

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan meliputi *Earning Per Share* (EPS), *Price to Book Value* (PBV) dan Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk. Periode Tahun 2012-2021, dengan lokasi penelitian yang dilaksanakan di Galeri Investasi BEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang objek penelitian, berikut gambaran perusahaan yang akan diteliti.

3.1.1 Sejarah PT Unilever Indonesia Tbk.

Unilever Indonesia telah menjadi bagian tak terpisahkan dari tataran ritel di Indonesia selama lebih dari 80 tahun sejak pertama kali didirikan pada tanggal 5 Desember 1933. Saat ini perseroan telah bertumbuh hingga kini menjadi salah satu perusahaan terdepan untuk kategori *fast moving consumer goods* di Indonesia. Perseroan pertama kali didirikan dengan nama *Lever's Zeepfabrieken N.V.* pada tanggal 5 Desember 1933. Pada tahun 1980, nama Perusahaan diubah menjadi "PT Unilever Indonesia" dengan akta No. 171 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H. pada tanggal 22 Juli 1980, Perusahaan mengalami perubahan nama lebih lanjut menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk. pada tanggal 30 Juni 1997 oleh akta No. 92 dari notaris Bapak Mudofir Hadi, S.H.

Saham Perseroan pertama kali ditawarkan kepada masyarakat pada tahun 1981 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak 11 Januari 1982. Pada akhir tahun 2016, saham Perseroan menempati peringkat ke-lima kapitalisasi pasar terbesar.

Bagi Unilever, sumber daya manusia adalah jantung dari seluruh aktivitas Perseroan. Mereka bertujuan untuk membuat lebih dari 6.000 karyawan mencapai seluruh potensi mereka melalui peningkatan keseimbangan hidup, dan pembangunan kemampuan karyawan, karena hanya dengan cara inilah dapat meningkatkan potensi bisnis.

Unilever terus berusaha untuk mengatur dan mengembangkan bisnis secara bertanggung jawab, berkelanjutan dan penuh integritas, Nilai-nilai dan standar Perseroan, yang diatur dalam Pedoman Prinsip Bisnis dan Pedoman Kebijakan ("Pedoman"), ditanamkan di seluruh organisasi dan disosialisasikan dengan para mitra bisnis, termasuk kepada para pemasok dan distributor.

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, Unilever Indonesia menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berdampak luas dengan berlandaskan kepada prinsip *Unilever Sustainable Living Plan* (USLP) yang mereka miliki. Tiga pilar utama USLP adalah Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan, Mengurangi Dampak terhadap Lingkungan, dan Meningkatkan Penghidupan.

Perseroan saat ini memiliki sembilan pabrik yang berlokasi di kawasan industri Jababeka, Cikarang dan Rungkut, Surabaya dan memindahkan kantor pusat ke Bumi Serpong Damai. Pada lahan seluas 3 hektar, kantor pusat baru yang dibangun secara khusus ditempati oleh lebih dari 1.400 karyawan. Produk-produk Perseroan yang terdiri dari 39 brand unggulan dan kurang lebih 1.000 Stock Keeping Unit (SKU), dipasarkan melalui jaringan yang melibatkan lebih dari 800 distributor independen yang menjangkau ratusan ribu toko di seluruh Indonesia.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

3.1.2.1 Visi Perusahaan

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

3.1.2.2 Misi Perusahaan

Misi PT Unilever Indonesia Tbk. adalah sebagai berikut:

1. Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
2. Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
3. Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
4. Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami untuk tumbuh dua kali lipat seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan.

3.1.3 Budaya Kerja Perusahaan

Berikut ini merupakan budaya kerja yang diterapkan dalam perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk. diantaranya:

a. Integritas

Kami berkomitmen terhadap integritas karena hal itu membangun reputasi kami, karena itu kami tidak pernah mengenal kompromi. Integritas

menentukan bagaimana kami berperilaku, dimana pun kami berada. Integritas memandu kami melakukan tindakan yang benar untuk keberhasilan jangka panjang Unilever.

b. Respek

Kami berkomitmen untuk saling menghormati karena setiap orang harus diperlakukan secara hormat, jujur dan adil. Kami menghargai keberagaman dan kami menghormati orang atas dasar siapa mereka dan apa yang mereka lakukan.

c. Tanggung jawab

Kami berkomitmen terhadap tanggung jawab karena kami ingin menjaga konsumen, lingkungan dan masyarakat dimana kami beroperasi. Kami mengemban tanggung jawab tersebut secara pribadi dan senantiasa melaksanakan apa yang kami katakan.

d. Semangat Kepeloporan

Kami berkomitmen untuk menjalankan semangat kepeloporan karena hal itulah yang awalnya membuat bisnis kami ada dan hal itulah yang sampai saat ini masih menjadi penggerak kami untuk terus tumbuh. Semangat ini memberi kami gairah untuk menang dan untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Artinya, kami senantiasa siap untuk mengambil risiko secara cerdas.

3.1.4 Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk.

Yang dimaksud dengan struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antar bagian dalam suatu perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi maka para karyawan dapat mengetahui dengan jelas tugas, wewenang dan tanggung jawab mereka sehingga dapat terjalin kerjasama yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Keterangan dibawah ini merupakan struktur organisasi dari PT Unilever Indonesia Tbk.:

Tabel 3.1

Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk.

| Posisi | Nama |
|--|------------------------------|
| <i>President Commissioner</i> | Hemant Bakshi |
| <i>Independent Commissioner</i> | Alexander Steven Rusli |
| <i>Independent Commissioner</i> | Alissa Wahid |
| <i>Independent Commissioner</i> | Debora Herawati Sadrach |
| <i>Independent Commissioner</i> | Fauzi Ichsan |
| <i>Independent Commissioner</i> | Ignasius Jonan |
| <i>President Director</i> | Ira Noviarti |
| <i>Director Human Resources</i> | Willy Saelan |
| <i>Director Foods & Refreshment</i> | Hernie Raharja |
| <i>Director Beauty & Personal Care</i> | Tran Tue Tri / Ainul Yaqin |
| <i>Director Integrated Operations</i> | Enny Hartati Sampurno |
| <i>Director Home Care</i> | Veronika Winanti Wahyu Utami |
| <i>Director Finance</i> | Arif Hudaya |
| <i>Director & Corporate Secretary</i> | Reski Damayanti |
| <i>Director Customer Development</i> | Badri Narayanan |
| <i>Director Supply Chain</i> | Rizki Raksanugraha |

Sumber: www.unilever.co.id (diakses pada 2 Oktober 2022)

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu tata cara atau prosedur untuk menjalankan seluruh kegiatan penelitian. Adapun metode penelitian ini menggunakan metode *survey sampling* dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018: 15) diartikan sebagai penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun, metode *survey sampling* menurut Soehartono (2000) adalah *survey* yang dilakukan pada sebagian populasi (sampel) untuk mewakili seluruh populasi. Dalam penelitian ini *survey sampling* digunakan untuk mengetahui bagaimana *Earning Per Share* (EPS), *Price to Book Value* (PBV) dan Harga Saham PT Unilever Indonesia Tbk. Periode Tahun 2012-2021.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif. Menurut Sugiyono (2017:20) penelitian verifikatif dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan, penelitian verifikatif menurut Harahap (2015:9) adalah penelitian untuk menguji hipotesis sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Adapun, penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji besarnya pengaruh

Earning Per Share dan *Price to Book Value* terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada waktu yang berbeda untuk objek atau orang yang sama, atau nilai dapat berbeda dalam waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda (Kuncoro, 2013: 49).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 3 variabel yaitu *Earning Per Share*, *Price to Book Value* dan Harga Saham. Ketiga variabel tersebut terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, maka yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependen nantinya (Kuncoro, 2013: 50). Dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti, maka yang menjadi variabel independen adalah:

- a. *Earning Per Share* (X_1) merupakan laba yang siap dibagikan kepada pemegang saham dibagi dengan jumlah lembar saham perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti mengambil data yang terdapat pada laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. periode 2012-2021.
- b. *Price to Book Value* (X_2) merupakan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku ekuitas sebagaimana yang ada di laporan posisi

keuangan, Pada penelitian ini, peneliti mengambil data yang terdapat pada laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. periode 2012-2021.

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel Dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Pengamat akan memprediksikan ataupun menerangkan variabel dalam variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian (Kuncoro, 2013: 50). Pendapatan yang diterima oleh pemegang saham berupa Harga diantaranya dividen maupun *capital gain* yang dibayar oleh perusahaan. Dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti, maka yang menjadi variabel dependen adalah Harga Saham (Y).

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Satuan | Skala |
|--|--|--|-------------|-------|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| <i>Earning Per Share</i> (X ₁) | Rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham yang tercermin dari laba per lembar sahamnya pada PT Unilever Indonesia Tbk. | $\frac{\text{Laba Bersih Perusahaan}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$ | Rupiah (Rp) | Rasio |
| <i>Price to Book Value</i> (X ₂) | Rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu | $\frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Book Value Per Saham}}$ | Kali (X) | Rasio |

| | | | | |
|-----------------|---|----------------------|-------------|-------|
| | perusahaan sebagaimana yang ada di laporan posisi keuangan pada PT Unilever Indonesia Tbk. | | | |
| Harga Saham (Y) | Harga Saham merupakan faktor sangat penting dan perlu diperhatikan oleh para investor karena harga saham menunjukkan prestasi emiten yang menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan secara keseluruhan pada PT Unilever Indonesia Tbk. | <i>Closing Price</i> | Rupiah (Rp) | Rasio |

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sanusi (2014: 105) pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara *survey*, cara observasi dan cara dokumentasi. Teknik pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan cara dokumentasi. Studi dokumentasi yaitu pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara melihat, membaca dan mencatat data-data maupun informasi yang diperoleh dari PT Unilever Indonesia Tbk. melalui situs internet di www.unilever.co.id yang merupakan alamat website resmi dari PT Unilever Indonesia Tbk. dan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series*, data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu pada satu objek dengan tujuan untuk menggambarkan perkembangan dari objek tersebut dan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka, menunjukkan nilai terhadap besaran variabel yang diwakilinya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data yang diambil dari buku-buku literatur, sumber data dan informasi lainnya yang ada hubungannya, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan masalah yang diteliti. Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. khususnya mengenai *Earning Per Share*, *Price to Book Value* dan Harga Saham yang diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Handayani (2020: 32) populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri yang sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Adapun, populasi dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. dalam 40 tahun.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Siyoto & Sodik (2015: 64) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat

mewakili populasinya. Adapun sampel penelitian ini adalah data laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. periode penelitian tahun 2012-2021.

Teknik sampling sering disebut dengan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *Non-Probability Sampling*. Menurut Suliyanto (2018: 77) sampel merupakan bagian populasi yang hendak diuji karakteristiknya. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non probabilitas yang menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperlukan nilainya lebih *representative*.

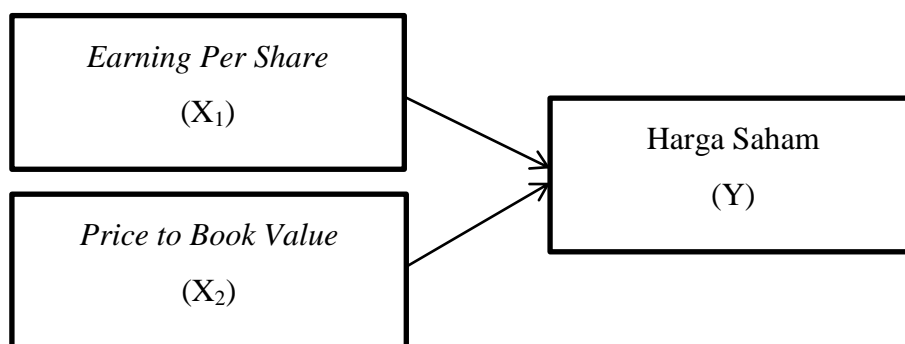
Penulis memilih *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut selama periode tahun 2012-2021.
2. Perusahaan yang memiliki kelengkapan data laporan keuangan periode tahun 2012-2021.
3. Perusahaan yang memiliki harga saham cenderung menurun dari periode tahun 2012-2021.

Berdasarkan dari kriteria di atas, perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai sampel adalah PT Unilever Indonesia Tbk. periode tahun 2012-2021.

3.3 Model Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yaitu “Pengaruh *Earning Per Share* dan *Price to Book Value* terhadap Harga Saham PT Unilever Indonesia Tbk. periode tahun 2012-2021.” Maka berikut digambarkan model penelitian serta indikator-indikator setiap variabel penelitian, yaitu besarnya *Earning Per Share* (X_1) dan *Price to Book Value* (X_2) dan variabel endogen yaitu Harga Saham (Y).



Gambar 3.1
Model Penelitian

3.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik atas model regresi berganda yang digunakan. Menurut Gujarati (2014: 97):

"Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian adalah valid dengan data yang digunakan secara teori adalah tidak bias, konsisten dan penaksirannya koefisien regresinya efisien. Suatu model dikatakan cukup baik dan dapat dipakai untuk memprediksi apabila sudah lolos dari serangkaian uji asumsi ekonometrika yang melandasinya".

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Uji asumsi klasik ini dapat berupa:

1. Uji Normalitas

Menurut Umar (2013: 181), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas dan terikat pada persamaan regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data dapat terlihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik. Selain itu, pengujian normalitas juga bisa dilakukan dengan uji *kolmogorov-smirnov*, untuk memenuhi standar normalitas maka angka signifikansi di dalam tabel harus lebih besar dari alpha 5% atau $\alpha > 0,05$. Apabila angka signifikansi pada tabel kurang dari alpha 5% atau $\alpha < 0,05$ maka data tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Umar (2013: 177), Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel bebas. Apabila terdapat korelasi antara variabel bebas maka terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat korelasi antara variabel bebasnya. Fenomena ini dapat terdeteksi dengan nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian multikolinearitas diantaranya, yaitu:

- a. Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- b. Apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2013: 179), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara pengamatan yang satu dengan yang lainnya. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada umumnya, heteroskedastisitas sering terjadi pada penelitian yang menggunakan model data *cross section* daripada *time series*. Dengan melihat pola gambar *scatterplot* pada suatu model dapat mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas. Jika suatu model penyebaran titik-titik datanya tidak berpola dan menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka nol berarti terhindar dari gejala heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan melalui uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya, yang mana apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Umar (2013: 143), Uji autokorelasi berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode dengan kesalahan pengganggu pada periode 1-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi dapat terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada model data *time series*.

Uji Run Test pada program SPSS sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat digunakan untuk menguji korelasi antar residual yang tinggi atau tidak. Run Test digunakan untuk melihat apakah residual terjadi secara random atau tidak. Untuk melihat apakah terdapat autokorelasi atau tidak dapat dilihat dari nilai Asymp.Sig (2-tailed):

- Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> 0,05$ maka dapat diartikan bahwa data yang diperlukan cukup random sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi.
- Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka terdapat masalah autokorelasi pada data yang diuji.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan diteliti apakah masing-masing variabel bebas (*independent variable*) yaitu *Earning Per Share* (X_1) dan *Price to Book Value* (X_2) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Harga Saham (Y) baik secara simultan maupun parsial. Pada penelitian ini penulis menggunakan bantuan SPSS

Statistics 23.0 for Windows untuk pengolahan data. Berikut adalah analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini:

3.5.1 Analisis Rasio Keuangan

Untuk mendapatkan gambaran, maka perlu dilakukan perhitungan untuk rasio-rasio yang menjadi variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus:

a. Analisis Perkembangan *Earning Per Share* (EPS)

Untuk menghitung *Earning Per Share* (EPS) pada PT Unilever Indonesia Tbk. digunakan rumus:

$$Earning Per Share = \frac{\text{Laba bersih perusahaan}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

(Tannadi, 2019: 249)

b. Analisis Perkembangan *Price to Book Value* (PBV)

Untuk menghitung *Price to Book Value* (PBV) pada PT Unilever Indonesia Tbk. digunakan rumus:

$$Price to Book Value = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Book Value Per Saham}}$$

(Darmaji dan Fakhruddin (2012: 157)

c. Analisis Perkembangan Harga Saham

Untuk menghitung besarnya harga saham, dapat dilihat melalui harga saham penutupan (*Closing Price*) perusahaan pada laporan keuangan.

3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Harahap (2015: 405) analisis regresi linear berganda adalah

hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan dua atau lebih variabel antara variabel independen dengan variabel dependen apakah berhubungan negatif atau positif.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh *Earning Per Share* (X_1) dan *Price to Book Value* (X_2) terhadap Harga Saham (Y). Model persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Harga Saham

a = Nilai konstanta

b_1 = koefisien *Earning Per Share*

b_2 = koefisien *Price to Book Value*

X_1 = *Earning Per Share* (EPS)

X_2 = *Price to Book Value* (PBV)

e = Standar error

3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (adjusted R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018: 97).

3.5.4 Uji Hipotesis

Untuk tahap pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional kemudian dilakukan uji kesesuaian model (uji F) dimana uji F ini digunakan untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak layak. Layak artinya model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen pada variabel dependen.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

$H_0 : bX_1 = bX_2 = 0$ *Earning Per Share* dan *Price to Book Value* tidak terbukti menjadi prediktor dari Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

$H_a : bX_1 \neq bX_2 \neq 0$ *Earning Per Share* dan *Price to Book Value* terbukti menjadi prediktor dari Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

b. Uji Signifikansi Koefisien Regresi (Uji t)

$H_{01} : \rho = 0$ artinya *Earning Per Share* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk .

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

$H_{o_2} : \rho = 0$ artinya *Price to Book Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

$H_{a_2} : \rho \neq 0$ artinya *Price to Book Value* berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Taraf signifikansi yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas tingkat keyakinan atau *confidence level* sebesar 95%, taraf nyata atau taraf kesalahan atau taraf signifikansi sebesar 5%. Angka tersebut merupakan tingkat signifikansi yang umum dipakai dan dinilai tepat untuk penelitian, dan juga dinilai cukup kuat untuk mewakili hubungan antar variabel.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak. Layak artinya model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen pada variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t mempunyai tujuan untuk menunjukkan signifikansi dari pengaruh tiap variabel independen secara individu kepada variabel dependen.

4. Kaidah Keputusan

a. Uji Kesesuaian Model

Jika Signifikansi $F < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika Signifikansi $F \geq (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

b. Uji Signifikansi Koefisien Regresi

Jika Signifikansi $t < (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Jika Signifikansi $t \geq (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

5. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan data dari hasil penelitian akan ditarik kesimpulan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, apakah hipotesis yang telah ditetapkan tersebut diterima atau ditolak. Dalam menganalisis data yang ada, peneliti akan menggunakan SPSS versi 23.0 agar hasil yang diperoleh akurat.