

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu *Cash Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), *Debt To Asset Ratio* (DAR) dan *Return On Asset Ratio* (ROA). Unit analisis dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan pada PT Fast Food Indonesia Tbk. Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Sebagai pemegang hak waralaba tunggal untuk merek KFC di Indonesia, PT Fast Food Indonesia Tbk didirikan oleh Keluarga Gelael pada 1978. Pada 1979, Perseroan mendapatkan akuisisi waralaba dengan pembukaan gerai pertama pada bulan Oktober di Jalan Melawai di Jakarta. Pembukaan gerai pertama terbukti sukses dan diikuti dengan pembukaan gerai - gerai selanjutnya di Jakarta dan ekspansi hingga ke sejumlah kota besar lainnya di Indonesia antara lain Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, dan Manado.

Dengan bergabungnya Salim Group pada 1990 sebagai salah satu pemegang saham utama semakin mendorong inisiatif ekspansi bisnis Perseroan, dan pada 1993, Perseroan terdaftar sebagai emiten di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia), satu langkah untuk meningkatkan pertumbuhannya. Kepemilikan saham mayoritas 80% pada saat ini terdistribusi 43,84% kepada PT Gelael Pratama dari Gelael Group dan 35,84% kepada PT Megah Eraraharja dari Salim Group,

sementara saham minoritas (20%) terbagi kepada Masyarakat dan Koperasi Karyawan.

Perseroan memperoleh hak untuk menggunakan merek KFC dari pemilik waralaba saat ini, Yum! Asia Franchise Pte Ltd, suatu bagian dari *Yum! Restaurants International* (YRI). YRI sendiri adalah sebuah badan usaha dari Yum! Brands Inc, sebuah perusahaan publik di Amerika Serikat dan pemilik waralaba dari empat merek ternama lainnya, yaitu : Pizza Hut, Taco Bell, A&W, dan Long John Silvers. Namun demikian, pada akhir 2011, dua merek lainnya yaitu : A&W dan Long John Silvers sudah tidak bergabung lagi dalam Yum! Brands Inc. Bahkan dengan keluarnya kedua merek ini tidak mengubah posisi Yum! Group sebagai jaringan restoran cepat saji terbesar dan terbaik di dunia dalam memberikan variasi pilihan restoran ternama. Selain itu, untuk kategori ayam goreng cepat saji, tidak ada merek lain yang dapat mengalahkan KFC.

Pengalaman sukses dan peningkatan pertumbuhan yang berkelanjutan selama lebih dari 30 tahun, tidak diragukan lagi telah menjadikan merek KFC sebagai pemimpin pasar restoran cepat saji di negara Indonesia. Ekspansi jaringan restoran terus diupayakan supaya bisa hadir dekat dengan konsumen, baik di kota - kota metropolitan yang sarat persaingan maupun di kota - kota di daerah tingkat II. Sejak empat tahun terakhir, Perseroan lebih berfokus pada pembukaan gerai bertipe *free-standing* (gerai yang berada di bangunan yang berdiri sendiri) yang memberikan fleksibilitas yang lebih dalam jam operasi dengan fasilitas lengkap untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Sejumlah gerai yang sudah dibuka sebelumnya direnovasi untuk memberikan tampilan baru yang lebih segar

dan modern sesuai dengan obyektif Perseroan. Pada akhir 2022, Perseroan mengoperasikan total 739 gerai, yang tersebar di 32 dari 33 provinsi, di lebih dari 150 kota-kota di seluruh Indonesia, dan mempekerjakan sekitar 15.492 karyawan dengan hasil penjualan lebih dari Rp3,317 triliun. Pada minggu pertama bulan Oktober di tahun ini, untuk pertama kali sejak Perseroan terdaftar sebagai perusahaan publik, Obligasi diterbitkan tanpa warkat berjangka waktu lima tahun dengan bunga Obligasi sebesar 9,5% per tahun yang dibayarkan setiap tiga bulan, yang pada dasarnya akan digunakan untuk membiayai pendirian gerai - gerai baru, renovasi atas gerai - gerai Perseroan yang sudah ada, perluasan Gudang - gudang produksi Perseroan yang sudah ada, serta pembangunan Gudang - gudang baru.

Produk-produk utama Perseroan, Colonel's Original Recipe dan Hot & Crispy, tetap menjadi produk ayam goreng paling disukai di antara semua merek restoran cepat saji di seluruh Indonesia, yang konsisten dinilai sebagai ayam goreng paling enak versi berbagai survei konsumen di Indonesia. Produk-produk Perseroan dikelompokkan dalam beberapa kategori antara lain Menu Goceng, Menu Praktis, dan menu paket kombinasi lainnya. Untuk kategori Menu Goceng, dimana setiap produk dihargai Rp5,000, terdapat lebih dari 10 produk bernilai tinggi dimana Mocha Float dan OR Burger Deluxe adalah produk dengan penjualan tertinggi. Untuk memberikan keragaman pada kategori Menu Goceng, pilihan menu diganti dari waktu ke waktu untuk disesuaikan dengan selera konsumen. Kategori lainnya yaitu : Menu Praktis yang terdiri atas produk-produk untuk dipesan bawa dan dikonsumsi dengan mudah dalam perjalanan, seperti : Colonel Burger, Twister, Colonel Yakini, dll. Untuk menambahkan variasi menu paket kombinasi dengan

harga terjangkau bernilai tambah, Super Panas dan KFC Attack terus ditawarkan. Sebagai pelengkap produk-produk utama ini, juga tersedia produk-produk yang disesuaikan dengan selera lokal, antara lain : Perdekel, Nasi, Salad, dan Sup KFC. Selain itu, pada 2011, Perseroan mulai terus menerus mengembangkan KFC Coffee, sebagai layanan baru di semua gerai KFC bertipe free-standing (gerai yang berada di bangunan yang berdiri sendiri), menyajikan rangkaian produk kopi berkualitas, disajikan panas maupun dingin, dilayani di counter terpisah dengan ruangan duduk tersendiri untuk para pecinta kopi. Untuk menarik konsumen pada jam-jam sepi, Perseroan juga mengenalkan minuman bernama Krushers dengan aneka pilihan rasa. Perseroan secara konsisten memantau persepsi pasar dan citra merek KFC melalui berbagai survei dan mekanisme pemantauan, termasuk *Brand Image Tracking Study (BITS)* yang dilakukan secara rutin oleh lembaga independen. Melalui survei ini, KFC terus mempertahankan posisinya sebagai salah satu merek restoran cepat saji yang paling dikenal dan diingat oleh konsumen di Indonesia.

Mengacu pada data YouGov tahun 2025, lebih dari seribu responden menyatakan bahwa mereka lebih cenderung merekomendasikan KFC kepada teman dan keluarga dibandingkan restoran cepat saji lainnya. Temuan ini memperkuat posisi KFC Indonesia sebagai salah satu destinasi kuliner yang tetap dipercaya oleh masyarakat, khususnya di segmen restoran cepat saji. Di sisi lain, fokus pada transformasi digital turut menjadi prioritas dalam menghadirkan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan relevan, sekaligus memperkuat efisiensi operasional. Komitmen ini tercermin dari pencapaian KFC Indonesia meraih penghargaan Indonesia Digital Popular Brand Award (IDPBA) Platinum 2025,

sebagai bentuk konsistensi dalam menjaga relevansi dan keterlibatan merek di era digital mulai tahun 2020–2024. Seiring dengan dinamika bisnis dan tantangan eksternal dalam beberapa tahun terakhir, termasuk penurunan jumlah gerai dan dampak dari situasi geopolitik global, Perseroan mencatat penurunan pendapatan sebesar 17,85% dari tahun sebelumnya, atau 26% di bawah target yang ditetapkan. Meskipun demikian, Perseroan tetap berkomitmen untuk meningkatkan kinerja melalui strategi yang berfokus pada inovasi produk, penguatan SDM dan optimalisasi aset.

Komitmen Perseroan adalah mempertahankan visi sebagai pemimpin industri restoran cepat saji dengan terus memberikan kepuasan “Yum! ” di wajah konsumen. Dukungan pemegang saham, keahlian manajemen yang dikelola dengan baik, dedikasi dan loyalitas karyawan, dan yang terpenting adalah, kontinuitas kunjungan konsumen, pasti berhasil membawa Perseroan meraih visinya. Dengan visi yang kokoh, misi dan obyektif jangka panjang, serta strategi-strategi dan nilai-nilai korporasi yang jelas, niscaya akan terus menjadikan merek KFC yang terfavorit di seluruh Indonesia, dan membangun PT Fast Food Indonesia Tbk menjadi sebuah korporasi yang hebat (KFC INDONESIA, 2025)

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Selalu menjadi merek restoran cepat saji Nomor 1 di Indonesia dan mempertahankan kepemimpinan pasar dengan menjadi restoran yang termmodern dan terfavorit dalam segi produk, harga, pelayanan, dan fasilitas.

2. Misi Perusahaan

Semakin memperkuat citra merek KFC dengan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, terus meningkatkan suasana bersantap yang tiada bandingannya dan konsisten memberikan produk, layanan, serta fasilitas restoran yang selalu berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah.

3.1.3 Logo Perusahaan

Adapun Logo PT Fast Food Indonesia Tbk. Sebagai berikut.



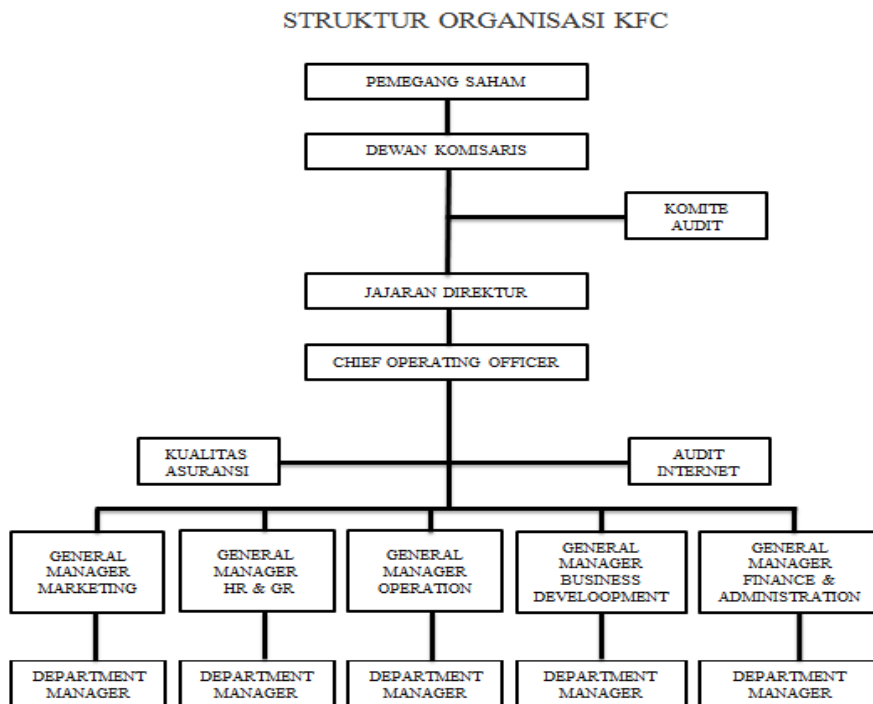
Sumber: <https://kfcku.com/>

Gambar 3.1
Logo PT Fast Food Indonesia Tbk.

3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau kerangka yang menggambarkan hubungan antara jabatan, tugas, wewenang, dan tanggung jawab dalam sebuah perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi perusahaan, aktivitas bisnis dapat berjalan lebih efektif dan teratur, sebab setiap individu dalam perusahaan mengetahui perannya secara jelas (Universitas Telkom, 2022). Adapun

struktur organisasi PT Fast Food Indonesia Tbk Indonesia. Dapat dilihat pada gambar 3.2



Sumber: <https://kfcku.com/>

Gambar 3.2
Struktur Organisasi

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode verifikatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang diolah berupa angka yang diperoleh dari laporan keuangan Perusahaan, kemudian di analisis menggunakan metode statistik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. (Sugiyono, 2019)

Metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. (Dungga et al., 2023)

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Dalam suatu penelitian kuantitatif, variabel penelitian perlu didefinisikan secara operasional agar dapat diukur secara objektif. Operasional variabel adalah penjabaran dari variabel yang bersifat abstrak menjadi indikator – indikator yang dapat diukur dan diamati. Dengan demikian, setiap variabel dalam penelitian ini harus memiliki batasan yang jelas agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian. (Sugiyono, 2019: 61)

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. (Sugiyono, 2019).

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2022: 39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Cash Ratio* (X1), *Total Assets Turnover* (X2), *Debt to Asset Ratio* (X3).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas

(Sugiyono, 2022:39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Return On Asset (Y).

Operasionalisasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Tabel 3.1
Oprasionalisai Variabel

Variabel (1)	Definisi Oprasional (2)	Indikator (3)	Satuan (4)	Skala (5)
Cash Ratio (CR) (X1)	<i>Cash Ratio</i> merupakan rasio yang mengukur kemampuan PT Fast Food Indonesia Tbk dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan kas dan setara kas yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan tingkat likuiditas perusahaan	<i>Cash Ratio (CR)</i> = $\frac{\text{Kas dan Setara kas}}{\text{Liabilitas jangka pendek}} \times 100\%$	Persen	Rasio
Total Asset Turnover (TATO) (X2)	<i>Total Asset Turnover</i> digunakan untuk menilai seberapa efektif PT Fast Food Indonesia Tbk memanfaatkan seluruh asetnya untuk menghasilkan penjualan. Semakin tinggi rasio ini, semakin efisien perusahaan dalam mengelola aset.	<i>Total Asset Turnover (TATO)</i> = $\frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Asset}}$	Kali	Rasio
Debt To Asset Ratio (DAR) (X3)	<i>Debt to Asset Ratio</i> menunjukkan sejauh mana total aset PT Fast Food Indonesia Tbk dibiayai oleh utang. Rasio ini menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap dana eksternal.	<i>Debt To Asset Ratio (DAR)</i> = $\frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	Persen	Rasio
Return On Asset (ROA) (Y)	<i>Return on Assets</i> mengukur kemampuan PT Fast Food Indonesia Tbk dalam menghasilkan	<i>Return On Asset (ROA)</i> = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	Persen	Rasio

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Satuan	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	laba bersih dari seluruh aset yang digunakan dalam operasional Perusahaan.			

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan *desk research* dan *library research* (riset kepustakaan). *Desk research* dan *library research* adalah dua istilah yang sering digunakan secara bergantian untuk merujuk pada riset sekunder di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis data yang sudah ada dari sumber-sumber yang telah dipublikasikan, seperti buku, jurnal, laporan, dan situs web. Perbedaan utamanya adalah istilah *desk research* lebih menekankan pada "riset meja" di mana pengumpulan data dilakukan di kantor (secara metaforis), sedangkan *library research* lebih spesifik pada penggunaan sumber-sumber pustaka seperti buku dan jurnal (Bassot, 2022).

3.2.2.1 Jenis Data

Berdasarkan karakteristiknya, jenis data yang diterapkan dalam kajian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif terdiri dari nilai-nilai numerik yang diperoleh melalui pengukuran variabel kuantitatif. Selanjutnya, dari segi metode pengumpulannya, penelitian ini memanfaatkan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022: 137). Data sekunder diperoleh dari sumber yang dapat mendukung penelitian seperti dokumentasi atau literatur. Data sekunder di penelitian ini di peroleh dari laporan keuangan PT Fast Food Indonesia

Tbk. 2014 – 2024 melalui situs resmi Perusahaan yaitu <https://kfcku.com/>, buku-buku, literatur-literatur dan media bacaan lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

Sedangkan berdasarkan waktu pengumpulannya, penelitian ini menggunakan data *time series* yaitu data yang dikumpulkan berdasarkan urutan waktu dalam suatu rentang waktu tertentu. Data *time series* yang digunakan dalam penelitian ini memiliki rentang waktu dari tahun 2014 – 2024.

3.2.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk dari 2014 sampai dengan 2024. Laporan keuangan yang menjadi populasi meliputi laporan posisi keuangan (*neraca*) dan laporan laba rugi yang dipublikasikan secara resmi oleh perusahaan melalui situs www.kfcku.com dan situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Teknik ini dipilih agar data yang digunakan benar-benar relevan dan mampu memberikan gambaran akurat mengenai fenomena yang diteliti.

Dalam menentukan sampel penelitian, peneliti menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi agar sampel yang digunakan benar-benar relevan dengan

kondisi perusahaan yang diteliti. Adapun karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah:

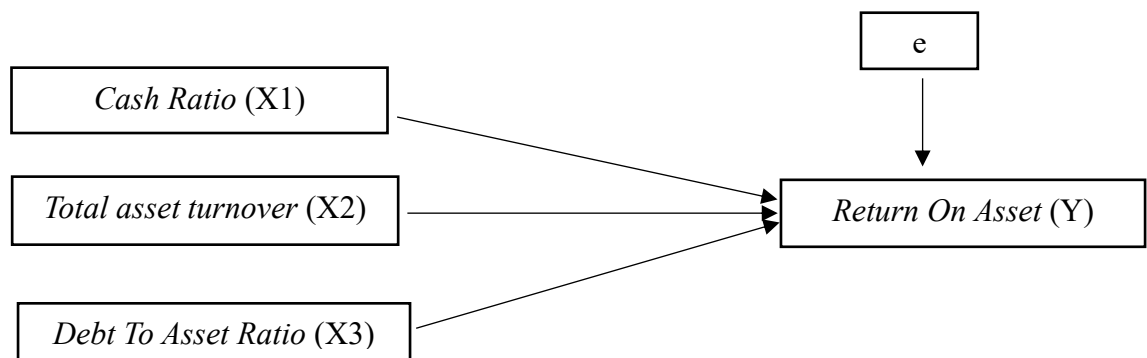
- a. Laporan keuangan Pt Fast Food Indonesia Tbk pada periode ketika perusahaan mengalami perubahan kinerja keuangan yang signifikan, khususnya penurunan profitabilitas.
- b. Periode 2014 sampai dengan 2024 dipilih karena pada rentang waktu tersebut perusahaan terdampak oleh penurunan aktivitas operasional akibat pandemi COVID-19 serta tekanan biaya operasional yang meningkat.
- c. Kondisi tersebut menyebabkan penurunan *Return on Assets* (ROA) secara tajam, dari kondisi positif sebelum pandemi menjadi negatif pada beberapa tahun setelahnya.

Oleh karena itu, laporan keuangan tahun 2014 sampai dengan 2024 dianggap paling representative untuk dianalisis karena menggambarkan kondisi keuangan perusahaan sebelum, saat dan sesudah masa pemulihan, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengukur pengaruh rasio keuangan terhadap *Return on Assets* (ROA)

Berdasarkan kriteria tersebut, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan PT Fast Food Indonesia Tbk selama 11 tahun, yaitu dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2024. Dengan demikian, total observasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 11 data tahunan.

3.3 Model Penelitian

Model penelitian dalam penelitian ini diambil dari hubungan antara variabel *Cash Ratio* (X1), *Total Asset Turnover* (X2), *Debt To Asset Ratio* (X3) dan *Return On Asset* (Y). Model penelitian tersebut dapat digambarkan dalam bagan berikut.



Gambar 3.3
Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh *Cash Ratio* (CR), *Total Assets Turnover* (TATO), dan *Debt To Asset Ratio* (DAR), terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Fast Food Indonesia Tbk. baik secara parsial maupun simultan, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat laporan keuangan Perusahaan selama 11 tahun terakhir dan menganalisis pergerakan rasio keuangan yang dimiliki Perusahaan. Adapun rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rasio keuangan tersebut yaitu sebagai berikut :

1. *Cash Ratio* (CR)

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *Cash Ratio* (CR) yaitu :

$$\text{Cah Ratio(CR)} = \frac{\text{Kas+Setara Kas}}{\text{Kewajiban lancar}} \times 100\%$$

2. *Total Asset Turnover* (TATO)

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung TATO yaitu:

$$\text{Total Asset Turnover (TATO)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

3. *Debt To Asset Ratio* (DAR)

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung DAR yaitu:

$$\text{Debt To Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

4. *Return On Asset* (ROA)

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung ROA yaitu:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk menggunakan analisis berganda maka ada prasyarat asumsi yang harus dipenuhi terlebih dahulu melalui uji asumsi klasik antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autkorelasi dan uji linearitas. Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan, tidak bias, konsisten dan penaksiran koefisien regresinya efisien.

1. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal,

karena hal ini menjadi salah satu syarat dalam analisis statistik parametrik (Ghozali, 2021). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal. Jika data residual berdistribusi normal, maka hasil estimasi koefisien regresi dapat dikatakan valid dan representatif terhadap populasi (Ghozali, 2021: 161).

Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov (K–S) yang tersedia pada perangkat lunak SPSS. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan linear yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi tinggi antar variabel bebas, karena hal tersebut dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak akurat dan interpretasi koefisien regresi menjadi bias (Ghozali, 2021). Multikolinearitas terjadi apabila antar variabel independen saling berkorelasi secara tinggi atau sempurna (Ghozali, 2021: 107). Akibatnya, model regresi sulit untuk memisahkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, karena perubahan satu variabel bebas akan diikuti oleh perubahan variabel bebas lainnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas, penelitian ini menggunakan nilai

Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) yang diperoleh melalui output SPSS.

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Sebaliknya, jika Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Dalam konteks penelitian ini, variabel independen yang diuji adalah *Cash Ratio* (X_1), *Total Asset Turnover* (X_2), dan *Debt to Asset Ratio* (X_3) terhadap variabel dependen *Return on Assets* (Y). Dengan melakukan uji multikolinearitas, peneliti dapat memastikan bahwa hubungan antar variabel bebas tidak saling mempengaruhi secara berlebihan, sehingga model regresi yang digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk menjadi valid dan reliabel.

3. Uji heteroskedastisitas Dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, yaitu ketika varians dari residual bersifat konstan atau sama untuk semua nilai variabel independen (Ghozali, 2021). Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan bantuan program SPSS. Dalam uji ini, nilai absolut residual dari model regresi digunakan sebagai variabel dependen yang kemudian diregresikan terhadap variabel independen (*Cash*

Ratio, *Total Asset Turnover*, dan *Debt to Asset Ratio*). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

Selain uji Glejser, peneliti juga melakukan pengujian melalui analisis grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Pola titik yang menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol menunjukkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode tertentu dengan residual pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari autokorelasi, artinya residual antara satu periode dengan periode lainnya tidak saling berkaitan (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin–Watson (DW test) yang terdapat pada program SPSS. Nilai statistik Durbin–Watson berkisar antara 0 hingga 4 dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Nilai DW mendekati 2 $\rightarrow$ tidak terjadi autokorelasi.
 - b. Nilai DW $< 1,5 \rightarrow$ terdapat autokorelasi positif.
 - c. Nilai DW $> 2,5 \rightarrow$ terdapat autokorelasi negatif.
5. Uji Linearitas Dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi bersifat

linear atau tidak. Model regresi yang baik harus memiliki hubungan yang linear antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat, karena regresi linear berganda hanya dapat memberikan hasil yang valid apabila hubungan antarvariabel bersifat linear (Ghozali, 2021). Model regresi dapat memenuhi persyaratan apabila terdapat hubungan yang linear antara variabel terikat dengan variabel bebas. Uji linearitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode Ramsey RESET Test. Metode ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel terikat dan variabel bebas.
- b. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel terikat dan variabel bebas.

3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Metode ini digunakan karena penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel bebas, yaitu *Cash Ratio* (X_1), *Total Asset Turnover* (X_2), dan *Debt to Asset Ratio* (X_3) terhadap Return on Assets (Y). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen, serta untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independent (Ghozali 2021:97). Analisis ini juga membantu

mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat.

3.4.3.1 Persamaan Regresi

Persamaan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara kuantitatif. Model regresi dalam penelitian ini melibatkan tiga variabel independen, yaitu *Cash Ratio* (X_1), *Total Asset Turnover* (X_2), dan *Debt to Asset Ratio* (X_3) terhadap variabel dependen *Return on Assets* (Y).

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan.

Y = *Return On Asset* (ROA)

a = *Intercept*

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = *Cash Ratio* (CR)

X_2 = *Total Asset Turnover* (TATO)

X_3 = *Debt To Asset Ratio* (DAR)

e = Standar error

3.4.3.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen. Dengan kata lain, uji ini menunjukkan seberapa besar *Cash*

Ratio (X_1), *Total Asset Turnover* (X_2), dan *Debt to Asset Ratio* (X_3) mampu menjelaskan perubahan *Return on Assets* (Y) pada PT Fast Food Indonesia Tbk.

Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R^2 (R-Square) atau Adjusted R^2 (R^2 yang disesuaikan). Nilai R^2 berada dalam rentang 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, berarti model regresi yang digunakan semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen, dan sebaliknya jika mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas (Ghozali 2021:97).

Nilai Adjusted R^2 digunakan dalam penelitian ini karena lebih akurat untuk model regresi berganda yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Nilai ini telah memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model, sehingga mampu memberikan estimasi yang lebih tepat terhadap pengaruh sebenarnya dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.4.3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikansi dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

Secara Parsial

$H_{01} : \beta_1 = 0$ Secara parsial *Cash Ratio* (CR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) pada Pt. Fast Food Indonesia Tbk.

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$ Secara parsial *Cash Ratio* (CR) berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) pada Pt. Fast Food Indonesia Tbk.

$H_{02} : \beta_2 = 0$ Secara parsial *Total Assets Turnover* (TATO) tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) pada Pt. Fast Food Indonesia Tbk.

$H_{a2} : \beta_2 \neq 0$ Secara parsial *Total Assets Turnover* (TATO) berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) pada Pt. Fast Food Indonesia Tbk.

$H_{03} : \beta_3 = 0$ Secara parsial *Debt To Asset Ratio* (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA) pada Pt. Fast Food Indonesia Tbk.

$H_{a3} : \beta_3 \neq 0$ Secara parsial *Debt To Asset Ratio* (DAR) berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA) pada Pt. Fast Food Indonesia Tbk.

2. Penetapan Tingkat Signifikan

Taraf signifikansi atau taraf nyata atau taraf kesalahan (α) ditetapkan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hal ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas atau tingkat keyakinan sebesar 95%. Taraf signifikan sebesar 5% merupakan taraf kesalahan atau taraf nyata yang bisa digunakan dalam penelitian sosial yang menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki hubungan yang cukup nyata.

3. Uji Signifikan

a. Uji signifikansi secara simultan uji F

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah seluruh variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Jika terdapat pengaruh bersamaan dari variabel independent terhadap variabel depende, maka model regresi dianggap cocok sebagai model penelitian. Uji F dilakukan melalui tabel ANOVA, dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai F hitung (Sig.) $< 0,05$, maka model regresi dianggap cocok sebagai model penelitian.
- Jika nilai F hitung (Sig.) $> 0,05$, maka model regresi dianggap tidak cocok sebagai model penelitian.

b. Uji signifikansi secara parsial uji t

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh parsial dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi uji t $< 0,05$, maka secara parsial variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi uji t $> 0,05$, maka secara parsial variabel independent tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Kriteria Keputusan

a. Secara simultan

- 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.

a. Secara parsial

- 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 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan apakah hipotesis yang telah ditetapkan diterima atau ditolak.