

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian adalah *Earning Per Share*, harga saham dan *Dividend Per Share* pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode 2008-2022.

3.1.1 Sejarah Singkat PT. Unilever Indonesia Tbk

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan multinasional yang bergerak pada bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di Indonesia. PT Unilever Indonesia telah berkiprah lebih dari 80 tahun, yang pertama kali didirikan pada 5 Desember 1933. Pada saat didirikan pertama kali perusahaan ini bernama “Lever’s Zeepfabrieken N.V.”, namun pada tanggal 22 Juli 1980 diubah menjadi “PT Unilever Indonesia”, perusahaan mengalami perubahan nama lagi menjadi “PT Unilever Indonesia Tbk.” pada tanggal 30 Juni 1997. PT. Unilever Indonesia Tbk pertama kali terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada 11 Januari 1982 dengan kode “UNVR”.

PT Unilever Indonesia Tbk memproduksi berbagai macam produk seperti deterjen, sabun mandi, bumbu masak, kosmetik, es krim, minuman. PT Unilever Indonesia Tbk juga menaungi berbagai merk terkenal seperti Rinso, Bango, Royco, Sunlight, Sariwangi, Vaseline, Rexona, Clear, Sunsilk, Dove, Lux, Livebouy dan Pepsodent.

3.1.2 Logo, Visi dan Misi PT. Unilever Indonesia Tbk

3.1.2.1 Logo



Gambar 3.1

Logo PT. Unilever Indonesia Tbk.

3.1.2.2 Visi PT. Unilever Indonesia Tbk

Visi dari PT Unilever Indonesia Tbk adalah “Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari masyarakat Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia secara positif setiap harinya.

3.1.2.3 Misi PT. Unilever Indonesia Tbk

Misi dari PT. Unilever Indonesia Tbk adalah sebagai berikut:

- a. Bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- b. Membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
- c. Menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan bagi dunia.
- d. Senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan dan meningkatkan dampak sosial.

3.1.3 Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk

Struktur organisasi adalah susunan dan hubungan antar bagian dalam sebuah organisasi, dengan tujuan menetapkan sebuah organisasi dapat beroperasi, dan membantu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berikut ini merupakan struktur organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk:

Tabel 3.1 Struktur Organisasi

Dewan Komisaris	
Jabatan	Nama
Presiden Komisaris	Sanjiv Mehta
Komisaris Independen	Alexander Rusli
Komisaris Independen	Alissa Wahid
Komisaris Independen	Debora Herawati Sadrach
Komisaris Independen	Fauzi Ichsan
Komisaris Independen	Ignasius Jonan
Direksi	
Presiden Direktur	Ira Noviarti
Direktur <i>Integrated Operations</i>	Enny Hartati Sampurno
Direktur <i>Human Resources</i>	Willy Saelan
Direktur <i>Personal Care</i>	Ainul Yaqin
Direktur <i>Sales</i>	Hernie Raharja
Direktur <i>Home Care</i>	Shiv Sahgal
Direktur <i>Nutrition</i>	Amaryllis Esti Wijono
Direktur <i>Ice Cream</i>	Anindya Garini Hira Murti Triadi
Direktur <i>Beauty & Wellbeing</i>	Sandeep Kohli
Direktur <i>Finance</i>	Vivek Agarwal
Direktur <i>Supply Chain</i>	Alper Kulak
Direktur dan Sekretaris Perusahaan	Nurdiana Darus

Sumber : www.unilever.co.id (diakses 10 November 2023)

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis verifikatif. Menurut Sugiyono (2019: 7) menjelaskan bahwa metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Menurut Muharto dan Arisandy (2016: 3) menyatakan bahwa metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran suatu pengetahuan, menentukan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis dengan perhitungan statistik untuk memperoleh hasil pembuktian yang menunjukkan penerimaan atau penolakan suatu hipotesis.

3.2.1 Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Satuan (4)	Skala (5)
<i>Earning Per Share</i> (X)	Rasio yang membandingkan antara <i>earning after tax</i> dengan jumlah saham yang beredar.	$\frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$	Rupiah (Rp)	Rasio
<i>Dividend Per Share</i> (Z)	Rasio yang digunakan untuk mengukur berapa besar dividen yang dibagikan pada setiap saham yang beredar.	$\frac{\text{Dividend Tunai}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$	Rupiah (Rp)	Rasio
Harga Saham (Y)	Harga pada waktu terakhir saat saham tersebut ada pada pasar modal yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham.	<i>Closing Price</i>	Rupiah (Rp)	Rasio

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Studi Dokumentasi. Data yang diperoleh berasal dan dapat diakses bebas pada situs PT. Unilever Indonesia Tbk. (www.unilever.co.id), laporan keuangan perusahaan yang di-publish oleh Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan Yahoo *Finance* (www.finance.yahoo.com). Data yang diperlukan yaitu *Earning Per Share*, *Dividend Per Share* dan Harga Saham.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

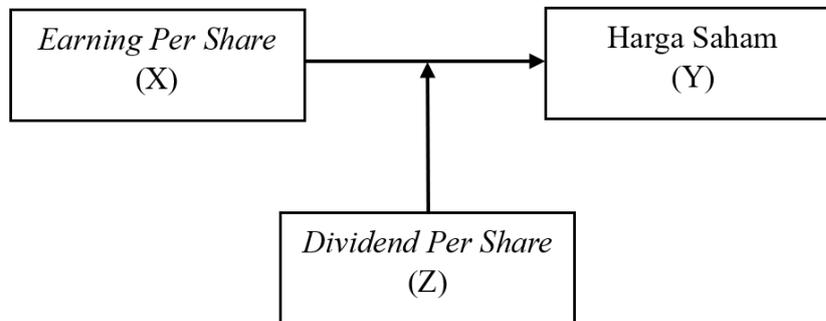
Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan sifatnya adalah data kuantitatif yaitu data yang berupa angka atau statistik. Jenis data berdasarkan cara memperolehnya adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain atau berasal dari dokumen.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari situs PT. Unilever Indonesia Tbk. (www.unilever.co.id), laporan keuangan pada Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan Yahoo *Finance* (www.finance.yahoo.com) yang dapat diakses secara terbuka (*open access*). Selain itu, terdapat data lain yang diperoleh dari sumber kepustakaan dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Model Penelitian

Untuk mendeskripsikan gambaran umum mengenai pengaruh *Earning Per Share* (X) terhadap Harga Saham (Y) yang dimoderasi *Dividend Per Share* (Z).

Maka dapat dibuat sebuah model penelitian berdasarkan kerang pemikiran sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang telah diperoleh pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa alat analisis sebagai berikut:

3.4.1 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan metode pengujian yang bertujuan agar hasil uji regresi terbebas dari penyimpangan atau yang mengganggu ketepatan dari hasil analisis dalam penelitian. Terdapat beberapa uji asumsi klasik dengan pendekatan *Ordinary Least Squared (OLS)* meliputi:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018: 161) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi pada variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi yang normal atau tidak normal. Jika data yang berdistribusi bersifat normal dapat dikatakan valid dalam uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal, dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov-*

Smirnov Test. Uji normalitas ini memiliki ketentuan, apabila nilai signifikansi lebih dari 5% (0.05) maka data memiliki distribusi yang normal, begitu pula sebaliknya.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018: 107) uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi atau hubungan antar variabel bebas. Teknik yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah uji *Variabel Inflation Factor* (VIF). Kriteria uji VIF nilainya harus < 10 , jika hasilnya < 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018: 112) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya $t-1$. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji *Lagrange Multiplier* (*LM Test*). Kriteria *LM Test* membandingkan X^2 hitung dengan X^2 tabel, jika X^2 hitung lebih kecil dari X^2 tabel maka tidak ada masalah autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018: 137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan ke residual pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Kriteria uji Glejser nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5. Uji Lineartias

Uji lineartias berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak dengan variabel terikat. Metode yang dapat digunakan untuk pengujian linearitas dapat menggunakan uji *Ramsey Reset*. Kriteria Ramsey Reset jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka data terdistribusi normal.

3.4.2 Analisis Regresi Moderasi

Analisis ini merupakan analisis yang digunakan khusus untuk regresi moderasi yang dimana dalam model ini mengandung variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019: 39) Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan dependen. Uji moderasi pada penelitian ini dilakukan dengan variabel *Earning Per Share* (X), Harga Saham (Y), dan *Dividend Per Share* (Z) sebagai variabel moderasi.

Suliyanto (2011: 206) membagi jenis variabel moderasi berdasarkan interaksinya sebagai berikut:

1. Variabel Moderasi Prediktor

Variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi (Z) yang berhubungan dengan variabel kriteria (Y) dan atau prediktor (X), tetapi tidak berinteraksi dengan variabel prediktor (X) yang mengakibatkan variabel tersebut merupakan variabel *Intervening*, *Exogen*, *Antecedent* atau prediktor.

2. Variabel Moderasi *Homologizer*

Variabel yang diidentifikasi sebagai variabel moderasi (Z) tidak berhubungan dengan variabel kriteria (Y) dan atau prediktor (X) serta tidak berinteraksi dengan variabel prediktor (X) sehingga dikatakan variabel moderasi *homologizer*.

3. Variabel Moderasi *Quasi*

Variabel yang diidentifikasi sebagai variabel moderasi (Z) berhubungan dengan variabel kriteria (Y) dan atau variabel prediktor (X) dan juga berinteraksi dengan variabel prediktor (X), sehingga dikatakan variabel moderasi *quasi*.

4. Variabel Moderasi Murni

Variabel yang diidentifikasi sebagai variabel moderasi (z) tidak berhubungan dengan variabel kriteria (Y) dan atau variabel prediktor (X), namun memiliki interaksi dengan variabel prediktor (X), sehingga dikatakan variabel moderasi murni.

Menurut Suliyanto (2011: 212) untuk menguji analisis variabel moderasi pada penelitian ini, dilakukan dengan metode uji interaksi atau MRA (*Moderated Regression Analysis*) dengan bentuk persamaan sebagai berikut:

1. Tanpa Melibatkan Variabel Moderasi

$$Y = a + B_1X + E$$

2. Melibatkan Variabel Moderasi

$$Y = a + B_1X + B_2Z + E$$

3. Melibatkan Variabel Moderasi dan Interaksi

$$Y = a + B_1X + B_2Z + B_3XZ + E$$

Keterangan:

Y = Harga Saham

X = Earning Per Share

Z = Dividend Per Share

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

3.4.3 Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis ini digunakan uji kesesuaian model (*t-test*) dan uji signifikansi koefisien regresi.

1. Penetapan Hipotesis

a. Uji Kesesuaian Model (*F-Test*)

$H_0 : p = 0$ *Earning Per Share Dividend Per Share* tidak terbukti sebagai prediktor Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_a : p \neq 0$ *Earning Per Share Dividend Per Share* terbukti sebagai prediktor Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk.

b. Uji Koefisien Regresi (*T-Test*)

$H_{01} : p = 0$ *Earning Per Share* tidak berpengaruh terhadap Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_{a1} : p \neq 0$ *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_{02} : \rho \neq 0$ *Dividend Per Share* tidak mampu memoderasi keterkaitan antara *Earning Per Share* terhadap Harga Saham.

$H_{a2} : \rho \neq 0$ *Dividend Per Share* mampu memoderasi keterkaitan antara *Earning Per Share* terhadap Harga Saham.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Taraf tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% ($\alpha = 0,05$). Angka tersebut merupakan nilai signifikansi yang sering dipakai dan dianggap tepat untuk penelitian, serta dinilai cukup kuat untuk mewakili hubungan antar variabel.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Kesesuaian Model

Bertujuan untuk menunjukkan tingkat signifikansi pengaruh dari variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Koefisien Regresi

Bertujuan untuk menunjukkan tingkat signifikansi pengaruh dari tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

3. Kaidah Keputusan

a. Uji Kesesuaian Model

Jika $\text{Sig F} < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $\text{Sig F} \geq (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

b. Uji Signifikansi Koefisien Regresi

Jika $\text{Sig T} < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika $\text{Sig T} \geq (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

4. Penarikan Kesimpulan

Dari data tersebut akan ditarik kesimpulan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, apakah hipotesis yang telah ditetapkan tersebut ditolak atau diterima. Dalam menganalisis data yang ada dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS versi 26 untuk hasil pengolahan data yang diperoleh akurat.