

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah Profitabilitas (ROA), Struktur modal (DER), *Sales Growth*, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dan Subjek yang digunakan adalah Perusahaan consumer cyclical subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa metode penelitian didefinisikan sebagai prosedur sistematis berbasis keilmuan yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data, dengan tujuan yang jelas serta manfaat yang terukur. Empat komponen utama yang menjadi fondasinya meliputi pendekatan ilmiah, proses pengambilan data, penetapan sasaran penelitian, dan nilai aplikasi dari hasil penelitian tersebut. Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Metode Kuantitatif adalah pendekatan penelitian berbasis paradigma positivisme yang menguji populasi atau sampel spesifik menggunakan instrumen terstruktur. Data yang terkumpul dianalisis secara statistic atau numerik dengan tujuan utama mengonfirmasi validitas hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2019).

Creswell (2014) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif memiliki prinsip dasar berupa pengujian teori secara deduktif, penerapan mekanisme pencegahan bias, pengontrolan terhadap faktor pengganggu serta membuat kesimpulan umum (*generalisasi*) dan mengulang eksperimen (*replikasi*) atas temuan yang diperoleh.

3.2.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif adalah hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Pada penelitian ini penulis berfokus untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas (ROA), Struktur modal (DER), *Sales Growth*, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan metode regresi penelitian data panel.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sekaran (2003) Operasionalisasi penelitian adalah mengoperasionalkan, atau mendefinisikan konsep secara operasional agar dapat diukur, dilakukan dengan melihat dimensi perilaku, aspek, atau properti yang dilambangkan oleh konsep tersebut. Hal ini kemudian diterjemahkan ke dalam elemen-elemen yang dapat diamati dan diukur untuk mengembangkan indeks pengukuran konsep.

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa variabel independen (bebas) dalam penelitian merupakan faktor yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen (terikat). Sementara itu, variabel dependen adalah faktor yang dikenai dampak atau menjadi konsekuensi dari adanya variabel independen. Dengan kata lain, variabel bebas berperan sebagai pemicu atau sumber perubahan, sedangkan variabel terikat merupakan hasil atau respons yang diamati akibat intervensi variabel bebas tersebut.

Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, *Sales Growth*, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan Consumer Cyclical Subsektor Perdagangan Ritel Non-primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023”

maka dalam penelitian ini penulis menggunakan empat variabel independen yaitu Profitabilitas (ROA) sebagai (X_1), Struktur Modal (DER) sebagai (X_2), *Sales Growth* sebagai (X_3) dan *Firm Size* sebagai (X_4) dan satu variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (PBV) sebagai (Y).

Adapun operasionalisasi variabel tersebut dapat dilihat pada tabel:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
Profitabilitas	Kemampuan Perusahaan untuk menghasilkan laba (keuntungan) dari aktivitas operasionalnya dalam periode tertentu. Ini menunjukkan seberapa efisien perusahaan mengelola sumber daya (modal, tenaga kerja, bahan baku) untuk menciptakan keuntungan.	ROA $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	Persentase	Rasio
Struktur Modal	Komposisi atau susunan sumber pendanaan jangka panjang yang digunakan perusahaan untuk membiayai operasi, investasi, dan pertumbuhan bisnis. Mencerminkan bagaimana keseimbangan risiko dan keuntungan dalam pendanaan operasinya.	DER $\frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$	Persentase	Rasio
Sales Growth	Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari	SG $\frac{\text{Sales}_{it} - \text{Sales}_{it-1}}{\text{Sales}_{it-1}}$	Persentase	Rasio

	aktivitas operasionalnya.			
Firm Size	Skala yang mengelompokkan besar kecilnya suatu Perusahaan.	Firm Size $\ln(\text{Total asset})$	Desimal	Rasio
Nilai Perusahaan	Persepsi pasar terhadap potensi ekonomi dan kinerja jangka panjang suatu perusahaan	PBV $\frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai buku per saham}}$	Desimal	Rasio

Sumber: Buku Brigham & Houston (diolah kembali)

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan penulis pada penelitian ini yaitu studi dokumentasi. Studi dokumentasi adalah informasi yang diperoleh dari sumber yang sudah ada dan didokumentasikan. Studi dokumentasi pada penelitian ini yaitu data keuangan yang berupa laporan keuangan 8 perusahaan consumer cyclical subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Sedangkan sumber data yang digunakan penulis pada penelitian ini sumber data sekunder yaitu data yang berupa laporan keuangan tahunan (*annual Report*) perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari website resmi www.idx.co.id dan website resmi masing-masing Perusahaan.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Sudaryana & Agusiady (2022) menyatakan bahwa populasi dalam penelitian merujuk pada ruang lingkup generalisasi yang mencakup seluruh elemen atau entitas (baik objek maupun subjek) dengan karakteristik dan kuantitas spesifik yang ditentukan oleh peneliti. Elemen-elemen ini dipelajari secara

mendalam untuk kemudian diambil kesimpulan berdasarkan analisis data. Konsep populasi tidak terbatas pada manusia saja, tetapi juga meliputi fenomena alam atau benda lain yang relevan dengan kajian. Selain itu, populasi tidak hanya merujuk pada jumlah elemen yang diteliti, tetapi juga segala sifat, atribut, atau ciri khas yang melekat pada elemen tersebut. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2019-2023.

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sudaryana & Agusiady (2022) menyatakan bahwa Sampel merupakan bagian kecil yang mewakili karakteristik suatu populasi dalam penelitian. Ketika populasi terlalu besar, peneliti biasanya tidak dapat meneliti seluruh anggota populasi karena kendala anggaran, waktu, dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, peneliti memilih sampel yang representatif dari populasi tersebut sebagai subjek penelitian. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memastikan hasil penelitian tetap valid dan efisien tanpa harus mengorbankan cakupan data yang diperlukan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *non-probability sampling* berupa *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah strategi pemilihan sampel berbasis pertimbangan subjektif peneliti, di mana sampel dipilih sesuai karakteristik khusus yang selaras dengan tujuan analisis (Sugiyono, 2019).

Berikut kriteria sampel dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Kriteria sampel yang digunakan

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan consumer cyclical sub sektor perdagangan ritel non-primer yang secara berturut-turut terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023 dan tidak delisting sepanjang periode penelitian.	9
2	Perusahaan consumer cyclical sub sektor perdagangan ritel non-primer yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan selama periode 2019-2023 pada situs resmi perusahaan dan Bursa Efek Indonesia	8
Total sampel yang digunakan		8
Total Pengamatan (5 x 8)		40

Berdasarkan kriteria di atas, maka perusahaan yang menjadi sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.3 Sampel Penelitian yang digunakan

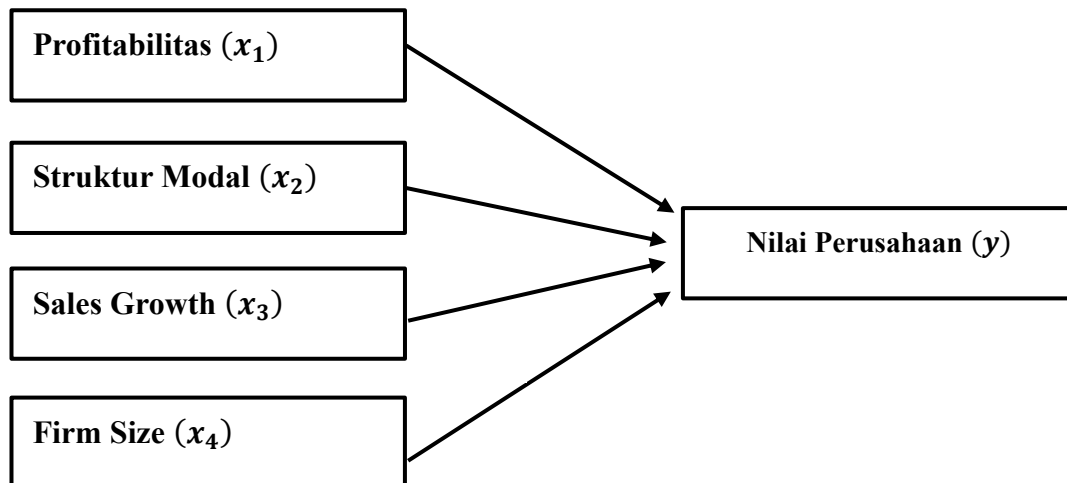
NO	KODE	PERUSAHAAN	BISNIS/PRODUK
1	ACES	PT. Aspirasi Hidup Indonesia Tbk	Peralatan rumah tangga
2	ERAA	PT Erajaya Swasembada Tbk	Ritel dan distribusi perangkat elektronik

3	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk	Perdagangan eceran sepatu, aksesoris, tas, dan peralatan olahraga
4	MPMX	PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk	Distribusi sepeda motor dan mobil, retail, dan pasar purna jual
5	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk	Pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik dan produk kebutuhan sehari-hari
6	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk	Otomotif
7	MAPA	PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk	Ritel gaya hidup
8	CSAP	PT Catur Sentosa Adiprana Tbk	Bahan bangunan dan barang konsumsi

3.3 Model Penelitian

Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, *Sales Growth*, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Cyclical* Subsektor Perdagangan Ritel Non-primer yang terdaftar di BEI periode 2019-2023” Maka model penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas yang berupa Profitabilitas (ROA) sebagai (X_1), Struktur Modal (DER) sebagai (X_2), *Sales Growth* sebagai (X_3) dan *Firm Size* sebagai (X_4) dan satu variabel terikat yaitu

Nilai Perusahaan (PBV) sebagai (Y). Model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Analisis Rasio Keuangan

Menurut Hery (2015) rasio keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja Perusahaan. Analisis laporan keuangan (*financial statement analysis*) adalah aplikasi dari alat dan teknik analitis untuk laporan keuangan bertujuan umum dan data-data yang berkaitan untuk menghasilkan estimasi dan kesimpulan yang bermanfaat dalam analisis bisnis.

3.4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Sekaran (2003) menyatakan bahwa analisis statistik deskriptif merupakan teknik pengolahan data mentah menjadi informasi terstruktur untuk mendeskripsikan berbagai karakteristik dalam suatu konteks penelitian. Tahapan ini mencakup penyusunan dan pengelolaan data yang telah diperoleh melalui metode

pengumpulan tertentu. Hasil analisis ini divisualisasikan melalui tiga parameter utama: frekuensi distribusi data, ukuran pemusatan data (rata-rata, median, modus), dan ukuran variabilitas data (seperti rentang nilai dan simpangan baku).

3.4.3 Analisis Regresi Data Panel

Data panel adalah gabungan data *time series* (antar waktu) dan *cross section* (antar individu atau ruang) (Gujarati & Porter, 2009). Sedangkan analisis regresi data panel adalah teknik analisis yang mengombinasikan data *time series* (antar waktu) dan *cross section* (antar individu atau ruang) untuk mengevaluasi hubungan antara variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Dalam penelitian ini pengujian regresi data panel dilakukan untuk mengukur profitabilitas (ROA), struktur modal (DER), pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) sebagai variabel independen dan Nilai perusahaan (*Price to Book Value*) sebagai variabel dependen. Dalam mengestimasi model regresi data panel ini, penulis menggunakan bantuan *software* yaitu E-views 12.

Dalam melakukan estimasi model regresi data panel, dapat dilakukan melalui tiga pendekatan yaitu sebagai berikut (Widarjono, 2018):

1. *Common Effect*

Common effect merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengombinasikan data *time series* dan *cross section*. Model ini berasumsi bahwa perilaku data perusahaan sama, tidak dipengaruhi oleh perbedaan waktu maupun karakteristik unik masing-masing entitas. Dalam

mengestimasi data panel, pendekatan ini menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS).

2. *Fixed Effect*

Fixed effect merupakan pendekatan model data panel yang berasumsi bahwa perbedaan antar individu (misalnya, perusahaan atau individu) dapat diakomodasi melalui variasi dalam nilai intersep, yang merepresentasikan karakteristik unik dan tetap dari setiap entitas. Dalam analisis data panel, pendekatan ini menggunakan teknik variabel *dummy* untuk menangkap perbedaan intersep spesifik setiap entitas.

3. *Random Effect*

Random effect model merupakan pendekatan model data panel yang berasumsi bahwa perbedaan antar individu (misalnya perusahaan, negara, atau entitas lain) bersifat acak (*random*). Berbeda dengan *Fixed Effect Model* (FEM) yang menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap perbedaan intersep antar individu, *Random effect model* memperlakukan perbedaan tersebut sebagai bagian dari komponen error yang bersifat *stokastik* (random). Pada perbedaan intersep setiap individu akan menghasilkan residual yang terdiri dari dua komponen yaitu residual secara menyeluruh (kombinasi *time series* dan *cross section*) dan residual secara individu.

Berikut adalah model umum regresi data panel yang telah dirancang menurut (Baltagi, 2021) untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah disusun sebelumnya dengan rincian sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} : Nilai Perusahaan

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi variabel independen

x_1 : Profitabilitas

x_2 : Struktur Modal

x_3 : Sales Growth

x_4 : Firm Size

i : Individu (Perusahaan)

t : Waktu

e_{it} : Error cross-section ke- i dan waktu ke- t

3.4.4 Pemilihan Data Model Panel

(Widarjono, 2018) menyatakan bahwa ada tiga uji khusus yang dapat digunakan untuk memilih pendekatan regresi yang paling sesuai dengan suatu permasalahan.

1. Uji Chow

Uji *Chow* adalah uji yang digunakan untuk mengetahui mana model terbaik di antara *common effect* model dengan *fixed effect* model. Adapun proses uji penentuan model yang sesuai, yaitu sebagai berikut:

Perumusan Hipotesis

H_0 : Common Effect model paling tepat digunakan

H_a : Fixed Effect model paling tepat digunakan

Pengambilan Keputusan:

- a. Pada nilai probabilitas, jika nilai signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Common effect*.
- b. Pada nilai probabilitas, jika nilai signifikansi $<0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Fixed Effect*.

2. Uji Hausman

Uji *hausman* adalah uji yang digunakan untuk mengetahui mana model terbaik di antara *fixed effect* model dengan *random effect* model. Adapun proses uji penentuan model yang sesuai, yaitu sebagai berikut:

Perumusan Hipotesis:

H_0 : *Random Effect* model paling tepat digunakan

H_a : *Fixed Effect* model paling tepat digunakan

Pengambilan Keputusan:

- a. Pada nilai probabilitas, jika nilai signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Random effect*.
- b. Pada nilai probabilitas, jika nilai signifikansi $<0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Fixed Effect*.

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji *lagrange multiplier* adalah uji yang digunakan untuk mengetahui mana model terbaik di antara *fixed effect* model dengan *random effect* model. Adapun proses uji penentuan model yang sesuai, yaitu sebagai berikut:

Perumusan Hipotesis:

H_0 : *Common Effect* model paling tepat digunakan

H_a : *Random Effect* model paling tepat digunakan

Pengambilan Keputusan:

- a. Pada nilai probabilitas, jika nilai signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Common effect*.
- b. Pada nilai probabilitas, jika nilai signifikansi $<0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Random Effect*.

3.4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prosedur evaluasi statistik yang bertujuan menilai keabsahan model regresi linier sebelum tahapan analisis dilanjutkan. Proses ini dilakukan untuk memastikan data memenuhi asumsi dasar statistik sehingga hasil analisis regresi bersifat objektif, tepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Evaluasi ini mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Ghozali (2018) Menyatakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah residual (selisih antara nilai observasi dan prediksi) dalam model regresi berdistribusi normal. Hal ini penting karena uji statistik seperti uji t dan uji F mensyaratkan residual terdistribusi normal. Jika asumsi normalitas tidak terpenuhi, hasil uji statistik tersebut tidak dapat diandalkan, terutama ketika analisis menggunakan sampel berukuran kecil. Proses identifikasi data berdistribusi normal dalam model regresi data panel dapat dilakukan melalui uji jarque-bera dengan asumsi:

- a. Nilai signifikansi $< 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya hubungan korelasi yang kuat antar variabel independen (variabel prediktor) dalam suatu model regresi. Tujuan pemeriksaan ini adalah memastikan bahwa variabel-variabel tersebut tidak saling terkait secara berlebihan, karena hal ini dapat mengganggu akurasi interpretasi pengaruh masing-masing variabel terhadap hasil analisis. Proses identifikasi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilakukan melalui nilai korelasi antar variabel bebas. Dalam penentuannya, jika nilai korelasi $> 0,80$ maka terjadi multikolinieritas dan sebaliknya, jika nilai korelasi $< 0,80$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan memeriksa apakah selisih antara hasil prediksi dan data nyata (residual) dalam model regresi memiliki variasi yang konsisten atau tidak. Jika variasi residual relatif sama di semua data, kondisi ini disebut homoskedastisitas (kondisi ideal). Jika variasi tidak sama misalnya semakin besar seiring naiknya nilai prediksi maka terjadi heteroskedastisitas, yang dapat mengganggu validitas model. Proses identifikasi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dilihat melalui uji white sebagai metode uji heteroskedastisitas dengan asumsi apabila nilai probabilitas Obs R-squared $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.4.6 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah model regresi layak digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Kriteria penentuan keputusan hipotesis adalah sebagai berikut:

Penetapan hipotesis operasional:

$H_0 : \rho_{YX_{1234}} = 0$, menunjukkan profitabilitas, struktur modal, *sales growth*, dan *firm size* tidak dapat menjadi prediktor nilai Perusahaan pada perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

$H_a : \rho_{YX_{1234}} \neq 0$, menunjukkan profitabilitas, struktur modal, *sales growth*, dan *firm size* dapat menjadi prediktor nilai perusahaan pada Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

Dengan ketentuan nilai probabilitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a yang berarti model regresi tidak lolos dan tidak layak untuk dilanjutkan dalam penelitian.
- b. Jika nilai signifikansi $F < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti model regresi lolos dan layak untuk dilanjutkan dalam penelitian.

3.4.7 Hipotesis (Uji T)

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji parsial atau uji statistik t secara esensial mengukur sejauh mana pengaruh individual suatu variabel independen dalam menjelaskan variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Variabel independent yang digunakan pada penelitian ini yaitu ROA, DER, SG, dan Firm Size. Dengan menggunakan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria penentuan keputusan hipotesis diterima atau ditolak adalah sebagai berikut:

Penetapan hipotesis operasional:

a) $H_{01} : \rho = 0$, Secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

$H_{a1} : \rho \neq 0$, Secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

b) $H_{02} : \rho = 0$, Secara parsial struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

$H_{a2} : \rho \neq 0$, Secara parsial struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

c) $H_{03} : \rho = 0$, Secara parsial *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

$H_{a3} : \rho \neq 0$, Secara parsial *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

d) $H_{04} : \rho = 0$, Secara parsial *firm size* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

$H_{a4} : \rho \neq 0$, Secara parsial *firm size* berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan *consumer cyclical* subsektor perdagangan ritel non-primer yang terdaftar di BEI.

Dengan ketentuan nilai signifikansi sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $\geq \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b. Jika nilai signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.4.8 Koefisien Determinasi

Ghozali (2018) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur sejauh mana suatu model regresi dapat menjelaskan perubahan atau keragaman data yang terjadi pada variabel dependen. Nilai ini menunjukkan proporsi variasi dalam variabel terikat yang mampu diterangkan oleh variabel-variabel independen dalam model. Dengan kata lain, R^2 membantu mengidentifikasi seberapa efektif model tersebut dalam memprediksi atau menggambarkan hubungan statistik antara variabel-variabel yang dianalisis.

Berikut rumus analisis koefisien determinasi (R^2)

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Nilai koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi

100% : Pengali yang menyatakan dalam persentase

3.4.9 Penarikan Kesimpulan

Dari hasil analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.