

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah atribut atau sifat dan nilai dari suatu objek baik berupa orang, benda, transaksi, atau kejadian (Hardani et al., 2022). Objek penelitian ditetapkan oleh penulis untuk kemudian dikaji dan ditarik kesimpulan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah reputasi perusahaan dan ukuran perusahaan, kinerja keuangan sebagai variabel intervening, sedangkan nilai perusahaan sebagai variabel terikat (*dependent*). Kemudian penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Metode penelitian adalah sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data guna mencapai tujuan dan manfaat tertentu (Ramdhan, 2021). Adapun menurut Hardani et al. (2022) metode penelitian menjadi alat untuk mencari jawaban terhadap pemecahan masalah pada penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif asosiatif kausal menggunakan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan statistik dalam menganalisis data. Menurut Hardani et al. (2022, p. 160), terdapat kejelasan dalam teknik analisis data karena penelitian ditujukan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang sebelumnya telah dirumuskan. Metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif/statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2016, p. 8).

Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat asosiatif (hubungan) jenis kausal (sebab akibat). Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan hubungan kausal

yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2016, p. 37). Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk memperoleh data berkaitan dengan pengaruh reputasi perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan serta implikasinya terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengkaji kausalitas atau hubungan sebab akibat antar variabel. Dalam hal ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel reputasi perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan serta implikasinya terhadap nilai perusahaan

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan komponen utama dalam penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti untuk kemudian diteliti dan mendapatkan jawaban dari rumusan penelitian (Sahir, 2022, p. 16). Penetapan variabel kemudian perlu diberi penjabaran dan dioperasionalkan melalui beberapa indikator yang sesuai variabel dengan tujuan untuk mengukur dan mengumpulkan data yang relevan dengan penelitian (Pasaribu, 2022, p. 68). Berdasarkan judul penelitian, variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga jenis yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening.

3.2.2.1 Variabel Independen

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang menjadi penyebab perubahan atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain (Hardani et al., 2022). Variabel independen ini dapat mempengaruhi variabel dependen dengan bentuk hubungan yang dapat berupa korelasi atau sebab akibat (Darmanah & Garaika, 2019). Berikut ini merupakan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan aset tidak berwujud yang dapat berpengaruh positif pada penilaian pasar atau perusahaan. Reputasi menjadi hal yang harus dijaga nama baiknya supaya perusahaan tetap memiliki nilai yang baik di mata para pemangku kepentingan. Pengukuran reputasi perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Corporate Image Index (CII)* dari *Indonesia Most Admired*

Companies (IMAC) selama tahun 2020-2022 dengan skala dummy. Aturan umum dalam penentuan variabel dummy terdiri dari beberapa poin di bawah ini (Ulum, 2018):

- a) Variabel dengan m-kategori, hanya dibuat m-1 variabel dummy untuk menghindari multikolinieritas
- b) Penetapan nilai 0 dan 1 bersifat arbitrary (tanpa dasar) atau dapat ditukar antar kategori
- c) Kategori yang bernilai 0 disebut sebagai kategori dasar/kontrol/perbandingan
- d) D=1, menunjukkan keberadaan kategori tertentu (memiliki predikat reputasi)
D=0, menunjukkan tidak tergolong pada kategori tersebut

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala dummy sehingga perbankan yang mendapatkan peringkat 1 (*the best*) dan peringkat 2 (*excellence*) diberi nilai 1, sementara yang tidak diberi nilai 0. Pemberian nilai 1 didasarkan pada kategori yang cenderung mendukung hipotesis.

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai berdasarkan total aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, dan jumlah karyawan. Pengukuran ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Besarnya aset perusahaan menandakan bahwa ukuran perusahaan tersebut termasuk ke dalam kategori perusahaan besar. Semakin besar aset perusahaan maka diharapkan perusahaan mengalami peningkatan operasional yang mampu meningkatkan kepercayaan pihak eksternal terhadap perusahaan (Oktaviani, 2019). Rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Assets)$$

(Jogiyanto, 2015)

3.2.2.2 Variabel Dependen

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Hardani et al., 2022). Variabel dependen ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Darmanah & Garaika, 2019). Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel terikat.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini ditentukan melalui nilai *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan persepsi atau pandangan investor terkait tingkat keberhasilan perusahaan yang pada umumnya dikaitkan dengan harga saham (Mustika, 2017). Nilai PBV kurang dari 1 menandakan bahwa harga saham murah, sedangkan jika nilainya lebih dari 1 maka harga saham pada perusahaan tersebut cenderung mahal. PBV dijadikan acuan bagi investor untuk melihat valuasi saham suatu perusahaan sehingga dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan jual beli saham. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

(Weston dan Copelan, 2010)

3.2.2.3 Variabel Intervening

Variabel antara (*intervening variable*) adalah variabel yang menjadi antara atau penyelang antara hubungan variabel bebas dan tak bebas (Hardani et al., 2022). Dalam penelitian ini, variabel intervening yang digunakan adalah kinerja keuangan. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan perusahaan dalam mengukur kemampuannya dalam mendapatkan laba yang berkaitan dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Pengukuran profitabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Return on Equity* (ROE) sebagai alat untuk mengidentifikasi kinerja keuangan.

ROE merupakan salah satu informasi utama yang dilihat oleh investor pada suatu perusahaan. Informasi mengenai ROE penting bagi pemegang saham untuk mengetahui tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh manajemen perusahaan guna memberikan keuntungan bagi

pemegang saham itu sendiri. Besarnya nilai ROE membuktikan bahwa kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan pengembalian (*return*) semakin besar pula dan sebaliknya. Rumus dalam menghitung ROE yakni sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Kasmir, 2019)

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Reputasi Perusahaan (X1)	Reputasi merupakan aset berharga yang dapat menciptakan keunggulan daya saing (Larkin, 2003)	Perbankan yang mendapatkan peringkat 1 (<i>the best</i>) dan peringkat 2 (<i>excellence</i>) diberi nilai 1, sementara yang tidak diberi nilai 0	Nominal, skala dummy
Ukuran Perusahaan (X2)	Rasio yang dapat menunjukkan kondisi besar kecilnya perusahaan (Himawan, 2020)	Ukuran Perusahaan = $\ln(\text{Total Aset})$ - Total aset lancar dan aset tetap perbankan tahun 2020-2022	Rasio
Kinerja Keuangan (Y)	Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Jaya et al., 2023)	$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$ - Laba bersih perbankan tahun 2020-2022 Total ekuitas perbankan tahun 2020-2022	Rasio

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Z)	Nilai perusahaan menjadi penting perusahaan nilai perusahaan menjadi acuan utama bagi para investor untuk membeli saham (Himawan, 2020)	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$ - Harga saham sub sektor perbankan tahun 2020-2022 - Nilai buku saham sub sektor perbankan 2020-2022	Rasio

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan sekumpulan objek penelitian yang berfokus pada karakteristik atau sifat objek penelitian (Hardani et al., 2022). Sugiyono (2016) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi penelitian yang dipilih pada penelitian ini adalah perusahaan sub sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Adapun jumlah perusahaan yang menjadi populasi adalah 47 perusahaan yang kemudian perlu dilakukan pemilihan sampel lebih lanjut.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang dapat menggambarkan keadaan populasi. Teknik pengambilan sampel terdiri atas dua macam, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, dimana sampel ditentukan secara khusus berdasarkan tujuan penelitian (Hardani et al., 2022). Penggunaan metode *purposive sampling* ini juga didasarkan pada penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu (Darmanah & Garaika, 2019). Sampel dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
1	Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	47
2	Perbankan yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut periode 2020-2022	(2)
3	Perbankan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan periode 2020-2022	(1)
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria		44
Tahun Pengamatan (2020-2022)		3
Jumlah observasi data dalam penelitian		132

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan data pada **Tabel 3.2**, terdapat 44 perusahaan yang sesuai dengan kriteria penelitian dalam tahun pengamatan 2020-2022, sehingga jumlah seluruh sampel penelitian yang diobservasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 132. Berikut merupakan daftar perusahaan yang menjadi sampel penelitian:

Tabel 3.3 Daftar Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	AGRO	PT Bank Raya Indonesia Tbk
2.	AGRS	PT Bank IBK Indonesia Tbk.
3.	AMAR	PT Bank Amar Indonesia Tbk.
4.	ARTO	PT Bank Jago Tbk.
5.	BABP	PT Bank MNC Internasional Tbk.
6.	BACA	PT Bank Capital Indonesia Tbk
7.	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk.
8.	BBHI	PT Allo Bank Indonesia Tbk
9.	BBKP	PT Bank KB Bukopin Tbk
10.	BBMD	PT Bank Mestika Dharma Tbk.
11.	BBNI	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
12.	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
13.	BBSI	PT Krom Bank Indonesia Tbk
14.	BBTN	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
15.	BBYB	PT Bank Neo Commerce Tbk.

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
16.	BCIC	PT Bank JTrust Indonesia Tbk.
17.	BDMN	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
18.	BEKS	PT Bank Pembangunan Daerah Banten Tbk.
19.	BGTG	PT Bank Ganesha Tbk.
20.	BINA	PT Bank Ina Perdana Tbk.
21.	BJBR	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk
22.	BJTM	Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk
23.	BKSW	PT Bank QNB Indonesia Tbk
24.	BMAS	PT Bank Maspion Indonesia Tbk.
25.	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
26.	BNBA	Bank Bumi Arta Tbk
27.	BNGA	PT Bank CIMB Niaga Tbk
28.	BNII	PT Bank Maybank Indonesia Tbk
29.	BNLI	Bank Permata Tbk
30.	BSIM	Bank Sinarmas Tbk
31.	BSWD	Bank of India Indonesia Tbk
32.	BTPN	PT Bank BTPN Tbk
33.	BTPS	PT Bank BTPN Syariah Tbk.
34.	BVIC	Bank Victoria International Tbk
35.	DNAR	PT Bank Oke Indonesia Tbk.
36.	INPC	Bank Artha Graha Internasional Tbk
37.	MAYA	PT Bank Mayapada Internasional Tbk
38.	MCOR	PT Bank China Construction Bank Indonesia Tbk
39.	MEGA	Bank Mega Tbk
40.	NISP	PT Bank OCBC NISP Tbk
41.	NOBU	PT Bank Nationalnobu Tbk.
42.	PNBN	Bank Pan Indonesia Tbk
43.	PNBS	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk.
44.	SDRA	PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia, diolah (2023)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dari penelitian untuk mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2016). Menurut Hardani et al. (2022), teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan teknik pengambilan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen lalu mencatat data-data yang telah ada. Penelitian ini menggunakan

metode dokumentasi dari data laporan keuangan perbankan yang dipublikasikan pada website Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022 dan data peringkat reputasi dari *website Corporate Image Award* tahun 2020-2022.

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Secara umum, data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif bersumber dari data primer dan data sekunder (Hardani et al., 2022, p. 247). Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang berasal dari pemberian tidak langsung data kepada pengumpul data yang dapat dilakukan melalui orang lain atau dokumen seperti laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah dan lain lain sebagainya (Pasaribu, 2022). Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang mengacu pada laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 dan nilai *Corporate Image Index* tahun 2020-2022.

Tabel 3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis Data	Sumber Data
Laporan keuangan tahunan sub sektor perbankan pada tahun 2020-2022	www.idx.co.id
<i>Corporate Image Index</i> (CII)	https://www.imacaward.com/

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan data yang telah diolah sehingga hasil yang diperoleh dapat dengan mudah dimengerti oleh pembaca (Sahir, 2022). Analisis data merupakan proses akhir dari penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan, membuktikan hipotesis, dan menjelaskan fenomena yang menjadi latar belakang penelitian (Darmanah & Garaika, 2019). Pengelolaan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan bantuan *software* WarpPLS 8.0. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah sebuah cara untuk mengumpulkan, meneliti hasil pengumpulan data dan mengolah data tanpa adanya kesimpulan

(Andjarwati et al., 2021). Statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran objek yang diteliti. Dalam analisis ini, penyajian data dapat disajikan dalam bentuk tabel atau diagram, penentuan rata-rata (*mean*), modus, median, rentang serta simpangan baku (Nuryadi et al., 2017, p. 2).

3.5.2 Partial Least Square Path Modeling (PLS-SEM)

Structural Equation Model atau yang biasa disebut SEM merupakan salah satu teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat dengan mengintegrasikan analisis jalur dan analisis faktor (Hamid & Anwar, 2019). SEM terbagi menjadi dua jenis yaitu *Covariance-Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM) dan *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM). CB-SEM mensyaratkan ukuran sampel yang besar untuk menghasilkan estimasi yang akurat serta menggunakan skala pengukuran continuous dan interval (Hamid & Anwar, 2019).

Penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM) yang merupakan model persamaan *structural equation model* (SEM) berbasis varian yang dibentuk untuk menyelesaikan regresi berganda. PLS merupakan teknik statistika multivariant yang membandingkan variabel terikat berganda dan variabel bebas berganda (Evi & Rachbini, 2022). PLS menjadi metode analisis yang bersifat *powerfull* karena tidak didasarkan pada banyak asumsi dan tidak harus memiliki sampel penelitian berjumlah besar serta terdistribusi normal (Irwan & Adam, 2015). Pendekatan PLS tidak mensyaratkan data harus berdistribusi normal serta dapat menangani seluruh jenis skala pengukuran seperti nominal, ordinal, interval, dan rasio (Hamid & Anwar, 2019). Selain itu, PLS dapat digunakan pada konstruk reflektif maupun formatif (Hamid & Anwar, 2019). Tahapan analisis menggunakan menggunakan PLS-SEM dilakukan melalui lima proses tahapan sebagai berikut:

1. Konseptualisasi Model

Konseptualisasi model merupakan langkah pertama dalam analisis PLS-SEM. Definisi secara konseptual konstruk yang diteliti dan penentuan dimensionalitas masing-masing konstruk harus ditentukan dalam tahap ini.

Penelitian ini menggunakan indikator berbentuk formatif. Model formatif

ini memiliki karakteristik bahwa perubahan dalam indikator akan menyebabkan perubahan pada konstruk. Variabel atau indikator formatif merupakan indikator yang membentuk serta menyebabkan adanya penciptaan atau perubahan di dalam sebuah variabel laten (Haryono, 2016). Selanjutnya, arah kausalitas antar konstruk yang menggambarkan hubungan yang dihipotesiskan perlu ditentukan dengan jelas. Penelitian ini menganalisis pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*).

2. Menentukan Metode Analisis Algoritma

Langkah selanjutnya setelah tahap konseptualisasi model adalah menentukan metode analisis algorithm. Terdapat dua pengaturan algoritma yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model* dalam penelitian ini menggunakan pilihan *PLS Regression* yang merupakan algoritma standar dalam *software* yang dapat digunakan untuk konstruk formatif dan reflektif. *Inner model* dalam penelitian ini menggunakan *default* algoritma analisis pada *inner model* yang digunakan dalam *software* yaitu algoritma Warp3. Algoritma Warp3 mencoba mengidentifikasi hubungan antar variabel laten yang didefinisikan dari fungsi derivatif kurva U. Jenis hubungan ini dikenal dengan sebutan kurva S yang merupakan kombinasi dari dua hubungan kurva U (Kock, 2023).

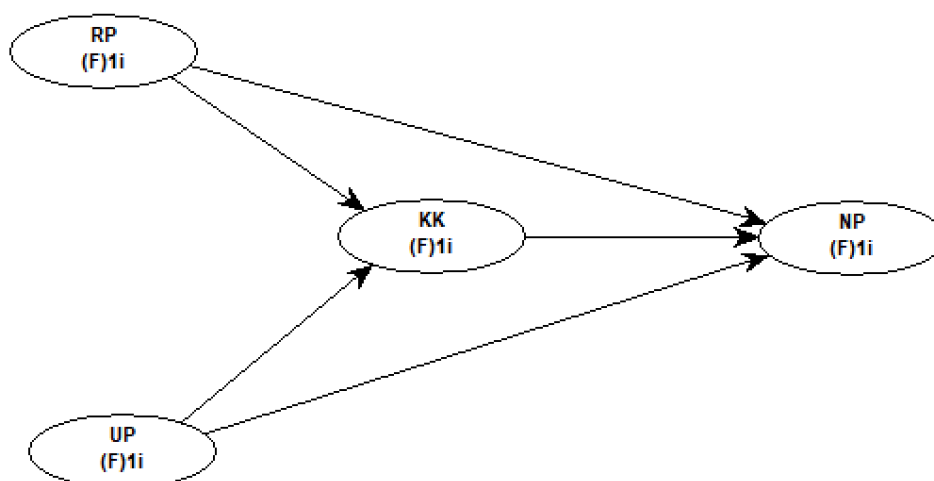
3. Menentukan Metode *Resampling*

Tahapan *resampling* merupakan tahap menentukan kembali penetapan sampel karena nilai signifikansi dari perkiraan model belum diketahui untuk menghitung kesalahan standar dan *P values* (Kock, 2023). Metode *resampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *stable 3*, yang menjadi *default resampling* dalam WarpPLS 8.0. Metode *stable 3* menghasilkan *P values* yang konsisten dan paling mendekati kesalahan standar yang sebenarnya dari perkiraan koefisien jalur dibandingkan dengan metode *resampling* lainnya (Kock, 2023).

4. Menggambar Diagram Jalur

Ghozali dan Latan (2014:61) merekomendasikan untuk menggunakan prosedur monogram reticular action modeling (RAM) dengan ketentuan dan gambar diagram jalur sebagai berikut:

- Konstruk teoritikal, menunjukkan variabel laten yang digambarkan dalam bentuk bulatan elips atau lingkaran
- Variabel observasi, menunjukkan indikator yang digambarkan dalam bentuk kotak
- Pengaruh hubungan antar konstruk yang ditunjukkan melalui arah panah tunggal dari masing-masing konstruk



Gambar 3.1. Model Penelitian

Keterangan:

RP : Reputasi Perusahaan

UP : Ukuran Perusahaan

KK : Kinerja Keuangan

NP : Nilai Perusahaan

5. Evaluasi Model

Evaluasi model dalam SEM-PLS terbagi menjadi dua, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Dalam penelitian ini, evaluasi model hanya difokuskan pada evaluasi model struktural (*inner model*) karena penelitian ini menggunakan model formatif. Evaluasi model pengukuran formatif dapat dilakukan dengan menentukan multikolinearitas. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan untuk menguji multikolinearitas. Nilai $VIF > 10$ mengindikasikan bahwa

terdapat gejala multikolinearitas (Haryono, 2016). Selanjutnya, evaluasi model struktural atau *inner model* dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.5 Kriteria Model Fit dan Quality Indices WarpPLS

Model Kriteria	Rule of Thumb
R-Square	0,67; 0,33; dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderate, dan lemah
Effect Size (f^2)	0,02; 0,15; 0,35 menunjukkan pengaruh kecil, moderat, dan besar
Q ²	Q ² >0 membuktikan bahwa model memiliki <i>predictive relevance</i> , sebaliknya jika Q ² <0 membuktikan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
Average path coefficient (APC)	P<0,05
Average R-squared (ARS)	P<0,05
Average adjusted R-squared (AARS)	P<0,05
Average block VIF (AVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)	small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)	acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)	acceptable if ≥ 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	acceptable if ≥ 0.7

Sumber: Haryono (2016)

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dikatakan sebagai jawaban sementara karena jawaban baru diberikan berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2016). Pengujian hipotesis merupakan suatu prosedur yang bertujuan untuk memutuskan apakah

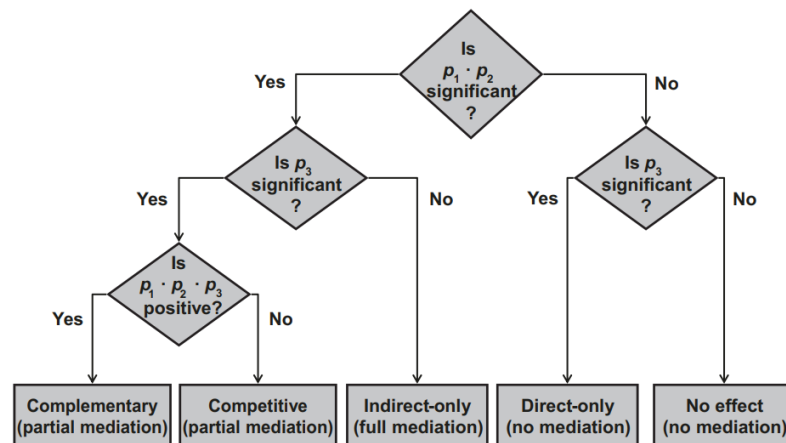
hipotesis diterima atau ditolak (Pasaribu, 2022). Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel bebas terhadap variabel terikat (Sahir, 2022).

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, perlu dilakukan adanya *screening data* untuk dapat memastikan bahwa data yang digunakan tidak mengandung *outlier* yang dapat berpengaruh kepada hasil penelitian yang bias. Data standar biasanya berkisar antara -4 hingga 4, sehingga data yang memiliki nilai di luar dari rentang tersebut diasumsikan sebagai data *outliers*. Apabila terdapat indikasi bahwa terdapat data *outlier* dalam data penelitian, data dapat dihilangkan kemudian penulis harus menginput ulang kembali file yang telah dimodifikasi untuk kemudian melanjutkan seluruh langkah analisis SEM (Kock, 2023).

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Tingkat signifikansi tersebut dapat diartikan bahwa terdapat kemungkinan 5% untuk mengambil keputusan yang salah, sedangkan 95% untuk kemungkinan mengambil keputusan yang benar. Berikut ini adalah dasar dalam pengambilan keputusan dalam penelitian ini:

- a. Jika $p\text{-value} \geq 0,05$, maka H_0 diterima
- b. Jika $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 ditolak

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap yaitu tahap untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Uji pengaruh tidak langsung yang dalam penelitian ini merupakan uji mediasi selanjutnya memerlukan serangkaian analisis yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3.1 Prosedur Analisis Mediasi

Sumber: J. F. Hair et al. (2021)

Berdasarkan **Gambar 3.1** di atas, $p_1 \cdot p_2$ merupakan nilai koefisien pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), sedangkan p_3 merupakan nilai koefisien pengaruh langsung (*direct effect*). Pada gambar dinyatakan bahwa terdapat lima jenis mediasi yang dapat terbentuk dalam sebuah model penelitian dengan penjelasan lebih lanjut sebagai berikut:

1. *Complementary partial mediation* terjadi apabila pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung signifikan, kemudian $p_1 \cdot p_2 \cdot p_3$ bernilai positif.
2. *Competitive partial mediation* terjadi apabila pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung signifikan, kemudian $p_1 \cdot p_2 \cdot p_3$ bernilai negatif.
3. *Indirect-only full mediation* terjadi apabila pengaruh tidak langsung signifikan, sedangkan pengaruh langsung tidak signifikan.
4. *Direct-only* terjadi apabila pengaruh tidak langsung tidak signifikan, sedangkan pengaruh langsung signifikan.
5. *No effect* terjadi apabila pengaruh tidak langsung dan pengaruh langsung tidak signifikan.

Di bawah ini merupakan rancangan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

Hipotesis 1 :

H_{01} : $\beta_1 \leq 0$, Reputasi perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

$H_{a1}: \beta_1 > 0$, Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

Hipotesis 2 :

$H_{02}: \beta_2 \leq 0$, Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

$H_{a2}: \beta_2 > 0$, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

Hipotesis 3 :

$H_{03}: \beta_3 \leq 0$, Reputasi perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

$H_{a3}: \beta_3 > 0$, Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 4 :

$H_{04}: \beta_4 \leq 0$, Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

$H_{a4}: \beta_4 > 0$, Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 5 :

$H_{05}: \beta_5 \leq 0$, Kinerja keuangan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

$H_{a5}: \beta_5 > 0$, Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 6 :

$H_{06} : \beta_6 = 0$, Kinerja keuangan tidak memediasi pengaruh reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan

$H_{a6}: \beta_6 \neq 0$, Kinerja keuangan memediasi pengaruh reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 7 :

$H_{07}: \beta_7 = 0$, Kinerja keuangan tidak memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

$H_{a7}: \beta_7 \neq 0$, Kinerja keuangan memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan