individu, LDSV juga dapat mengakomodasi efek waktu yang bersifat sistematis, melalui penambahan variabel dummy waktu didalam model. Fixed Effect Model dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + bX_{it} + \alpha_{it} + \varepsilon_{it}$$

Dimana  $\alpha_{it}$  merupakan efek tetap di waktu t untuk unit *cross section* i.

### 3.5.2.3 *Random Effect Model*

Model ini juga disebut dengan Error Component Model (ECM). Model ini akan mengestimasi data panel di mana variabel gangguan yang saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Efek spesifik dari masing-masing individu diperlakukan sebagai bagian dari komponen error yang bersifat acak (random) dan tidak berkorelasi dengan variabel penjelas yang teramati. Model random effect memiliki keuntungan yaitu menghilangkan heteroskedastisitas (Basuki, 2021, p. 276).

Model ini disebut juga dengan Error Component Model (ECM). Metode yang tepat untuk mengakomodari model random effect ini adalah Generalized Least Square (GLS), dengan asumsi komponen error bersifat homokedastik dan tidak ada gejala crosssectional correlation. Random Effect Model secara umum dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + bX_{it} + w_i, \text{ ad apun } w_i = \varepsilon_{it} + u_i$$

Dimana:

$\varepsilon_i - N(0, \sigma^2)$  = Merupakan komponen *time series error*

$u_i - N(0, \sigma^2)$  = Merupakan komponen *cross section error*

$w_i - N(0, \sigma^2)$  = Merupakan *time series* dan *cross section error*

### 3.5.3 **Pemilihan Model Estimasi**

Pemilihan model yang tepat untuk mengelola data panel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada pertimbangan statistik. Hal ini perlu dilakukan untuk memperoleh dugaan yang tepat dan efisien. Pertimbangan statistik yang dimaksud melalui pengujian. Untuk memilih model yang paling tepat

digunakan dalam mengelola data panel, terdapat tiga metode yang dapat dilakukan (Basuki, 2021, p. 277), yaitu sebagai berikut:

### 3.5.3.1 Uji Chow

Uji ini dilakukan untuk menentukan model common effect atau fixed effect yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Untuk melakukan uji chow, data diregresikan terlebih dahulu dengan menggunakan model common effect dan fixed effect, kemudian dilakukan fixed/random effect testing dengan menggunakan redundant fixed effect-likelihood ratio. Selanjutnya, dibuat hipotesis untuk diuji, yaitu sebagai berikut:

$H_0$ : maka digunakan model *common effect*

$H_1$ : maka digunakan model *fixed effect*

Keputusan yang dapat disimpulkan terhadap pengujian:

- a) Jika *Probability Value Cross Section F*  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- b) Jika *Probability Value Cross Section F*  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### 3.5.3.2 Uji Hausman

Uji ini dilakukan untuk menentukan model fixed effect atau random effect yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Untuk melakukan uji hausman, data juga diregresikan dengan model fixed effect dan random effect, kemudian dilakukan fixed/random testing dengan menggunakan correlated random effect-hausman test. Selanjutnya, dibuat hipotesis untuk diuji, sebagai berikut:

$H_0$ : maka digunakan model *random effect*

$H_1$ : maka digunakan model *fixed effect*

Keputusan yang dapat disimpulkan terhadap pengujian:

- a) Jika *Probability Value Cross Section Random*  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- b) Jika *Probability Value Cross Section Random*  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### 3.5.3.3 Uji Lagrange Multiplier

Uji ini dilakukan untuk membandingkan atau memiliki model yang terbalik antara model efek tetap maupun model koefisien tetap. Pengujian ini didasarkan pada distribusi Chi-Squares dengan derajat kebebasan (df) sebesar jumlah variabel independen. Hipotesis statistik dalam pengujian yaitu sebagai berikut:

$H_0$ : maka digunakan model *common effect*

$H_1$ : maka digunakan model *random effect*

Keputusan yang dapat disimpulkan terhadap pengujian:

- a) Jika *Breusch-Pagan Probability Value Cross Section*  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- b) Jika *Breusch-Pagan Probability Value Cross Section*  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### 3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka terlebih dahulu harus memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

#### 3.5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan menguji apakah variabel-variabel dari model regresi data panel berdistribusi normal atau tidak normal. Suatu model regresi dapat dikatakan baik jika memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menentukan data yang digunakan berdistribusi normal ataupun tidak, dapat dilakukan pengujian dengan membandingkan probability Jarque-Bera, dengan

probability  $> 0,05$ . Selain itu juga dapat membandingkan antara nilai Jarque-Bera dengan nilai  $\alpha = 0.05$  dengan hipotesis:

$H_0$ : Data berdistribusi normal

$H_1$ : Data tidak berdistribusi normal

Keputusan yang dapat disimpulkan terhadap pengujian:

- a) Jika *probability*  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
- b) Jika *probability*  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

#### **3.5.4.2 Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas memiliki arti terdapatnya hubungan yang kuat di antara beberapa atau semua variabel independen pada model regresi. Jika terdapat multikolinieritas maka koefisien regresi menjadi tidak tentu, tingkat kesalahannya menjadi sangat besar dan biasanya ditandai dengan nilai koefisien determinasi yang sangat besar. Menurut (Ismanto, H., & Pebruary, 2021, p. 127) uji multikolinieritas memperlihatkan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas dengan kondisi jika nilai korelasi antar variabel bebas di bawah 0,80 maka model tidak terjadi.

Uji multikolinieritas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen, dalam Imam (Ghozali, 2021, p. 110). Mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai koefisien matriks correlation  $> 0,80$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terjadi multikolinieritas antarvariabel bebas.
- b) Jika nilai matriks correlation  $< 0,80$  maka  $H_0$  diterima, yang berarti tidak terjadi multikolinieritas antarvariabel bebas.

### 3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018, p. 85). Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan cara uji Glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual. Keputusan yang dapat disimpulkan terhadap pengujian:

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5.4.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2018, p. 107), autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lain. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Dengan demikian, uji autokorelasi hanya dapat dilakukan pada data time series (runtut waktu), sebab yang dimaksud dengan autokorelasi adalah sebuah nilai pada sampel atau observasi tertentu yang sangat dipengaruhi oleh nilai observasi sebelumnya.

Oleh karena itu, penelitian yang menggunakan data cross section maupun data panel, tidak perlu melakukan uji autokorelasi. Pengujian autokorelasi pada data yang bukan time series, baik data cross section maupun data panel, hanya akan sia-sia semata atau tidaklah berarti (AgusTri Basuki, 2017, p. 297).

Hal ini karena, khususnya pada data panel, walaupun ada data runtut waktu (time series), namun bukan merupakan time series murni (waktu yang tidak

berulang). Oleh sebab itu, uji autokorelasi tidak dilakukan dalam penelitian ini. Dengan kata lain, dalam penelitian ini diasumsikan bahwa untuk variabel independen tertentu tidak ada autokorelasi atau korelasi seri di antara faktor gangguan. Berdasarkan dari penjelasan di atas, bahwa dalam penelitian ini hanya melakukan tiga pengujian asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

### 3.5.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan pada bagian sebelumnya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian kelayakan model (Uji F) dan pengujian secara parsial (Uji t) serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ).

#### 3.5.5.1 Pengujian secara simultan ( Uji F )

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan uji F adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan formulasi uji hipotesis
  1.  $H_0 : b_1, b_2 = 0$ , *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan tidak berpengaruh terhadap *Return Saham*
  2.  $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$ , *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap *Return Saham*
- b. Menentukan tingkat kesalahan (signifikan)
 

Tingkat signifikan yang dipilih adalah 5% ( $\alpha = 0,05$ ) atau dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% dari derajat kebebasan ( $dk = n - k - 1$ ). Angka ini

dipilih tepat untuk mewakili dalam pengujian variabel dan merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam penelitian.

c. Mencari Nilai F Hitung

Terdapat hipotesis simultan yang menyatakan hubungan antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Pengujian secara simultan dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara menyeluruh memberikan pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel (Ghozali, 2021, p. 148). Adapun nilai f-hitung dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

F = F hitung

$R^2$  = Koefisien Korelasi Berganda

n = Jumlah Anggota Sampel

k = Banyaknya Variabel Independen

d. Membandingkan Hasil F Hitung dengan F Tabel

Membandingkan hasil f-hitung dengan f-tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Bila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan tidak berpengaruh terhadap *Return Saham*,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- b) Bila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka *Product Market Competition*, dan Kinerja

Keuangan berpengaruh terhadap *Return Saham*,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

c) Jika nilai signifikansi  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai *probability*  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

d) Jika angka signifikan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai *probability*  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

e. Berdasarkan Probabilitas

$H_0$  diterima : nilai *Probability*  $> 0,05$

$H_0$  ditolak : nilai *Probability*  $< 0,05$

f. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan didukung oleh teori yang sesuai dengan objek dan masalah penelitian

### 3.5.5.2 Pengujian secara Parsial ( Uji t )

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh variabel independent secara individu terhadap variabel dependen, dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Tahap-tahap pengujian dengan menggunakan Uji t adalah sebagai berikut:

a. Membuat formulasi uji hipotesis

1)  $H_0 : b_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Product Market Competition* terhadap *Return Saham*.

$H_1 : b_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Product Market Competition* terhadap *Return Saham*.

2)  $H_0 : b_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Kinerja Keuangan* terhadap *Return Saham*.

$H_1 : b_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kinerja Keuangan terhadap Return Saham.

- 3)  $H_0 : b_3 = 0$ , Ukuran Perusahaan tidak memoderasi pengaruh *Product Market Competition* terhadap Return Saham.

$H_1 : b_3 \neq 0$ , Ukuran Perusahaan memoderasi pengaruh *Product Market Competition* terhadap Return Saham.

- 4)  $H_0 : b_4 = 0$ , Ukuran Perusahaan tidak memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham.

$H_1 : b_4 \neq 0$ , Ukuran Perusahaan memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham.

- b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$  artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemelesetan 5%.

Kriteria pengambilan keputusan uji t dengan nilai Probability:

- a. Jika nilai Probability  $> \alpha$  (5%), maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika nilai Probability  $< \alpha$  (5%), maka  $H_0$  ditolak.

### 3.5.6 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (Adjusted R-Squared) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai Adjusted R-Squared kecil yaitu mendekati 0 artinya kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya jika nilai Adjusted R-Squared mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2021, p. 97).

Menurut (Ghozali, 2021, p. 97) uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Klasifikasi koefisien korelasi tanpa memperhatikan arah adalah sebagai berikut:

- 1) 0 = Tidak Ada Korelasi
- 2) 0 s.d. 0,49 = Korelasi Lemah
- 3) 0,50 = Korelasi Moderat
- 4) 0,51 s.d.0,99 = Korelasi Kuat
- 5) 1,00 = Korelasi Sempurna

Kelemahan dari koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ada penambahan variabel independen maka  $R^2$  pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, digunakanlah model adjusted  $R^2$ . Model adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2021, p. 97).

Kelemahan dari R-Square adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ada penambahan variabel independen maka  $R^2$  pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, digunakanlah model  $R^2$ . Model  $R^2$  dapat naik atau turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2021, p. 97). Koefisien

determinasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui Bagaimana pengaruh hubungan variabel independen yaitu *Product Market Competition* dan Kinerja Keuangan (X) terhadap variabel dependen yaitu *Return Saham* (Y) yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi terbagi menjadi 2, yaitu analisis koefisien determinasi simultan dan analisis koefisien determinasi parsial. Mengikuti hipotesis yang disusun, maka pada penelitian ini analisis koefisien determinasi dilakukan secara simultan dan parsial.

Koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Menurut (Sugiyono, 2022, p. 154), rumus untuk menghitung koefisien determinasi secara simultan yaitu :

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

Dimana:  $0 \leq R^2 \leq 1$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah (parsial). Untuk mencari besarnya koefisien determinasi secara parsial dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Kd = Nilai Koefisien Determinasi

$$\beta = \frac{S.D. \text{ Independent Var}}{S.D. \text{ Dependent Var}} \times \text{Unstandardized Coefficients B}$$

Zero Order = Matriks Korelasi variabel *independen* dengan variabel *dependen*

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi yaitu:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b. Jika Kd mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat

### **3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana proses penelitian tersebut akan dilakukan. Lokasi dan waktu yang penulis gunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **3.6.1 Lokasi Penelitian**

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui laman situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan situs resmi perusahaan sebagai situs pendukung dalam memperoleh data penelitian. Data diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.

#### **3.6.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian adalah sejak penulis mendapatkan persetujuan judul dan proposal. Penelitian ini juga akan terus dilakukan saat keluar surat keputusan dari

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan yaitu pada tanggal 24 Desember 2024 – 24 Juni 2025.