

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pemusatan pada kegiatan penelitian, atau dengan kata lain segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian (Sugiyono, 2002). Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah *internet financial reporting* terhadap reaksi pasar dengan CEO *Power* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori dengan data penelitiannya berupa angka-angka dan menggunakan statistik untuk melakukan analisis data (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini metode deskriptif bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan keberadaan satu atau lebih variabel. Penelitian ini meneliti hubungan kausal atau sebab akibat antara variabel bebas dan terikat, termasuk variabel moderasi. Variabel moderasi merupakan variabel yang dapat memoderasi pengaruh kedua variabel. Dalam penelitian ini CEO *power* digunakan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *internet financial reporting* terhadap reaksi pasar.

3.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.2.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah sifat atau karakteristik dari objek yang bervariasi dan perlu untuk diklasifikasikan dan didefinisikan secara operasional dengan jelas oleh peneliti (Hardani, 2020, hlm. 304). Adapun dalam penelitian ini variabel diklasifikasikan menjadi variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi yakni sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain (Hardani, 2020, hlm. 305). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Internet Financial Reporting (X)*. *Internet Financial Reporting (IFR)* merupakan bentuk penyajian informasi yang dilakukan menggunakan internet yakni melalui website perusahaan yang dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*). Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.8/POJK.04/2015 pasal 2 menjelaskan bahwa emiten atau perusahaan wajib memiliki situs website dan diharapkan memanfaatkan media tersebut sebaik mungkin dalam penyampaian informasi kepada publik. Kualitas IFR perusahaan dapat diukur menggunakan indeks IFR yang merupakan indikator item-item yang diungkapkan perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan indeks IFR yang dikembangkan oleh Almilia dan Budisusetyo (2009). Indeks IFR terdiri dari empat kategori dengan masing-masing bobot sebagai berikut: *content* (40%), *timeliness* (20%), *technology* (20%), dan *user support* (20%).

- a. *Content*, meliputi pengungkapan informasi keuangan yang dilakukan perusahaan di website untuk disajikan kepada publik. Jika pengungkapan dilakukan dalam format *HTML* akan diberikan 2 poin sedangkan untuk format *PDF* yaitu 1 poin. Skor maksimal yang diberikan yakni 30 poin.
- b. *Timeliness*, berkaitan dengan ketepatan waktu perusahaan dalam menyajikan dan atau memperbaharui informasi pada website perusahaan. Jika penyajian informasi di website diperbarui dan dilakukan tepat waktu maka akan diberikan 2 poin. Skor maksimal yang diberikan adalah 15.
- c. *Technology*, terkait dengan pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh perusahaan dalam pelaporan informasi keuangan melalui internet. Penggunaan teknologi yang tidak dapat disediakan oleh media cetak, akan membuat pengguna lebih maksimal dalam menggunakan informasi yang disajikan perusahaan dan akan diberikan skor maksimal 20.
- d. *User Support*, berkaitan dengan layanan-layanan dan fasilitas yang disediakan perusahaan pada website guna memudahkan pengguna dalam mengakses informasi di website perusahaan. Skor maksimal yang diberikan adalah 15.

$$\text{Indeks IFR: } \left(\frac{\text{Score}}{\text{Max}} \% \text{content} \right) + \left(\frac{\text{Score}}{\text{Max}} \% \text{time} \right) + \left(\frac{\text{Score}}{\text{Max}} \% \text{tech} \right) + \left(\frac{\text{Score}}{\text{Max}} \% \text{USP} \right)$$

Keterangan:

Score : Jumlah skor terhadap item dari suatu kategori

Max : Maksimal skor yang diberikan terhadap item dari suatu kategori

- % *content* : bobot penilaian kategori *content* yakni sebesar 40%
- % *time* : bobot penilaian kategori *timeliness* yakni sebesar 20%
- % *tech* : bobot penilaian kategori *technology* yakni sebesar 20%
- % *usp* : bobot penilaian kategori *user support* yakni sebesar 20%

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya (Hardani, 2020, hlm. 305). Variabel independen dalam penelitian ini yakni reaksi pasar yang diukur menggunakan *abnormal return*. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga dari sekuritas bersangkutan. Reaksi ini dapat diukur dengan menggunakan perhitungan *abnormal return*. Jika suatu peristiwa memiliki kandungan informasi maka dapat mengakibatkan *abnormal return* disekitar terjadinya peristiwa atau beredarnya informasi. Sebaliknya yang tidak mengandung informasi penting tidak memberikan *abnormal return* kepada pasar (Kurniawati & Lestari, 2011; Rajakulanajagam, 2019).

Abnormal Return adalah selisih antara return realisasi dengan return ekspektasi, yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut (Jogiyanto, 2010, hlm. 583):

Langkah yang dilakukan dalam menentukan *abnormal return*.

1. Mengumpulkan data harga harian saham perusahaan dan data IHSG selama tujuh hari yakni tiga hari sebelum tanggal pengungkapan, satu

hari pada tanggal pengungkapan, dan tiga hari setelah tanggal pengungkapan laporan tahunan pada website

2. Menghitung Nilai *Expected Return*

Untuk menentukan *expected return* menggunakan model *market adjusted model*. Menurut Kurniawati & Lestari (2011) pasar modal Indonesia bentuk efisien setengah kuat dan menghitung *expected return* dengan menggunakan *market adjusted model* adalah metode paling sesuai diantara kedua model yang lain. Penentuan *expected return* menggunakan model *market adjusted model* dimana *return* sekuritas yang diestimasi adalah sama dengan *return* indeks pasar. Model ini mengasumsikan bahwa seharusnya pendapatan perusahaan adalah sama dengan pendapatan pasarnya. Pendapatan pasar dapat dalam hal adalah IHSG Bursa Efek Indonesia

$$ER = \frac{R_{m_{it}} - R_{m_{it-1}}}{R_{m_{it-1}}}$$

Keterangan:

ER = Return ekspektasi

$R_{m_{i,t}}$ = IHSG sekarang periode ke t

$R_{m_{i,t-1}}$ = IHSG sebelumnya atau periode ke t-1

3. Menghitung Nilai *Actual Return*

Untuk menemukan return realisasi ($R_{i,t}$) dihitung dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

$R_{i,t}$ = Return realisasi sekuritas i pada periode ke t

$P_{i,t}$ = Harga sekarang sekuritas i pada periode ke t

$P_{i,t-1}$ = Harga sebelumnya sekuritas i atau harga pada periode ke t-1

4. Menghitung nilai *abnormal return*

Untuk menghitung nilai *abnormal return* digunakan rumus sebagai berikut:

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - ER_{i,t}$$

Keterangan:

$AR_{i,t}$ = *Abnormal Return* sekuritas i pada periode ke t

$R_{i,t}$ = Return realisasi sekuritas i pada periode ke t

$ER_{i,t}$ = Return ekspektasi sekuritas i pada periode ke t

5. Menghitung nilai *average abnormal return*

Average abnormal return merupakan rata-rata *abnormal return* dari semua jenis saham yang sedang dianalisis. Perhitungan *average abnormal return* dilakukan untuk mengetahui rata-rata *abnormal return* sebelum dan sesudah tanggal pengungkapan.

$$AAR_{i,t} = \frac{\sum_i^k AR_{i,t}}{k}$$

Keterangan:

$AAR_{i,t}$: *Average abnormal return* sekuritas i pada periode ke t.

$AR_{i,t}$: *Abnormal return* sekuritas i pada periode ke t.

k= Jumlah sekuritas

3. Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel bebas dengan variabel tak bebas (Hardani, 2020, hlm. 306). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderasi yakni CEO *Power* yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *internet financial reporting* dengan reaksi pasar. CEO *Power* merupakan kekuatan yang dimiliki oleh seorang CEO dalam jabatannya sebagai pemimpin perusahaan. Dalam implementasi tata kelola perusahaan yang baik, seseorang yang memiliki *power* untuk membuat keputusan yang terkait dengan strategi dan kinerja perusahaan adalah CEO serta memiliki tanggung jawab langsung terhadap keberhasilan pengelolaan perusahaan. Finkelstein (1992), mengusulkan pengukuran kekuatan CEO yang terdiri dari empat dimensi agar dapat sepenuhnya menangkap kompleksitas kekuatan CEO. Oleh karena itu, digunakan CEO *Power Index* mengacu pada penelitian Haider & Fang, (2018) dan Wu et al (2011) berdasarkan lima indikator. Setiap indikator yang memenuhi kriteria penilaian diberikan skor 1. CEO *power index* merupakan penjumlahan skor yang dapat bernilai 0 (*least powerful*) sampai dengan 5 (*powerful*).

Tabel 3.1
Indeks CEO *Power*

Dimensi Kekuatan	Indikator		Deskripsi
<i>Expert Power</i>	Sertifikasi		CEO memiliki setidaknya satu sertifikasi profesional

	Masa Jabatan		CEO memiliki masa jabatan lebih tinggi dari rata-rata masa jabatan
<i>Ownership Power</i>	Kepemilikan Saham		Proporsi kepemilikan saham CEO lebih tinggi dari rata-rata kepemilikan saham CEO
	Kepemilikan Institusional		Proporsi kepemilikan institusional lebih tinggi dari rata-rata proporsi kepemilikan institusional
<i>Prestige Power</i>	Pendidikan		Tingkat Pendidikan CEO adalah setingkat magister atau lebih tinggi.

Sumber: Haider dan Fang (2018)

3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, indikator dan skala untuk memperoleh nilai variabel. Berikut adalah operasionalisasi variabel dari penelitian ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen: <i>Internet Financial Reporting (X)</i>	IFR adalah suatu pengungkapan informasi menggunakan media internet melalui website perusahaan (Lai et al., (2019))	Indeks IFR	Rasio
Variabel Dependen: Reaksi Pasar(Y)	Reaksi pasar merupakan respon yang diperlihatkan oleh pelaku pasar dalam aktivitas di pasar modal (Madura., 2005). Reaksi pasar dapat diukur dengan menggunakan <i>abnormal return</i> (Rajakulanajagam, 2019). <i>Abnormal Return</i> merupakan selisih antara return realisasi dan return ekspektasi.	<i>Abnormal Return</i>	Rasio

Variabel Moderasi: CEO <i>Power(Z)</i>	CEO <i>power</i> adalah kekuatan yang dimiliki seorang CEO perusahaan dalam mempengaruhi keputusan perusahaan (Stephen, 2019)	CEO <i>Power index</i>	Rasio
---	---	------------------------	-------

3.2.3 Populasi dan Sampel

3.2.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016, hlm. 135). Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah perusahaan-perusahaan sektor manufaktur berjumlah 184 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019. Pemilihan periode pengamatan penelitian tahun 2019, dimana belum terdapat penelitian menggunakan tahun pengamatan tersebut dan peneliti ingin menguji pengaruh dari IFR ketika pasar modal Indonesia semakin berkembang yang dicerminkan dari peningkatan jumlah investor dan jumlah perusahaan tercatat di BEI.

3.2.3.2 Sampel Penelitian

Pemilihan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif untuk memahami informasi dengan sumber tertentu (Wijaya, 2013, hlm. 28). Kriteria yang digunakan dalam penarikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019
2. Perusahaan manufaktur yang memiliki website dan mempublikasikan laporan tahunan melalui website pada tahun 2019
3. Tanggal publikasi di website perusahaan pada tahun 2019 dapat diketahui
4. Perusahaan manufaktur yang memiliki data yang lengkap terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian

Tabel 3.3
Kriteria Sampel Penelitian

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2019	184
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki website	(4)
3.	Perusahaan tidak mempublikasikan laporan tahunan melalui website pada tahun 2019	(4)
4.	Tanggal publikasi di website perusahaan tidak dapat diketahui	(45)
5.	Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap terkait variabel penelitian	(5)
	Jumlah Sampel	126

Berdasarkan *purposive sampling* maka perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI dan memenuhi kriteria sampel penelitian adalah sebanyak 126 perusahaan. Berikut daftar perusahaan yang sesuai dengan kriteria penelitian:

Tabel 3.4
Sampel Penelitian

No.	Kode	Perusahaan	No.	Kode	Perusahaan
1	INTP	Indocement Tunggal Prakasa Tbk	64	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
2	SMBR	Semen Baturaja Tbk	65	IMAS	Indomobil Sukses Internasional Tbk
3	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk	66	INDS	Indospring Tbk
4	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	67	MASA	Multistrada Arah Sarana Tbk
5	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk	68	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
6	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk	69	ADMG	Polychem Indonesia Tbk
7	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	70	ARGO	Argo Pantes Tbk
8	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	71	BELL	Trisula Textile Industries Tbk
9	CAKK	Cahayaputra Asa Keramik Tbk	72	CNTX	Century Textile Industry Tbk
10	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	73	ERTX	Eratex Djaja Tbk
11	MARK	Mark Dynamics Indonesia Tbk	74	ESTI	Ever Shine Tex Tbk
12	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	75	MYTX	Asia Pacific Investama Tbk
13	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	76	POLU	Golden Flower Tbk
14	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk	77	SRIL	Sri Rejeki Isman Tbk
15	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk	78	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk
16	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk	79	TRIS	Trisula International Tbk

17	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk	80	UCID	Uni Charm Indonesia Tbk
18	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk	81	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk
19	GGRP	Gunung Raja Paksi Tbk	82	ZONE	Mega Perintis Tbk
20	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk	83	CCSI	Communication Cable Systems Indonesia Tbk
21	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	84	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk
22	KRAS	Krakatau Steel (Persero) Tbk	85	JECC	Jembo Cable Company Tbk
23	LION	Lion Metal Works Tbk	86	KBLM	Kabelindo Murni Tbk
24	LMSH	Lionmesh Prima Tbk	87	SCCO	Supreme Cable Manufacturing Corporation Tbk
25	NIKL	Pelat Timah Nusantara Tbk	88	VOKS	Voksel Electric Tbk
26	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk	89	PTSN	Sat Nusapersada Tbk
27	TBMS	Tembaga Mulia Semanan Tbk	90	JSKY	Sky Energy Indonesia Tbk
28	BRPT	PT. Barito Pacific Tbk	91	SLIS	Gaya Abadi Sempurna Tbk
29	AGII	Aneka Gas Industri Tbk	92	ADES	Akasha Wira International Tbk
30	EKAD	Ekadharma International Tbk	93	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
31	SRSN	PT. Indo Acitama Tbk	94	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
32	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	95	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
33	TDPM	Tridomain Performance Materials Tbk	96	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
34	TPIA	Chandra Asri Petrochemical	97	DLTA	Delta Djakarta Tbk

35	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	98	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
36	MDKI	Emdeki Utama Tbk.	99	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
37	APLI	Asiaplast Industries Tbk	100	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
38	BRNA	Berlina Tbk	101	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk
39	ESIP	Sinergi Inti Plastindo Tbk	102	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
40	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk	103	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
41	PBID	Panca Budi Idaman Tbk	104	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
42	SMKL	Satyamitra Kemas Lestari Tbk	105	PSGO	Palma Serasih Tbk
43	TRST	Trias Sentosa Tbk	106	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
44	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	107	MYOR	Mayora Indah Tbk
45	MAIN	Malindo Feedmill Tbk	108	STTP	Siantar Top Tbk
46	SIPD	Sierad Produce Tbk	109	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk
47	SINI	Singaraja Putra Tbk	110	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
48	SULI	SLJ Global Tbk	111	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk
49	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk	112	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk
50	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk	113	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
51	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	114	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
52	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk	115	INAF	Indofarma Tbk
53	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk	116	KLBF	Kalbe Farma Tbk
54	SPMA	Suparma Tbk	117	PEHA	Phapros Tbk

55	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	118	PYFA	Pyridam Farma Tbk
56	INCF	Indo Komoditi Korpora Tbk	119	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk
57	INOV	Inocycle Technology Group Tbk	120	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
58	ARKA	Arkha Jayanti Persada Tbk	121	KINO	Kino Indonesia Tbk
59	ASII	Astra International Tbk	122	TCID	Mandom Indonesia Tbk
60	AUTO	Astra Otoparts Tbk	123	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
61	BOLT	Garuda Metalindo Tbk	124	CINT	Chitose International Tbk
62	GMFI	Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk	125	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk
63	GDYR	Goodyear Indonesia Tbk	126	WOOD	Integra Indocabinet Tbk

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

3.2.4.1 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang diukur dalam skala numerik (angka) dan dapat diproses menggunakan rumus matematika atau juga dianalisis menggunakan sistem statistik (Kuncoro, 2013).

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung yang diperoleh melalui media perantara. Dalam penelitian ini data sekunder berupa dokumen laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dapat diakses melalui situs website masing-masing perusahaan atau melalui (www.idx.co.id), data indeks harga saham gabungan data data harga saham penutupan perusahaan yang diakses melalui (www.yahoofinance.com), dan (id.investing.com).

3.2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan dalam sebuah penelitian.

3.2.5.1 Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2018) statistik deskriptif memberikan gambaran atau penjelasan mengenai suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum. Statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran dari *internet financial reporting*, *abnormal return*, dan *CEO power*.

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengukur kelayakan data sebelum dilakukan analisis hipotesis untuk mengetahui beberapa penyimpangan pada data yang digunakan dalam penelitian, meliputi pengujian berikut:

3.2.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen yang terdapat pada model regresi memiliki distribusi normal. Jika data yang dihasilkan tidak terdistribusi normal, maka tes statistis yang dilakukan tidak valid (Ghozali, 2016, hal. 154). Untuk menguji normalitas data maka dilakukan uji statistik non kolmogrov-Smirnov (K-S) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $\text{Sig} > \alpha (0,05)$ maka data berdistribusi normal
- b. Jika $\text{Sig} < \alpha (0,05)$ maka data berdistribusi tidak normal

3.2.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homokedastisitas. Untuk menguji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $\text{Sig} > \alpha (0,05)$ maka tidak terjadi heterokedastisitas
- b. Jika $\text{Sig} < \alpha (0,05)$ maka terjadi heterokedastisitas

3.2.5.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi atau signifikan berarti ada aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji multikolinearitas dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*). Kriteria keputusan yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai VIF < 10 atau memiliki tolerance $> 0,1$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas
- b. Jika nilai VIF > 10 atau memiliki tolerance $< 0,1$, maka terdapat masalah multikolinearitas

3.2.6 Pengujian Hipotesis

Berikut hipotesis dalam penelitian ini:

Hipotesis 1

- a. $H_0 : \beta = 0$, artinya *internet financial reporting* tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar
- b. $H_1 : \beta \neq 0$, artinya *internet financial reporting* berpengaruh terhadap reaksi pasar

Hipotesis 2

- a. $H_0 : \beta = 0$, artinya *CEO Power* tidak berpengaruh terhadap reaksi pasar
- b. $H_1 : \beta \neq 0$, artinya *CEO Power* berpengaruh terhadap reaksi pasar

Hipotesis 3

- a. $H_0 : \beta = 0$, artinya *CEO Power* tidak memoderasi pengaruh *internet financial reporting* terhadap reaksi pasar
- b. $H_1 : \beta \neq 0$, artinya *CEO Power* mampu memoderasi pengaruh *internet financial reporting* terhadap reaksi pasar.

3.2.6.1 *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Moderated Regression Analysis (MRA) atau yang biasa disebut uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. (Ghozali, 2016). MRA digunakan untuk mengetahui apakah variabel *CEO power* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan *internet financial reporting* terhadap reaksi pasar.

Model pengujian dalam persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + e$$

63

Keterangan:

\hat{Y} : Reaksi Pasar

a : Konstanta

X_1 : *Internet Financial Reporting*

X_2 : *CEO Power*

b_1 - b_3 : Koefisien regresi

e : Error

3.2.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2013)