

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Menurut Romdhoni (2019: 30) objek penelitian adalah fokus dari penelitian yang dituju untuk memperoleh data secara terarah. Objek penelitian dapat berupa individu, organisasi, atau benda. Menurut Pakpahan et al.,(2021: 32), objek penelitian adalah kumpulan elemen yang akan diteliti, yang dapat berupa orang, organisasi, atau barang. Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai objek penelitian adalah perusahaan *Customer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020 hingga 2022. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Intangible Asset* ( $X_1$ ), *Media Exposure* sebagai variabel pemoderasi ( $X_2$ ), dan variabel terikat adalah *nilai perusahaan* (Y), yang dapat dipengaruhi oleh faktor  $X_1$  dan  $X_2$  sebagai variabel pemoderasi.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2017), “Penelitian kuantitatif asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini memiliki kaitan dengan angka serta objek penelitian yakni pada perusahaan dalam kurun waktu tertentu dengan mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan perusahaan dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka-angka (Sugiyono, 2017).

##### **3.2.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian yang dilakukan pada penelitian ini merupakan asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih atau rumusan masalah penelitiannya menanyakan keterkaitan sebab akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019, p. 65; Umar, 2005).

### 3.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, 2012) Variabel merupakan suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari hingga diperoleh informasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

#### 3.2.2.1 Variabel independen

Menurut (Sugiyono, 2017) variabel independen biasa disebut variabel simultan, variabel prediktor, dan anteseden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel independen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Intangible Asset*.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2015) Aset tidak berwujud adalah aset non moneter yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik. Menurut Nafarin (2007), aset tidak berwujud (*intangible asset*) meliputi aset tetap tak berwujud, aset lancar tak berwujud dan aset lainnya yang tak berwujud. Aset tetap tak berwujud (*intangible fixed asset*) meliputi hak paten, hak cipta, hak guna usaha, *goodwill* dan lain-lain. Aset lancar tak berwujud (*intangible asset*) meliputi piutang usaha, sewa bayar di muka, asuransi bayar di muka dan lain-lain. Menurut Sejati dan Triyanto (2021) intangible asset dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Intangible Assets} = \log (\text{Intangibel Asset})$$

#### 3.2.2.2 Variabel Dependen

Variabel ini yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

##### a. Nilai Perusahaan

Variabel *output*, kriteria, dan konsekuen sering disebut sebagai variabel dependen (Sugiyono, 2017). Karena adanya variabel bebas yang menjadi akibat atau yang mempengaruhi suatu variabel bisa disebut sebagai variabel terkait. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan, menurut (Nidar, 2016) Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon

pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat di ukur melalui nilai harga saham di pasar yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Rumus yang digunakan untuk mengukur PBV adalah sebagai berikut (Hery, 2015):

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

### 3.2.2.3 Variabel Pemoderasi

Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *media exposure* (pengungkapan media). Pemilihan platform yang digunakan sebagai sumber pengambilan data *media exposure* pada penelitian ini diambil menggunakan kriteria yang didasarkan pada faktor-faktor gabungan yang diungkap dalam *Media Richness Theory* dan *Dragonfly Effect Model* dengan alasan pemilihan media pengungkapan dapat diukur menggunakan faktor-faktor yang memengaruhinya (Ardianto, 2004). Alasan lainnya yakni agar sumber data dapat menggambarkan pula efektifitas pemilihan *platform* yang digunakan perusahaan dalam pengungkapan media. Berikut adalah kriteria pemilihan media yang yang telah disesuaikan menjadi lebih rinci berlandaskan faktor-faktor dalam *Media Richness Theory* (MRT) dan *Dragonfly Effect Model* (DEM).

**Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Media**

Kriteria Pemilihan Media berdasarkan MRT dan DEM	Indikator Fitur
Frekuensi	<i>Viewers</i>
Atensi	<i>Followers, Subscribers</i>
Durasi	<i>Waktu Postingan</i>
Percakapan	<i>Comments, Reply</i>
Penyebaran	<i>Share, Hashtag, Mention</i>
Reaksi	<i>Like</i>

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti memilih 4 (empat) platform sosial media dengan pertimbangan fitur memenuhi kriteria, marak digunakan atau dekat

dengan masyarakat, dan digunakan sebagai sarana pengungkapan media oleh sebagian besar perusahaan yang menjadi subjek penelitian.

**Tabel 3.2 Sosial Media yang Sesuai Kriteria**

Kriteria	Indikator	Instagram	Facebook	Twitter	Youtube	Website
Frekuensi	<i>Viewers</i>	✓	✓	✓	✓	✓
Atensi	<i>Followers, Subscribers</i>	✓	✓	✓	✓	✓
Durasi	Waktu Postingan	✓	✓	✓	✓	✓
Percakapan	<i>Comments, Reply</i>	✓	✓	✓	✓	✓
Penyebaran	<i>Share, Hashtag, Mention, Retweet</i>	✓	✓	✓	✓	✓
Reaksi	<i>Like</i>	✓	✓	✓	✓	✓

Berkaitan dengan adanya upaya pengungkapan dan penyebaran informasi perusahaan melalui media atau laman resmi yang dibuat oleh perusahaan serta kesesuaian dengan faktor umum pada MRT (kesegaran, keragaman isyarat, variasi bahasa, sumber personal, keragaman penerima, perekaman eksternal, memori terolahkan komputer, konkurensi) dan DEM (fokus, daya tarik, pemberdayaan, pengambilan keputusan), maka peneliti menambahkan *website* sebagai tambahan platform yang akan dikaji sehingga sumber data dalam mengukur variabel *media exposure* pada penelitian ini yaitu *Instagram, Tiktok, Twitter, Youtube, dan Website Perusahaan*.

Setelah mendapatkan data penggunaan media yang digunakan perusahaan, peneliti akan mengkaji pengungkapan informasi pada media-media tersebut yang kemudian disandingkan dengan adanya pengungkapan berkaitan dengan

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

**PENGARUH INTANGIBLE ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIA EXPOSURE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor Customer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

profitabilitas dan indeks GRI-G4 untuk CSR sebagai acuan *scoring*. Pemberian skor dihitung berdasarkan kuantitas seluruh konten yang diungkapkan pada media perusahaan, setiap konten yang berkaitan maupun yang tidak berkaitan dengan profitabilitas dan CSR sesuai indikator GRI-G4 sama-sama diberi skor 1 dan kemudian dihitung total konten yang berkaitan dengan objek penelitian dan total konten yang berkaitan dengan objek penelitian, lalu dijumlah secara keseluruhan sebagai dasar pengukuran (Mashuri & Husnah, 2020; Widiastuti *et al.*, 2018).

Pengukuran *media exposure* secara spesifik dapat dilihat melalui jumlah konten yang dipublikasikan melalui media sosial atau platform yang digunakan sebagai sarana pengungkapan informasi. Menurut (Mashuri & Husnah, 2020; Solikhah & Mustika Winarsih, 2016; Widiastuti *et al.*, 2018; Zhang, 2015) Alat analisis yang digunakan yaitu Janis-Fadner Coefficient dengan rumus sebagai berikut:

- a. Jika jumlah yang dipublikasikan berhubungan dengan objek penelitian (e) lebih besar dari jumlah yang dipublikasikan tetapi tidak berhubungan dengan objek penelitian (c).

$$\frac{e^2 - ec}{t^2} \text{ if } e > c$$

- b. Jika jumlah yang dipublikasikan berhubungan dengan objek penelitian (e) sama dengan jumlah yang dipublikasikan tetapi tidak berhubungan dengan objek penelitian (c).

$$0 \text{ if } e = c$$

- c. Jika jumlah yang dipublikasikan berhubungan dengan objek penelitian (e) lebih besar dari jumlah yang dipublikasikan tetapi tidak berhubungan dengan objek penelitian (c).

$$\frac{ec - c^2}{t^2} \text{ if } c > e$$

### 3.2.2.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi atas uraian variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator Pengukuran Variabel	Skala
<b>Variabel Independen:</b> Intangible Asset	Menurut KIESO pada tahun 2010 yang menyebutkan bahwa aset tak berwujud adalah aset teridentifikasi non-moneter yang tidak dapat disentuh/diukur secara fisik.	natural logaritma total intangible asset:  <i>Intangible Assets =</i> <i>log (intangibile asset)</i> <i>Sejati dan Triyanto (2021)</i>  Logaritma natural dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan <i>intangibile asset</i> dari waktu ke waktu.	Rasio
<b>Variabel Moderasi:</b> Media Exposure	<i>Media exposure</i> merupakan sarana atau media yang digunakan oleh perusahaan untuk menyajikan informasi dari kondisi dan prospek	<i>Janis-Fadner Coefficient</i>	Rasio

	perusahaan agar mendapatkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan ( <i>stakeholder</i> ) (Fahmi, 2015).		
<b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan ( <i>Corporeate value</i> ) merupakan bagian dari kinerja perusahaan yang dapat dicerminkan melalui harga saham yang terbentuk atas permintaan dan penawaran pasar yang dimana hal tersebut mewakili penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Hartono, 2010).	$Price\ Book\ Value = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku}$ <p>Nilai perusahaan dapat di ukur melalui nilai harga saham di pasar yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil</p>	Rasio

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Pakpahan et al., (2021: 26), populasi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan dari objek atau subjek yang sudah ditetapkan karakteristik atau sifatnya

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

**PENGARUH INTANGIBLE ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIA EXPOSURE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor Customer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk kepentingan penelitian agar dapat ditarik suatu kesimpulan mengenai fenomena yang terjadi di sekitar populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *Customer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020- 2022.

### 3.3.2 Sampel

Sampel dapat merujuk pada bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi, yang dapat menjadi representasi dari populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel, seperti yang dijelaskan oleh Hermawan (2019)

menurut Sugiyono (2019) *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan karakteristik, sifat, atau ciri-ciri tertentu dari populasi yang akan diambil. Berikut tabel yang menjelaskan kriteria untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini:

**Tabel 3.4 Kriteria Pengambilan Sampel**

No	Karateristik Sampel	Jumlah
1	Perusahaan sub sector consumer goods industry yang Go Public sampai dengan tahun 2022	87
2	Perusahaan sub sector consumer goods industry yang telah Go public yang memiliki data laporan keuangan dan harga saham yang lengkap di bursa efek Indonesia periode 2020- 2022	40
<b>Total perusahaan yang menjadi sampel penelitian</b>		<b>40</b>
<b>Total perusahaan sampel penelitian (40x3 tahun)</b>		<b>120</b>

Sumber: idx.co.id (Data diolah, 2023)

Sampel pada penelitian ini berjumlah 40 perusahaan *sub sector consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan rentang waktu penelitian yaitu sebanyak 3 (tiga) tahun dari tahun 2020 – 2022 sehingga total



sampel yang didapat ada sebanyak 120 (40 dikali dengan 3 tahun periode pengamatan).

**Tabel 3.5 Sampel Penelitian**

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1.	<b>ADES</b>	PT Akasha Wira International Tbk
2.	<b>AISA</b>	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3.	<b>ANJT</b>	PT Austindo Nusantara Jaya Tbk
4.	<b>BEEF</b>	PT Estika Tata Tiara Tbk
5.	<b>BWPT</b>	PT Eagle High Plantations Tbk
6.	<b>CAMP</b>	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
7.	<b>CINT</b>	Chitose Internasional Tbk.
8.	<b>CPIN</b>	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk
9.	<b>DMND</b>	PT Diamond Food Indonesia Tbk
10.	<b>DPUM</b>	PT Dua Putra Utama Makmur Tbk
11.	<b>DVLA</b>	Darya-Varia Laboratoria Tbk
12.	<b>EPMT</b>	PT Enseval Putera Megatrading Tbk
13.	<b>GOOD</b>	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
14.	<b>HERO</b>	PT Hero Supermarket Tbk
15.	<b>HRTA</b>	Hartadinata Abadi Tbk
16.	<b>ICBP</b>	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
17.	<b>INAF</b>	Indofarma Tbk
18.	<b>INDF</b>	Indofood Sukses Makmur Tbk
19.	<b>JPFA</b>	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk
20.	<b>KINO</b>	Kino Indonesia Tbk
21.	<b>KLBF</b>	Kalbe Farma Tbk.
22.	<b>MERK</b>	Merck Tbk

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

**PENGARUH INTANGIBLE ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIA EXPOSURE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor Customer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

23.	<b>MPPA</b>	Matahari Putra Prima Tbk
24.	<b>PALM</b>	PT Provident Agro Tbk
25.	<b>PEHA</b>	Phapros Tbk
26.	<b>PSDN</b>	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk
27.	<b>PSGO</b>	PT Palma Serasih Tbk
28.	<b>PYFA</b>	Pyridam Farma Tbk
29.	<b>ROTI</b>	Nippon Indosari Corpindo Tbk
30.	<b>SIDO</b>	PT Industri Jamu dan Farmasi Tbk
31.	<b>SIPD</b>	PT Sreeya Sewu Indonesia Tbk
32.	<b>SOHO</b>	Soho Global Health Tbk
33.	<b>TCID</b>	PT Mandom Indonesia Tbk
34.	<b>TGKA</b>	Tigaraksa Satria Tbk
35.	<b>TSPC</b>	Tempo Scan Pacific
<b>No.</b>	<b>Kode Saham</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
36.	<b>ULTJ</b>	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk
37.	<b>UNVR</b>	Unilever Indonesia Tbk.
38.	<b>VICI</b>	PT Victoria Care Indonesia Tbk
39.	<b>WICO</b>	Wicaksana Overseas International
40.	<b>WIIM</b>	PT Wismilak Inti Makmur Tbk

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2009), “Dokumen merupakan catatan dari peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen tersebut bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”.Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, peraturan, kebijakan, dan lain-lain. Data dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan Perusahaan Sektor Consumers Goods Industry yang terdaftar di BEI Indonesia tahun 2020-2022 yang sudah dipublikasikan.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Dalam mendukung hasil penelitian, data yang digunakan akan dianalisis dengan data statistik melalui bantuan program SPSS dan Microsoft Excel. Adapun pengujian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### **3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Dalam metode analisis ini, data dikumpulkan lalu diinterpretasikan secara objektif sehingga menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian, dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi. Tujuan dari analisis statistik deskriptif untuk melihat distribusi dan perilaku dari data yang digunakan (Ghozali, 2016).

#### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Dalam mendapatkan estimasi penilaian data yang bersifat BLUE (best, linear, unbiased, and estimator) pada suatu penelitian, maka salah satu pengujian yang dapat dilakukan melalui uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan suatu persyaratan statistik yang wajib dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda berbasis ordinary least square. Uji yang sering dan umum digunakan dalam asumsi ini meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji linearitas. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### **3.5.2.1 Uji Normalitas**

Menurut (Ghozali, 2016a) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi di atas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji

One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

### **3.5.2.2 Uji Multikolinieritas**

Model regresi dapat dikatakan baik bila tidak terindikasi adanya multi kolinearitas. Multikolinieritas merupakan kondisi ketika dua atau lebih variabel independen pada suatu model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau nyaris sempurna. Pengujian multikolinieritas ditujukan untuk menguji ada dan tidaknya masalah multikolinieritas pada model regresi yang diteliti. Menurut Ghozali (2014), Pendeteksian multikolinieritas pada suatu model regresi dapat dilihat dari besaran Variance Inflation Factor atau VIF dan tolerance. Model regresi dapat dinyatakan terbebas dari multikolinieritas ketika  $VIF < 10$ , dan dinyatakan terindikasi multikolinieritas ketika tolerance value  $> 0,10$ .

### **3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

### **3.5.2.4 Uji Autokorelasi**

Menurut Ghozali (2014), pengujian autokorelasi bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya variabel kesalahan atau pengganggu pada periode t dengan variabel kesalahan atau pengganggu pada periode sebelumnya. Munculnya autokorelasi disebabkan adanya observasi berurutan sepanjang waktu satu dengan lainnya sehingga data kesalahan atau pengganggu tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian autokorelasi pada penelitian ini dilihat melalui

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

*PENGARUH INTANGIBLE ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIA EXPOSURE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor Customer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Durbin-Watson. Adanya gejala autokorelasi akan menyebabkan tidak tergambaranya variansi populasi dalam regresi linier dari variasi sampel yang diuji. Durbin-Watson Test (DW Test) terlebih dahulu diukur dengan menghitung nilai Durbin-Watson ( $d$ ) yang kemudian dibandingkan dengan batas atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_l$ ) dengan dasar pengambilan keputusan autokorelasi pada suatu data adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018, p. 112):

1. Apabila hasil pengujian  $0 < d < d_l$ , maka mengindikasikan tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan ditolak.
2. Apabila hasil pengujian  $d_l < d < d_u$ , maka mengindikasikan tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan no decision.
3. Apabila hasil pengujian  $4-d_l < d < d_u$ , maka mengindikasikan tidak ada autokorelasi negatif dengan keputusan ditolak.
4. Apabila hasil pengujian  $4-d_u < d < d_l$ , maka mengindikasikan tidak ada autokorelasi negatif dengan keputusan no decision.
5. Apabila hasil pengujian  $d_u < d < 4-d_u$ , maka mengindikasikan tidak ada autokorelasi positif atau negatif dengan keputusan tidak ditolak.

Gujarati (2003) mengungkapkan alternatif yang dapat dilakukan ketika terjadi kondisi gejala autokorelasi yakni menggunakan metode Cochrane-Orcutt dengan meminimumkan varian dari persamaan regresi dan melakukan transformasi pada persamaan tersebut.

### 3.5.3 Pengujian Hipotesis

#### 3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Romdhoni (2019: 97), model regresi berganda merupakan pengaruh yang terjadi antara lebih dari dua variabel, yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dua (2) model regresi untuk menguji hipotesis. Untuk memproses data statistik pada penelitian ini, digunakan software SPSS. Berikut ini merupakan rumus persamaan regresi yang digunakan:

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

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Intangible Asset

X<sub>2</sub> = Media Exposure

e = Tingkat error atau kesalahan dalam uji hipotesis

### 3.5.3.2 Analisis Regresi Moderasi

Variabel moderasi pada suatu model regresi dapat dilakukan pengujian menggunakan 3 (tiga) cara, yaitu uji selisih mutlak, uji residual, dan uji interaksi atau Moderated Regression Analysis (MRA). Alat yang dipilih peneliti untuk digunakan dalam pengujian moderasi pada penelitian ini adalah uji interaksi atau Moderated Regression Analysis (MRA) karena MRA merupakan alat ukur khusus regresi linear berganda yang dalam persamaannya mengandung interaksi yang dirumuskan dengan perkalian dua atau lebih variabel independen (Liana, 2009). Pendekatan analisis yang digunakan MRA adalah dengan mempertahankan integritas sampel sebagai dasar kontrol terhadap variabel moderator (Ghozali, 2014). Persamaan analisis regresi moderasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 Z + \beta_4 X_2 Z + e$$

(Ghozali, 2014; Liana, 2009)

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Intangible Asset

X<sub>2</sub> = Media Exposure

Z = Media Exposure

e = Tingkat error atau kesalahan dalam uji hipotesis

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

**PENGARUH INTANGIBLE ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIA EXPOSURE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor Customer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.5.3.3 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter b (uji korelasi) dengan menggunakan uji f statistik. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat digunakan uji F. Cara melakukan uji F adalah sebagai berikut:

#### 1. Merumuskan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh secara simultan variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Masing-masing hipotesis dijabarkan sebagai berikut:

- a. Nilai p-value < 0,05; H0 ditolak dan H1 diterima; artinya Terdapat pengaruh positif antara variabel Kinerja Keuangan dan Intangible Asset terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Nilai p-value > 0,05; H0 diterima dan H1 ditolak; artinya Tidak terdapat pengaruh positif antara variabel Kinerja Keuangan dan Intangible Asset terhadap Nilai Perusahaan.

2. Menentukan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$  Tingkat signifikansi 0.05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%. Dengan

$$DF1 = k - 1 =$$

$$DF2 = n - k - 1 =$$

#### 3. Menghitung Uji F (F-test)

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

Sumber: Sugiyono (2017.257)

Keterangan:

$R^2$ : Koefisien determinasi gabungan

K: Jumlah variabel independen

N: Jumlah sampel

#### 4. Kriteria pengambilan keputusan

Ilham Hafizh Fadhillah, 2023

**PENGARUH INTANGIBLE ASSET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MEDIA EXPOSURE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi pada perusahaan sektor Customer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.5.3.4 Uji Statistik T (Pengujian Secara Parsial)

Menurut Sudijono (2010), uji t atau t test adalah salah satu alat pengujian statistik untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis nihil yang menyatakan bahwa di antara dua rata-rata sampel yang diambil secara acak dari populasi yang sama tidak akan terdapat perbedaan yang signifikan. Pengujian ini dikenal pula dengan istilah uji parsial atau pengujian pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan lain daripada uji t ini untuk dapat mengetahui tingkat signifikansi koefisien regresi. Signifikansi koefisien regresi mencerminkan seberapa jauh variabel independen memengaruhi atau menerangkan variabel dependen secara individual (parsial). Berikut langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian ini:

#### 1. Penentuan $H_0$ dan $H_1$

- $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ ; tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen))
- $H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ ; terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen))

#### 2. Penentuan Level of Significance

- Level of Significance yang digunakan umumnya sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$

#### 3. Penentuan nilai t ( t hitung )

Penentuan nilai t dilakukan dengan melihat nilai t hitung dan membandingkannya dengan t tabel.

#### 4. Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan $H_0$

- Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima

### 3.5.3.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel independen yang menggambarkan variabel dependennya atau dengan kata lain melihat kontribusi atau seberapa jauh variabel bebas menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan melalui nilai R Square ( $R^2$ ) dengan



ketentuan jika nilai  $R^2$  mendekati nol menggambarkan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat semakin melemah, sementara jika nilai  $R^2$  mendekati 1 (satu), maka variabel bebas memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi pengaruh terhadap variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2014).

### 3.6 Perumusan Hipotesis

Pengujian berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

#### 1. Rumusan Hipotesis Pertama

$H_0: \beta_1 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh intangible asset terhadap nilai perusahaan.

$H_1: \beta_1 \neq 0$ , Terdapat pengaruh intangible asset terhadap nilai perusahaan.

#### 2. Rumusan Hipotesis Kedua

$H_0: \beta_2 = 0$ , Tidak terdapat pengaruh *Media Exposure* terhadap nilai perusahaan.

$H_1: \beta_2 \neq 0$ , Terdapat pengaruh *Media Exposure* terhadap nilai perusahaan.

#### 3. Rumusan Hipotesis Ketiga

$H_0: \beta_3 = 0$ , *Media Exposure* tidak memoderasi pengaruh intangible asset terhadap nilai perusahaan.

$H_1: \beta_3 \neq 0$ , *Media Exposure* dapat memoderasi pengaruh intangible asset terhadap nilai perusahaan.