

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang mengambil judul pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai pasar pada perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 terdiri dari 2 variabel yang mempengaruhi dan satu variabel yang dipengaruhi. Menurut Suharsimi Arikunto (2006), Variabel yang mempengaruhi disebut variabel penyebab, variabel bebas atau independen (X), sedangkan variabel akibat disebut variabel tidak bebas, variabel tergantung, variabel terikat atau dependen (Y).

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel independen (X_1) adalah ukuran perusahaan yang diukur dengan *Ln Total asset* dan variabel independen (X_2) adalah profitabilitas yang diukur dengan *Return on equity* (ROE)
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah nilai pasar yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER).

Berdasarkan data yang diperoleh, dalam penelitian ini terdapat objek penelitian yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai pasar dengan subjek yang akan diteliti yaitu perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 pada tahun 2012-2016.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan objek penelitian dan juga untuk menguji hubungan antara variabel serta untuk menguji hipotesis.

Berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Muhammad Nasir (2005:54) mengemukakan bahwa metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status, sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskripsi adalah untuk membuat deskripsi, gambaran,

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2006:8), Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Dengan metode penelitian deskriptif diperoleh gambaran ukuran perusahaan, profitabilitas dan nilai pasar pada perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100. Sedangkan untuk pendekatan verifikatif berguna untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai pasar pada perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 dari tahun 2013 sampai 2016.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:51), desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan. Peneliti membuat suatu perencanaan agar pengerjaan penelitian dapat berlangsung dengan lancar, baik dan sistematis.

Menurut Husein Umar (2003:28), desain riset dibagi menjadi tiga macam:

1. Riset Eksploratif yaitu desain riset yang digunakan untuk mengetahui permasalahan yang belum diketahui (kelayakan riset).
2. Riset Deskriptif yaitu desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu (hubungan).
3. Riset Kausal yaitu untuk menguji hubungan “sebab akibat”.

Desain penelitian ini adalah kausal karena digunakan untuk membuktikan hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain. Desain penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai pasar pada perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 tahun 2012-2016.

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk mengukur jenis, indikator, rumus dan skala dari setiap variabel-variabel dalam penelitian, sehingga pengujian dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan penelitian. Operasionalisasi dari variabel dapat dilihat secara lebih rinci pada tabel 3.1 berikut ini:

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Rumus	Skala
Ukuran perusahaan (X_1) (merupakan suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan dinyatakan dalam total aset, total penjualan, nilai pasar saham (Setiawan 2009:165)).	Total Asset (Rasio ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, (Analisa,2011)).	Ukuran Perusahaan = $\ln Total Asset$	Rasio
Profitabilitas (X_2) (Merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. (Kasmir,2012:196)).	<i>Return on Equity</i> (ROE) (Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. (Hanafi dan Halim ,2012:82)	$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{modal saham}} \times 100\%$	Rasio
Nilai pasar (Y) (Rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi dipasar (Irham	<i>Price Earning Ratio</i> (Rasio ini menunjukkan perbandingan antara harga saham	$PER = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{EPS}$	Rasio

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

Fahmi, 2011:70))	di pasar dengan pendapatan yang diterima (Sofyan S. Harahap (2008:310))		
------------------	---	--	--

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:129), Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data sekunder, menurut Sugiyono (2010) menyatakan bahwa data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti buku teks, ensiklopedi, internet, majalah, surat kabar, jurnal, buletin, dsb.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, adapun sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2
Jenis Dan Sumber Data

No	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1	Perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 tahun 2012 sampai 2016	sekunder	www.sahamok.com
2	Laporan keuangan berupa data Total Asset, <i>Return On Equity</i> dan <i>Price Earning Ratio</i> perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 pada tahun 2012 sampai 2016	sekunder	ICDM www.idx.co.id

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu, yang berbentuk tulisan, gambar ataupun karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2010).

Dengan demikian teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mencari penelitian terdahulu, jurnal dan browsing web terkait objek dan subjek penelitian.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100 yaitu berjumlah 100 perusahaan.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Tujuan penentuan sample ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai pasar yang terdaftar di indeks Kompas 100.

Dari pengertian tersebut, maka penentuan sampel ditentukan dalam kriteria berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100.
2. Perusahaan yang terdaftar secara konsisten di indeks Kompas 100 pada tahun 2012 sampai 2016.
3. Perusahaan yang memiliki laporan keuangan yang lengkap pada tahun 2012 sampai 2016.

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

4. Tersedia data mengenai *Total Asset*, *Return On Equity* (ROE) dan *Price Earning Ratio* (PER) pada tahun 2012 sampai 2016.

Tabel 3.3
Perhitungan Kriteria Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di indeks Kompas 100	100
Perusahaan yang tidak terdaftar secara konsisten di indeks Kompas 100 pada tahun 2012 sampai 2016	(56)
Perusahaan yang tidak memiliki laporan keuangan yang lengkap pada tahun 2012 sampai 2016	(3)
Jumlah sampel penelitian	41

Berdasarkan kriteria diatas, terdapat 41 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini dapat dilihat secara lebih rinci pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.4
Sampel Penelitian

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
2	ADRO	Adaro Energy Tbk
3	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
4	AKRA	AKR Corporindo Tbk
5	APLN	Agung Podomolo Land Tbk
6	ASII	Astra Internasional Tbk
7	ASRI	Alam Sutra Realty Tbk
8	BBCA	Bank Central Asia (Persero) Tbk
9	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
10	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
11	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

12	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk
13	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk
14	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk
15	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
16	CTRA	Ciputra Development Tbk
17	DILD	Intiland Development Tbk
18	GGRM	Gudang Garam Tbk
19	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
20	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
21	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk
22	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk
23	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
24	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk
25	KLBF	Kalbe Farma Tbk
26	KIJA	Kawasan Industri Jababeka Tbk
27	LPCK	Lippo Cikarang Tbk
28	LPKR	Lippo Karawaci Tbk

Bersambung

Lanjutan

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan
29	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk
30	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk
31	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
32	PNBN	Bank Pan Indonesia Tbk
33	PWON	Pakuwon Jati Tbk
34	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk
35	SCMA	Surya Citra Media Tbk
36	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk
37	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
38	TBIG	Tower Bersama Infrastructure Tbk
39	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

40	UNTR	United Tractors Tbk
41	UNVR	Unilever Indonesia Tbk

3.6 Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.6.1 Rancangan Analisis data

Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan penelitian ini untuk memperoleh hasil apakah variabel bebas yaitu profitabilitas dan leverage terhadap variabel terikat yaitu nilai pasar, antara lain:

1. Menyusun kembali data yang diperoleh ke dalam bentuk tabel maupun grafik.
2. Analisis deskriptif terhadap ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Total Asset*.
3. Analisis deskriptif terhadap profitabilitas yang diukur dengan menggunakan *Retun On Equity*.
4. Analisis deskriptif terhadap nilai pasar yang diukur dengan menggunakan *Price Earning Ratio*.
5. Analisis statistik untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai pasar.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010) 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 umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif ini akan memberikan gambaran mengenai semua data yang akan diteliti dan juga mengetahui perkembangan dari variabel-variabel yang diteliti. Adapun alat untuk menguji variabel x dan y adalah sebagai berikut:

1. Variabel ukuran perusahaan dengan menggunakan *Total Asset*. *Total Assets* ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln Total Assets}$$

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

2. Variabel profitabilitas dengan menggunakan *return on equity* (ROE). ROE merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal Saham}} \times 100\%$$

3. Variabel nilai pasar menggunakan *Price Earning Ratio* (PER). PER merupakan rasio atau perbandingan antara harga saham terhadap earning perusahaan. *Price Earning Ratio* dihitung sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{EPS}}$$

3.6.3 Analisis Data Statistik

3.6.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi agar penelitian dapat dilanjutkan. Pada hakikatnya, uji asumsi klasik dilakukan pada saat melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik menurut Ghozali (2013:105) terbagi kedalam empat macam, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan mengetahui besarnya data yang terdistribusi secara normal dalam variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang terdistribusi normal memiliki arti bahwa data tersebut dianggap dapat mewakili populasi (Ghozali, 2013,160). Untuk menguji normalitas data adalah dengan uji *Jarque-Bera Test*. *Uji Jarque-Bera Test* digunakan untuk menguji apakah suatu sampel berasal dari atau dengan distribusi tertentu. Dalam hal ini distribusi normal, poisson, atau uniform. Pengambilan keputusan mengenai normalitas sebagai berikut:

1. Jika $P < 0,05$ maka distribusi data tidak normal

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

2. Jika $P > 0,05$ maka data distribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2013:105)

Beberapa indikator dalam mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya (Gujarati, 2006):

1. Nilai R^2 yang terlampaui tinggi, (lebih dari 0,8) tetapi tidak ada atau sedikit t- statistik yang signifikan.
2. Nilai F-statistik yang signifikan, namun t-statistik dari masing-masing variabel bebas tidak signifikan.

Untuk menguji masalah multikolinearitas dapat melihat matriks korelasi dari variabel bebas, jika terjadi koefisien korelasi lebih dari 0,80 maka terdapat multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2013:110) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW- test). Uji ini digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

Menurut Singgih Santoso (2012:242), untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi digunakan statistic D-W (Durbin Watson) dengan kriteria autokorelasi sebagai berikut :

- a. Jika nilai D-W dibawah -2, maka terdeteksi ada autokorelasi positif.

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2, maka terdeteksi tidak ada autokorelasi.
- c. Jika nilai D-W diatas +2, maka terdeteksi ada autokorelasi negatif.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang dipakai dalam penelitian terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013 :139). Apabila varians dari residual satu observasi ke observasi lain tetap disebut homoskedastisitas, sedangkan apabila varians dari residual satu ke observasi lain berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat residual tidak membentuk suatu pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3.2. Analisis regresi data panel

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi data panel. Menurut Winarno (2015:9) data panel merupakan gabungan antara data seksi silang (*cross section*) dan data runtut waktu (*time series*) akan membentuk data panel dan data *pool*.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data gabungan antara unit *cross section* meliputi 57 perusahaan yang terdaftar dalam indeks kompas 100 dan unit *time series* sebanyak 4 tahun yaitu 2012 sampai 2016. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan dengan menggunakan indikator *Ln Total Asset* dan profitabilitas dengan menggunakan indikator *Return on Equity (ROE)*. Keseluruhan variabel independen tersebut akan dianalisa dan diuji seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu nilai pasar yang menggunakan indikator *Price Earning Ratio(PER)* dan dihitung menggunakan akrual diskresioner (*accrual discretionery*) menggunakan data regresi panel. Alat pengelolaan data pada penelitian ini menggunakan *Software Microsoft Excel 2010*, dan *Eviews 10*.

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

Menurut Widarjono (2013: 355), ada tiga macam pendekatan model analisa dalam regresi data panel yaitu:

1. Pendekatan *Common Effect/ Non Effect*

Teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi data panel adalah hanya dengan mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Model *common effect* adalah model yang menggabungkan data tanpa melihat perbedaan antar waktu dan individu. Dalam pendekatan ini diasumsikan bahwa perilaku data antar perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu.

Hasil analisis regresi dianggap berlaku pada semua objek pada semua waktu. Pada model ini tidak di perhatikan dimensi waktu maupun indivisu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku individu tidak berbeda dalam berbagai kurun waktu. Persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta'X1it + \beta'X2it + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Pasar

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

$X1it$ = Ukuran Perusahaan; $i = 1,2,\dots,N;t = 1,2, \dots, T$

$X2it$ = Profitabilitas; $i = 1,2,\dots,N;t = 1,2, \dots, T$

N = adalah jumlah unit/individu *cross section*

T = adalah jumlah periode waktunya

E = errors

Dari cammon effect model ini akan dapat dihasilkan $N+T$ persamaan, yaitu sebanyak T persamaan *cross cammon section* dan sebanyak N persamaan *times series*.

2. Pendekatan Efek Tetap (*Fixed Effect Model*)

Model yang mengasumsikan adanya perbedaan intersep. Teknik model Fixed Effect adalah teknik mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel dummy untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Fixed Effect ini didasarkan adanya perbedaan intersep antar perusahaan namun intersepnya sama antar waktu. Akan tetapi model ini membawa kelemahan yaitu berkurangnya derajat kebebasan (degree of freedom) yang pada akhirnya mengurangi efisiensi

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

parameter. Merupakan suatu model yang dapat menunjukkan perbedaan konstans antar objek, meskipun dengan koefisien regresi yang sama. Model ini disebut juga dengan efek tetap. Efek tetap disini maksudnya adalah bahwa satu objek, memiliki konstan yang tetap besarnya untuk berbagai periode waktu. Demikian juga dengan koefisien regresinya, tetap besarnya dari waktu ke waktu. Persamaan model ini sebagai berikut:

$$Y_{it} = a_{io} + \beta_1 X_{it} + \beta_2 X_{it} + \beta_3 X_{it} + \beta_4 d_{1i} + \beta_5 d_{2i} + e$$

Keterangan :

a_{io} = o_i , i menunjukkan objeknya. Dengan demikian masing-masing objek memiliki konstanta yang berbeda.

d_{1i} = untuk objek pertama dan 0 untuk objek yang lainnya.

d_{2i} = untuk objek kedua dan 0 untuk objek yang lainnya.

3. Pendekatan Acak (*Random Effect Model*)

Model Random Effect adalah model yang akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Namun untuk menganalisis dengan metode efek random ini ada satu syarat, yaitu objek data silang harus lebih besar dari banyaknya koefisien.

Efek random digunakan untuk mengatasi kelemahan metode efek tetap yang menggunakan variabel semu, sehingga model mengalami ketidak-pastian. Tanpa menggunakan variabel semu, metode efek random menggunakan residual, yang diduga memiliki hubungan antarwaktu dan antar objek. Persamaan yang digunakan mirip dengan persamaan untuk efek tetap, kecuali konstantanya yang berbeda yaitu:

$$Y_{it} = a_0t + \beta_1 X_{it} + \beta_2 X_{it} + +e$$

Tidak seperti pada model efek tetap (a_0 dianggap tetap), pada model ini a_0 diasumsikan bersifat random, sehingga dapat dituliskan dalam persamaan $a_0 = a_0 + u_i, i = 1, \dots, n$.

Dalam penentuan model regresi panel mana yang tepat untuk digunakan maka dilakukan uji *chow-test* dan uji *hausman*. Uji *chow-*

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

test digunakan untuk menentukan pendekatan *common effect* atau pendekatan *fixed effect*. Sedangkan uji *Hausman* digunakan untuk menentukan antara pendekatan *fixed effect* atau pendekatan *random effect*, (Widarjono, 2013).

3.7.3.3. Pemilihan Model Analisis Regresi Data Panel

Dalam pemilihan model untuk analisis regresi data panel, peneliti melakukan Uji *Chow* dan Uji *Hausman* yang diajukan untuk menentukan apakah model data panel dapat diregresi dengan model *Common Effect*, model *Fixed Effect*, atau model *Random Effect*.

1. Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan apakah model data panel diregresi dengan model *Common Effect* atau dengan model *Fixed Effect*, apabila dari hasil uji tersebut ditentukan bahwa model *Common Effect* yang digunakan, maka tidak perlu diuji kembali dengan Uji *Hausman*. Jika nilai probabilitas (Prob.) untuk Cross-section $F > 0,05$ (ditentukan diawal sebagai tingkat signifikansi atau alpha) maka model yang terpilih adalah *Common Effect*, tetapi jika $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect*. Pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan *Choe-test* atau *Likelihood ratio test* sebagai berikut:

H_0 : model yang digunakan adalah model *Common Effect*.

H_a : model yang digunakan adalah model *Fixed Effect*.

2. Uji Hausman

Uji hausman digunakan untuk menentukan apakah model data panel diregresi dengan model *Fixed Effect* atau dengan model *Random Effect* (Widarjono,2013:365). Perhatikan nilai probabilitas (Prob.) Cross-section random. Jika nilainya $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Random Effect*, tetapi jika $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *Fixed Effect*. Pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan uji Hausman sebagai berikut:

H_0 : model yang digunakan adalah model *Random Effect*.

H_a : model yang digunakan adalah model *Fixed Effect*.

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010), Hipotesis yaitu Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, maka dilakukan pengujian secara kualitatif dengan menggunakan perhitungan statistik dengan menggunakan program Eviews. Rancangan pengujian hipotesis yang diuji untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti, dimana nol (H_0) merupakan hipotesis tentang adanya pengaruh, yang pada umumnya dirumuskan untuk ditolak sedangkan hipotesis tandingan (H_1) merupakan hipotesis penelitian.

3.7.4.1. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi adalah angka yang menunjukkan kuatnya hubungan antar dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen. Pengujiannya dapat menggunakan uji F. Uji F adalah membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Adapun rumus F_{hitung} sebagai berikut :

$$F = \frac{\frac{JK_{(reg)}}{K}}{\frac{JK_{(s)}}{(n - k - 1)}}$$

dimana:

$$JK_{(reg)} : b_1 \sum X_{1y} + b_2 \sum X_{2y}$$

$$JK_{(s)} : \sum Y^2 + JK_{(reg)}$$

Keterangan :

F : Nilai F_{hitung}

$JK_{(reg)}$: Jumlah Kuadrat Regresi

$JK_{(s)}$: Jumlah Kuadrat Sisa (Residual)

k : Jumlah Variabel Bebas

n : jumlah anggota sample

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

F_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} , taraf signifikannya 5% (α 0.05). Bila signifikannya lebih tinggi daripada tingkat keyakinannya, menunjukkan regresi berarti, barulah dilanjutkan dengan uji keberartian koefisien regresi dan sebaliknya. Prosedur uji F_{hitung} ini adalah sebagai berikut:

a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: regresi tidak berarti

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$: regresi berarti

b. Membuat keputusan uji F hitung

$F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig < taraf signifikansi 0.05 atau 5% atau 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai sig > taraf signifikansi 0.05 atau 5% atau 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7.4.2. Uji Keberartian Koefisien Regresi

Menurut Sugiyono (2010), Uji Keberartian Koefisien regresi digunakan untuk menganalisis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh atau hubungan antar variabel independen dan dependen dimana, salah satu variabel independen dibuat tetap atau dikendalikan. Uji keberartian koefisien regresi dilakukan apabila hasil yang ditunjukkan dengan uji koefisien regresi menunjukkan bahwa regresi berarti. t_{hitung} dapat dilihat dalam persamaan berikut :

$$t = \frac{\beta_i}{S\beta_i}$$

Dimana :

$$\begin{aligned} Sb_i &= \sqrt{\frac{S^2y_{.12\dots k}}{(\sum X^{2ij}) + (1-R^2i)}} \\ S^2y_{.12\dots k} &= \frac{\sum (Y_i - \hat{Y})^2}{n-k-1} \\ \sum X^{2ij} &= \sum (X_{ij} - \bar{X}_{ij})^2 \\ R^2i &= \frac{JK(reg)}{\sum Y^{2i}} \end{aligned}$$

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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

Sudjana (2003:111)

Keterangan :

t : nilai t_{hitung}

β_i : Koefisien regresi X_i

$S\beta_i$: kesalahan baku (standard error) koefisien regresi X_i

Selanjutnya pengujian terhadap hasil regresi dilakukan dengan menggunakan taraf signifikan pada derajat keyakinan 95% atau = 5%. Kriteria pengujiannya adalah :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Atau :

- Jika nilai sig < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika nilai sig > 0.05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pada penelitian uji t ini hipotesis yang digunakan adalah :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai pasar.
 $H_a : \beta_1 \neq 0$, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai pasar.
2. $H_0 : \beta_2 = 0$, profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai pasar.
 $H_a : \beta_2 \neq 0$, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai pasar.

Tiara Ratika Sari, 2018

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PASAR PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS 100

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