

### **BAB III**

#### **OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian objek penelitian adalah “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Objek pada penelitian ini adalah *Price Earning Ratio*, *Return On Assets*, *Market Value Added* dan harga saham pada PT. ACE HARDWARE INDONESIA Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2020. Data diperoleh dari Bursa Efek Indonesia

##### **3.1.1 Sejarah PT. ACE HARDWARE INDONESIA Tbk**

PT Ace Hardware adalah perusahaan yang bergerak dibidang pembelian dan penjualan alat-alat rumah tangga dan perkakas. Sebagai distributor alat-alat rumah tangga dan perkakas, Ace Hardware memiliki banyak pesaing, beberapa pesaing PT Ace Hardware antara lain Kawan Lama, Mitra dan Homesmart. Bermula dari Mr. Richard Hesse mengambil alih sebuah usaha toko perkakas kecil tahun 1920 di Chicago, Illionis, Amerika Serikat. Pada tahun 1922, MR.Hesse mengumpulkan beberapa pemilik toko perkakas dan mengusulkan untuk menggabungkan toko mereka menjadi suatu koperasi yang menjual alat-alat kebutuhan rumah tangga yang memiliki posisi lebih kuat dan berpengaruh terhadap para produsen barang, khususnya dalam hal penentuan harga. Pada tahun 1924, Mr. Hesse bertemu dengan Mr. Frank Burke dari Waukagen, Illionis yang juga memiliki ide yang sama tentang pembentukan koperasi, sehingga pada tahun itu juga, mereka resmi menggabungkan kedua perusahaan tersebut. Pada tahun 1928, secara resmi, *The ACE Company* didirikan.

Pada tahun 1930, Amerika Serikat mengalami depresi ekonomi yang berkepanjangan, tetapi Ace Hardware tetap tumbuh berkembang dengan ditandai semakin bertambahnya anggota yang bergabung, jenis produk yang dijual dan pembukaan cabang-cabang baru di seluruh Amerika. 6

Pada tahun 1931, kantor pusat Ace hardware pindah dari cikago ke winconsin dan kemudian berkembang pesat ke area Midwest sampai dengan pertengahan tahun 1940. Pada tahun 1950, Ace Hardware mulai melakukan standarisasi penampilan toko dan aspek-aspek operasionalnya.

Pada tahun 1974, Mr. Hesse, pendiri Ace Hardware, menjual seluruh sahamnya kepada para dealer. Semenjak itu Ace Hardware berkembang menjadi koperasi terbesar di Amerika Serikat. Hingga saat ini “Ace” telah memiliki pabrik sendiri yang memproduksi produk-produknya dengan merk “Ace” dengan jumlah produk mencapai 7000 jenis barang. Ace Paint, menduduki ranking ke-2 dari 10 pabrik cat terbesar di Amerika.

Perusahaan Ace Hardware telah berkembang menjadi sebuah korporasi yang mendunia. Di mulai dengan sebuah toko kecil di Chicago, kini Ace Hardware telah merambah ke banyak negara termasuk Indonesia. Di kota-kota besar Indonesia, Ace Hardware relatif mudah ditemui, karena memiliki 34 toko. Markas utama perusahaan berlokasi di Oak Brook, Illinois, Amerika Serikat (AS). Selain di Indonesia, tokonya sudah merambah di lebih dari 60 negara. Mulai dari Asia Tengah sampai Inggris, dan dari Indonesia sampai Meksiko. Dengan total lebih dari 5000 toko di seluruh dunia. Ace Hardware mencetak total volume usaha lebih dari 3 miliar dolar AS per tahun. Di setiap negara, termasuk Indonesia, Ace Hardware hadir tak ubahnya sebuah toko korporasi biasa. Ikhtisar harga saham yang tercatat sebesar Rp.4.100 pada akhir tahun 2011 terus meningkat menjadi Rp.810 (setara dengan Rp.8.100 sebelum pemecahan saham/stock split) atau meningkat sebesar 97,6%. Di tahun 2012, perseroan melakukan aksi korporasi berupa pemecahan saham yang berlakuefektif sejak 17 november 2012, dengan rasio 1:10 yang membuat nilai Rp.100 menjadi Rp.10. Tujuannya adalah untuk meningkatkan likuiditas perdagangan dan memperluas kepemilikan saham.

Di Indonesia sendiri PT Ace Hardware Indonesia Tbk di dirikan awalnya bernama PT Kawan Lama pada tanggal 3 Februari 1995 oleh Kuncoro Wibowo. Pada tanggal 28 Oktober 1997, Nama perusahaan berubah menjadi PT.Ace Indoritel Perkakas, dan kemudian pada tanggal 28 Agustus 2001 nama perusahaan selanjutnya berubah menjadi PT.Ace Hardware Indonesia. Ace Hardware hadir di

Indonesia pada tahun 1995, awalnya terdaftar di Departemen perdagangan dengan nama PT.Ace Indoritel Perkakas. Namun pada tahun 2001 berganti nama menjadi PT.Ace Hardware Indonesia Tbk.

Ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi usaha perdagangan umum termasuk kegiatan ekspor impor serta menjalankan usaha sebagai agen atau distributor. Kegiatan usaha perusahaan adalah penjualan eceran atau ritel barang-barang untuk kebutuhan rumah tangga, gaya hidup, dan mainan anak-anak.

Perusahaan telah mengembangkan jaringan gerai modern yang kuat dengan penyediaan produk berkualitas prima. Sampai akhir tahun 2014, gerai Ace Hardware telah berkembang menjadi 110 gerai di kota-kota utama di seluruh Indonesia, dan 24 gerai toys kingdom yang tersebar di berbagai kota besar di Sumatera, Jawa, Bali, dan Sulawesi, di mana sebagian besar gerainya berdekatan dengan gerai Ace sehingga menjadi sebuah kombinasi terpadu sebagai tujuan belanja keluarga.

### **3.1.2 Gambar logo PT ACE HARDWARE INDONESIA Tbk.**

Iklan atau advertasi atau reklame adalah usaha mempengaruhi konsumen dalam bentuk tulisan, gambar, suara atau kombinasi dari semuanya itu yang diarahkan pada masyarakat luas dan langsung cara menggunakan produk yang di tawarkan tersebut. Bentuk periklanan yang umum dipakai perusahaan adalah iklan pada media massa, seperti iklan radio, surat kabar, televisi, majalah dan papan reklame. Sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang komersil memiliki sebuah logo yang fungsinya bukanlah sekedar karya seni.

David E.Carter menyebutkan bahwa sebuah logo itu harus bisa menangkap dan mencerminkan Corporate Identity atau citra perusahaan agar bisa berfungsi secara objektif sebab dibalik sebuah logo terdapat konsep filosofi. Ace Hardware Indonesia mempunyai logo yang ditemukan ketika para pendiri perusahaan sedang mengadakan pertemuan untuk memberi nama 9 usaha gabungan mereka, dan secara kebetulan melintas sebuah truk pengangkut binatu yang bertuliskan kata Ace di boks mereka. Pada benda-benda produk Ace Hardware terlihat jelas logo Ace di sisi produk. Pembuatan logo ini bertujuan untuk

mempermudah daya ingat karyawan dan customer Ace Hardware Indonesia sehingga penjiwaan terhadap budaya korporat lebih kuat.



**Gambar 3.1 : Gambar Logo Ace Hardware**

Sumber : ([http://www.acehardware.co.id/home\\_page.htm](http://www.acehardware.co.id/home_page.htm)).

### **3.1.3 Visi Misi PT ACE HARDWARE INDONESIA Tbk**

PT.Ace Hardware Indonesia Tbk memiliki visi untuk menjadi pemimpin ritel perkakas nomor satu di Indoensia. Untuk hal ini PT. Ace Hardware Indonesia Tbk memiliki *Quality Policy* menuju visi sebagai berikut :

1. Ragam pilihan produk yang berkualitas dan lengkap.
2. Eksistensi pelayanan profesional.
3. Tingkat harga yang kompetitif.
4. Agenda perbaikan berkesinambungan.
5. Individu yang profesional dan kompeten.
6. Lingkungan belanja yang nyaman.

Secara umum Misi Ace Hardware Indonesia adalah “Menyediakan produk-produk berkualitas dengan pilihan yang lengkap disertai pelayanan profesional untuk segmen pasar kelas menengah-atas dengan harga yang wajar dan kompetitif”.

Budaya perusahaan, di dasari oleh pengalaman panjang dan bisnis ritel, PT. Ace Hardware Indonesia Tbk memiliki budaya perusahaan yang selaras dengan kepentingan para satf, produk, serta tempat kerja dan layanan. Keempat elemen faktor dasar yang menjadi landasan kerja PT. Ace Hardware indonesia Tbk untuk terus tumbuh dan berkembang.

Adapun yel-yel yang selalu diucapkan oleh setiap karyawan yaitu :

- a. *One Dream*
- b. *One Vision*

*c. One Mission*

*d. One team*

Adapun 4 arti kata Ace yang selalu dianut oleh seluruh karyawan yaitu :

1. Stop malas yang diartikan keras terhadap diri sendiri
2. Cerdas yang diartikan dalam memilih penting tidak penting
3. Tingkatkan kualitas yang diartikan belajarlh sampai ke negeri Cina
4. Ikhlas yang diartikan bekerja dengan hati

#### **3.1.4 Tata Kelola PT ACE HARDWARE INDONESIA Tbk**

Sebagai perusahaan publik, PT. Ace Hardware Indonesia Tbk senantiasa berusaha mematuhi dan menerapkan peraturan BAPEPAM-LK berkaitan dengan Good Corporate Governance, yang melibatkan kepentingan dan memanfaatkan berbagai sumber daya berdasarkan prinsip-prinsip Transparansi, Kemandirian, Akuntabilitas, Tanggung Jawab dan Kewajaran. Selama ini, perseroan terus berupaya untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip telah dilaksanakan di semua aspek usaha.

1. Transparansi Prinsip transparansi telah diterapkan dalam pengambilan keputusan manajemen; juga dalam penyampaian informasi yang relevan dan material tentang Perusahaan untuk kepentingan seluruh stakeholder.
2. Independensi PT. Ace Hardware Indonesia Tbk dikelola secara professional tanpa adanya pengaruh dari pihak lain maupun konflik kepentingan yang tidak sesuai dengan peraturan dan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.
3. Akuntabilitas Pengelola PT. Ace Hardware Indonesia Tbk secara efektif karena ada kejelasan fungsi, penyelesaian dan tanggung jawab para eksekutif perusahaan, berdasarkan petunjuk strategis Perusahaan, pengawasan efektif dari Dewan Komisaris dan akuntabilitas mereka kepada Perusahaan dan pemegang saham.
4. Tanggung Jawab Dalam mengelola Perusahaan, manajemen PT. Ace Hardware Indonesia Tbk bertanggung jawab penuh terhadap semua keputusan

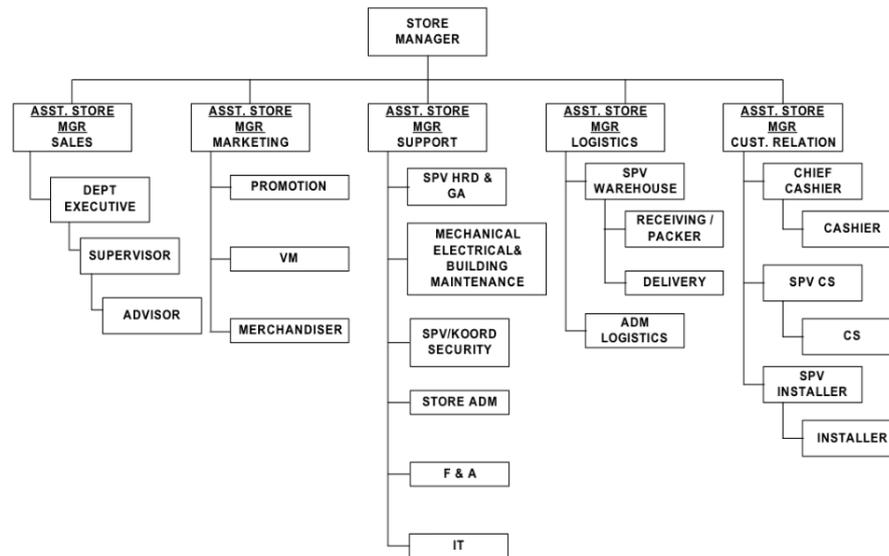
eksekutif dan manajemen, dan bertanggung jawab untuk menjaga kepatuhan terhadap peraturan dan prinsip-prinsip operasional Perusahaan yang baik.

5. Kewajaran Kebijakan Perusahaan kami telah sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dan kesetaraan sesuai hak-hak stakeholder yang timbul dari kesepakatan dan undang-undang yang berlaku

### **3.1.5 Stuktur Organisasi PT ACE HARDWARE INDONESIA Tbk.**

Untuk mencapai tujuan dari pelaksanaan tugas yang dilakukan oleh PT. Ace Hardware Indonesia Tbk maka di susun suatu struktur organisasi yang tujuannya akan memberikan gambaran secara komprehensif akan tugas dan wewenang dari masing-masing karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut sehingga dapat mencapai tujuan mereka dalam bekerja. Adapun struktur organisasi yang diterapkan oleh PT. Ace Hardware Indonesia Tbk adalah bentuk struktur garis di mana masing-masing mereka melaksanakan tugas yang terkontrol dalam satu perintah yaitu pemimpin wilayah.

Begitu pula dengan kantor cabang PT. Ace Hardware Indonesia Tbk yang mempunyai fungsi sebagai “perpanjangan tangan” dalam mengemban tugasnya dan kewajibannya. Perkembangan dan kemajuan PT. Ace Hardware Indonesia Tbk dalam menjual produk dan memberikan pelayanan kepada para customer. Berdasarkan **gambar 2.2**, dapat diuraikan tugas dan wewenang yang mereka lakukan dalam melaksanakan pekerjaan yang telah diberikan atau didelegasikan, dengan ketentuan.



**Gambar 3.2 : Struktur Organisasi Cabang PT.Ace Hardware Indonesia Tbk**

**Sumber :** [http://www.acehardware.co.id/home\\_page.htm](http://www.acehardware.co.id/home_page.htm)).

Uraian Pekerjaan :

1. *Store Manager*

*Store Manager* adalah orang yang bertanggung jawab atas pelaksanaan semua program kerja perusahaan (toko) dengan memanfaatkan semua sumber daya yang ada untuk pencapaian target yang telah ditetapkan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional perusahaan.
- b. Mengkoordinir semua aktifitas perusahaan di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk pemenuhan kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan.
- c. Mengkoordinir dan mengelola bawahan.
- d. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.
- e. Berkoordinasi dengan lingkungan pejabat setempat.

2. *Asisten Store Manager Sales*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Bertanggung jawab atas operasional suatu departmen sales dalam suatu perusahaan
- b. Mensupervisi tim *sales executive*
- c. Merencanakan, melaksanakan, dan bertanggung jawab atas promosi yang berlangsung
- d. Membuat laporan penjualan, persediaan, dan pendapatan target penjualan
- e. Merencanakan strategi pencapaian target.

### 3. *Departemen Executive*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengkordinir daeah penjualan baru dalam rangka peningkatan volume penjualan.
- b. Melakukan Negoisasi dengan penjualan baru.

### 4. *Supervisor*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengkordinir pelaksanaan setiap Departemen dan mengembangkan produktivitas dan keahlian dalam pencapaian penjualan.
- b. Bertanggung jawab terhadap bagian departemen yang dibawahinya.

### 5. *Advisor*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Melakukan penjualan dan informasi barang kepada customer.
- b. Menjaga dan menyiapkan rencana operasional departemen yang dikendalikan.

### 6. *Asisten Store Manager Marketing*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Memonitor, mengevaluasi dan mengembangkan pelaksanaan dari pendisplayan dan tata ruang.
- b. Bertanggung jawab terhadap tata cara sistem pendisplayan barang.

### 7. *Promotion*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Melakukan penjualan dan informasi barang kepada customer dalam skala besar.
- b. Membantu pelanggan dalam penjualan proyek-proyek besar.

#### 8. *Visual Merchandising (VM)*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Melakukan penataan ruangan toko sesuai dengan program yang ditentukan setiap programnya.
- b. Bertanggung jawab atas penataan ruangan yang ada di toko.

#### 9. *Merchandise*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Membantu display barang sehingga penataan ditoko menjadi lebih cepat dan tearah.
- b. Bertanggung jawab atas penataan barang yang ada ditoko.

#### 10. *Asisten Store Manager Support*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Memonitor, mengevaluasi dan mengembangkan pelaksanaan dari bagian-bagian departmen office.
- b. Bertanggung jawab terhadap tugas-tugas yang berada diluar penjualan.

#### 11. *Supervisor HRD & GA*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Merencanakan dan mengorganisasikan semua sumber daya manusia dan program pengembangan.
- b. Membantu *Store Manager* dalam melaksanakan undang-undang tenaga kerja dan peraturan pemerintah serta menjalankan kebijaksanaan perusahaan dalam manajemen sumber daya manusia.

#### 12. *Mechanical Electrical & Building Maintanance*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengawasi seluruh bagian pengaturan kelistrikan store, sistem pengaturan cahaya serta panel-panelnya.
- b. Mengawasi seluruh bagian pengaturan gedung store seperti : keadaan langit-langit store, pintu keluar masuk dan spanduk penghias di dalam store.

#### 13. *Supervisor & Koordinator Secuirity*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengawasi operasional toko sehari-hari yang berhubungan dengan keamanan, keselamatan, pencegahan kebakaran dan lain-lain.
- b. Bertanggung jawab kepada Store Manager.

#### *14. Store ADM*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Menyelenggarakan dan mengatur surat-menyurat atau dokumentasi yang berhubungan dengan perusahaan.
- b. Mengatur hubungan baik dengan pihak luar.

#### *15. Finance & Accounting*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Memonitor data bulanan seperti sistem penerimaan dan pengeluaran perusahaan.
- b. Meyakinkan bahwa pembayaran gaji dilakukan tepat pada waktunya.

#### *16. IT*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengevaluasi pelaksanaan setiap bagian departemen dan mengembangkan produktivitas dan keahlian mereka secara efisien dan efektif.
- b. Menjaga seluruh perangkat lunak dan perangkat keras tetap efisien dan efektif.

#### *17. Asisten Store Manager Logistik*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Memantau dan memonitor masuknya barang sebagai perantara sementara sebelum diteruskan ke werehouse.
- b. Merencanakan penyediaan segala kebutuhan yang berhubungan dengan store secara general.

#### *18. Supervisor Warehouse*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengkordinir proses keluar masuk barang store secara keseluruhan.
- b. Melaporkan proses keluar masuk barang, layak untuk dijual atau tidak.

#### *19. Receiving & Packer*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Melakukan receipt barang, baik yang masuk maupun yang keluar
- b. Mempacking barang yang sudah dibeli oleh customer.

#### 20. *Delivery*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Melakukan pengantaran barang-barang yang sudah dibeli customer dalam jumlah banyak dan besar.
- b. Mensupport barang yang akan masuk kedalam store.

#### 21. *ADM Logistik*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Membantu rencana persiapan yang berhubungan dengan operasional store keseluruhan.
- b. Proses barang-barang kebutuhan operasional.

#### 22. *Asisten Store Manager Customer Relation*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Memonitor, mengevaluasi dan mengembangkan pelaksanaan pelayanan kepada customer berupa informasi dan cara kerja barang yang dibeli oleh customer.
- b. Bertanggung jawab terhadap segala pelayanan dan keluhan pelanggan.

#### 23. *Chief Cashier*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengkordinir dengan pasti semua sistem penerimaan dan pengeluaran perusahaan.
- b. Melaporkan segala laoran keuangan yang berhubungan dengan operasional store.

#### 24. *Cashier*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Melakukan pembayaran yang dilakukan oleh customer
- b. Bertanggung jawab kepada Chief Cashier.

#### 25. *Supervisor Customer Service*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengkordinir keluhan-keluhan customer dan menyampaikan informasi program toko yang sedang berlangsung.
- b. Mengevaluasi setiap pelaksanaan program promo yang sedang berlangsung.

#### 26. *Customer Service*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Membantu keluhan customer dan menyampaikan informasi program toko yang sedang berlangsung.
- b. Menerangkan syarat program promo yang sedang berlangsung kepada customer.

#### 27. *Supervisor Installer*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengkordinir pemasangan atau perakitan barang-barang yang sudah dibeli oleh customer.
- b. Mengevaluasi laporan installer pemasangan ke tiap-tiap customer.

#### 28. *Installer*

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Melakukan pemasangan atau perakitan barang-barang yang sudah dibeli oleh customer.
- b. Periksa ulang

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki langkah-langkah yang sistematis (Sugiyono,2014:6) menyatakan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

#### **3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Berkaitan dengan judul yang dikemukakan, maka jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif yaitu metode

yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum dan generalisasi (Sugiyono, 2015: 207).

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda karena variabel bebasnya terdiri lebih dari satu variabel. Variabel yang mempengaruhi disebut variabel independen/ variabel bebas dan variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen/ variabel terikat. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas/independent yaitu *Price Earning Ratio* (PER) (X1), *Return On Assets* (ROA) (X2) dan *Market Value Added* (MVA) (X3), sedangkan variabel terikatnya/ variabel dependent adalah harga saham (Y).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Umi Narimawati (2008:30) operasionalisasi variabel adalah proses penguraian variabel penelitian kedalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi variabel dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor.

Definisi operasionalisasi variabel penelitian merupakan jembatan yang menghubungkan empiris apa saja yang ditemukan di lapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud, sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur (Purwanto dan Sulistyastuti, 2011: 18-19).

Sesuai dengan judul penelitian yang diungkapkan oleh penulis yaitu “Pengaruh *Price Earning Ratio*, *Return On Assets* Dan *Market Value Added* Terhadap Harga Saham”, maka terdapat 4 variabel dalam penelitian ini

#### 1. Variabel Independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2015:61). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *Price Earning Ratio* (PER), *Return On Assets* (ROA) dan *Market Value Added* (MVA).

#### 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen ini sering disebut sebagai variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2015:61). Yang berfungsi sebagai variabel terikat dalam penelitian ini adalah harga saham.

Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat dari tabel operasionalisasi variabel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Price Earning Ratio</i> (PER) (X1)	<i>Price Earning Ratio</i> adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menghitung tingkat pengembalian modal yang diinvestasikan pada suatu saham, atau menghitung kemampuan suatu saham dalam menghasilkan laba (Tryfino,2013:12)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga saham</li> <li>• <i>Earning Per Share</i></li> </ul> $\text{PER} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{EPS}}$	Presentase	Rasio
<i>Return On Assets</i> (ROA) (X2)	ROA merupakan rasio yang menunjukkan persentase keuntungan atau laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan seluruh sumber daya dan menunjukan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset, baik dari modal sendiri maupun modal pinjaman. Rasio ROA tersebut sangat penting untuk mengukur efektivitas operasional perusahaan.(Kasmir,2019:114)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laba Bersih</li> <li>• Total Assets</li> </ul> $\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}}$	Presentase	Rasio
<i>Market Value Added</i> (MVA) (X3)	<i>Market value added</i> adalah nilai dari sebuah perusahaan yang didefinisikan sebagai total nilai klaim terhadap asset yang dimiliki atau sama dengan nilai pasar dari keseluruhan asset-asset yang dimiliki perusahaan. Atau lebih mudahnya, <i>market value added</i> merupakan penjumlahan dari nilai pasar dari modal perusahaan dan nilai pasar dari hutang. ( S.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga Saham</li> <li>• Jumlah saham</li> <li>• Nilai Pasar saham</li> <li>• Total modal sendiri</li> </ul> $\text{MVA} = \text{nilai pasar saham} - \text{total modal sendiri}$	Rupiah	Rasio

David Young dan Stephen  
F,2001:29 )

---

Harga Saham (Y)	<i>Market price</i> atau harga pasar merupakan harga pasar riil, dan merupakan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar sudah ditutup, maka harga pasar adalah harga penutupannya. (Anoraga,2010:58)	• <i>Closing price</i>	Rupiah	Rasio
--------------------	--	------------------------	--------	-------

### 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) menyatakan teknik pengumpulan data adalah “langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama suatu penelitian adalah mendapatkan data”

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dan metode studi kepustakaan (*library search*). Metode dokumentasi adalah metode pengambilan data dengan cara mengumpulkan catatan-catatan yang menjadi bahan penelitian. Seperti buku, majalah, surat kabar, transkrip, dan lain sebagainya. Sedangkan metode pengumpulan data studi kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang akan digunakan menjadi landasan teori masalah yang diteliti, pengumpulan data ini dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, dan materi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, yang mana diperoleh untuk melihat gambaran umum tentang PER, ROA, dan MVA melalui Bursa Efek Indonesia dan memperoleh nilai harga saham dari website *Yahoo Finance*.

Dalam menentukan data, sangat dibutuhkan ketelitian agar mendapatkan data yang bagus. Data yang bagus dapat membantu mendapatkan hasil yang sesuai dalam penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini data yang

valid didapatkan dari sumber data yaitu dari website bursa efek Indonesia (IDX) berupa laporan keuangan dari Pt. Ace Hardware Indonesia Tbk tahun 2014-2020 sebagai dasar untuk menghitung PER, ROA dan MVA. Sedangkan data untuk harga saham di peroleh dari *Yahoo Finance*.

### **3.2.3.1 Jenis data**

Menurut sugiyono (2017) jenis data ada dua yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata kalimat ataupun gambar. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau *scoring*.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang menggunakan angka-angka didalamnya yang dapat menggambarkan kondisi atas informasi yang digunakan untuk membahas rumusan masalah yang telah ditentukan.

### **3.2.3.2 Prosedur pengumpulan data**

Pengumpulan data diperoleh dari data statistic dan data yang dipublikasikan secara umum. Data-data yang dikumpulkan adalah sebagai berikut:

#### **1. Dokumen/Website**

Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara dokumentasi dimana penulis memperoleh data dari catatan-catatan atau laporan keuangan yang ada di Bursa Efek Indonesia dan Website resmi PT Ace Hardware Indonesia Tbk. Data sekunder yang diambil ini terdiri dari laporan keuangan PT.Ace Hardware Indonesia Tbk.

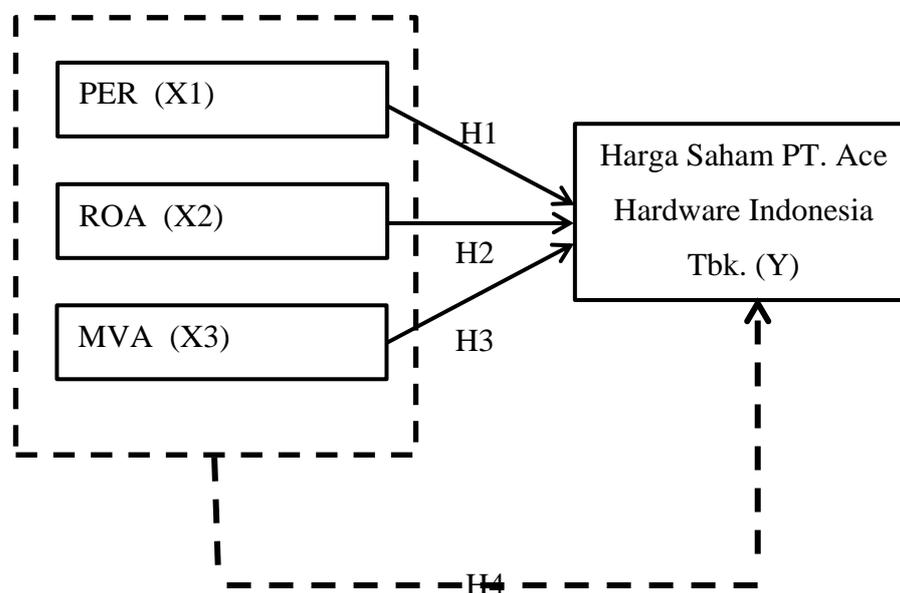
#### **2. Penelitian Kepustakaan**

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data teoritis yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti dengan cara membaca teori-teori maupun konsep-konsep yang terdapat dalam buku sumber yang ada hubungannya dengan masalah-masalah yang diteliti.

### 3.3 Paradigma Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:42), Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan.

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Dimana yang menjadi variabel independen yaitu PER ( $X_1$ ), ROA ( $X_2$ ), dan MVA( $X_3$ ). Sedangkan yang menjadi variabel dependen yaitu Harga Saham (Y). Berdasarkan hal tersebut, maka digambarkan paradigme penelitian sebagai berikut:



**Gambar 3.3 : Model Paradigma Penelitian**

Keterangan :

$X_1$  = *Price Earning Ratio*(PER)

$X_2$  = *Return On Assets*(ROA)

- X3 = *Market Value Added* (MVA)  
Y = Harga Saham  
H1 = Hubungan X1 Terhadap Y Secara Parsial.  
H2 = Hubungan X2 Terhadap Y Secara Parsial.  
H3 = Hubungan X3 Terhadap Y Secara Parsial.  
H4 = Hubungan X1, X2, dan X3 terhadap Y Secara Simultan.

### **3.4 Teknis analisis data**

Di dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode data kuantitatif, yaitu dimana data yang digunakan dalam penelitian berbentuk angka. Dengan pendekatan kuantitatif diharapkan dapat menjelaskan hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen yaitu bagaimana pengaruh PER, ROA dan MVA terhadap harga saham. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program computer (*software*) *IBM SPSS Statistic 25*. Berikut adalah metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini.

#### **3.4.1 Uji Asumsi Klasik**

##### **3.4.1.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terstandarisasi terdistribusi normal atau tidak, maka dapat digunakan metode analisis grafik dan metode statistic.

Disamping itu, pengujian normalitas dengan analisis grafik dapat memberikan hasil yang sibyeaktif. Artinya antara orang yang satu dengan yang lainnya dapat berbeda dalam menginterpretasikannya, maka penulis menggunakan uji normalitas dengan Kolmogorov smimov. Pengujian normalitas distribusi data populasi dilakukan dengan menggunakan nilai Asymp. Sig. (*2-tailed*). Kriteria yang digunakan yaitu H0 diterima apabila nilai Asymp. Sig. (*2-tailed*) > dari

tingkat *alpha* yang telah ditetapkan (5%), karenanya dapat dinyatakan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Apabila data terdistribusi normal, maka data tersebut memenuhi persyaratan untuk melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t dan uji-F sehingga data tersebut dapat di uji untuk pengambilan keputusan penelitian (Sudarmanto,2005).

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan bila data tidak normal, diantaranya adalah:

1. Jika jumlah sampel besar maka kita perlu menghilangkan nilai *outliner* dari data. Kita bisa membuang nilai-nilai yang ekstrem, baik atas atau bawah. Nilai ekstrem ini disebut *outliners*. Pertama kita perlu membuat grafik, dengan sumbu x sebagai frekuensinya dan y sebagai semua nilai yang ada dalam data kita. Dari sini kita akan bisa melihat nilai mana yang sangat jauh dari kelompoknya. Nilai inilah yang kemudian perlu dibuang dari data yang kita miliki, dengan asumsi nilai ini muncul akibat situasi takk biasa.
2. Melakukan transformasi data, ada banyak cara untuk mentransformasi data kita, misalnya dengan mencari akar kuadrat dari data kita, dan lain-lain.
3. Menggunakan alat analisis *non parametric*, analisis ini disebut juga analisis yang *distribution free*. Sayangnya analisis ini seringkali mengubah data menjadi lebih rendah dari tingkatannya. Missal kalau sebelum data kita termasuk data interval dengan analisis ini akan diubah menjadi data ordinal.

#### **3.4.1.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk adanya korelasi antar variabel independen dan apabila terjadi korelasi berarti terjadinya *problem multikolinieritas*. Model regresi dikatakan baik bila tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah  $Tolerance > 0,10$  atau sama dengan  $VIF < 10$  dan nilai korelasi antar variabel independen  $< 0,5$  maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas ( Orahmi:2007).

Jika model mengandung multikolinieritas yang serius yakni korelasi yang tinggi antar variabel, maka ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menyembuhkannya:

1. Menghilangkan variabel independen

Salah satu metode sederhana yang bisa dilakukan adalah dengan menghilangkan salah satu variabel independen yang mempunyai hubungan linear kuat. Namun menghilangkan variabel independen di dalam suatu model akan menimbulkan bias spesifikasi model regresi.

2. Transformasi variabel

Transformasi variabel dapat dilakukan dengan cara melakukan transformasi kedalam bentuk diferensi pertama (*first difference*). Bentuk diferensiasi pertama ini akan mengurangi masalah multikolinieritas. Transformasi variabel ini akan tetap menimbulkan masalah berkaitan dengan masalah variabel gangguan. Kesalahan pengganggu  $V_t$  mungkin tidak memenuhi salah satu asumsi daripada model regresi linier klasik yang mengatakan bahwa kesalahan pengganggu tidak berkorelasi antara yang satu dengan lainnya, akan tetapi kemungkinan besar berkorelasi serial (*serially correlated*).

3. Penambahan data

Masalah multikolinieritas pada dasarnya merupakan persoalan sampel. Oleh karena itu, masalah multikolinieritas seringkali bisa di atasi jika kita menambah jumlah data. Ketika kita menambah jumlah data karena ada masalah multikolinieritas antara  $X_1$  dan  $X_2$  maka akan menyebabkan varians  $\beta_1$  akan mengalami penurunan. Jika varian mengalami penurunan maka otomatis *standard error* juga akan mengalami penurunan. Dengan kata lain, jika multikolinieritas menyebabkan variabel independen tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen melalui uji-t, maka dengan menambah jumlah data maka sekarang variabel independen menjadi signifikan mempengaruhi dependen (Widarjono,2012).

### 3.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ( $\text{Sig.} > \alpha$ ), maka dapat dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas (Sudarmanto,2005).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dasar analisis: (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas; (2) jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2012).

Ada beberapa cara mengatasi gejala heteroskedastisitas. Salah satunya menurut J. Supranto (1983), jika varian heteroskedastik diketahui, maka cara yang paling mudah untuk memecahkan masalah heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan metode kuadrat terkecil tertimbang. Dimana timbangannya untuk mengurangi pengaruh dari nilai observasi yang ekstrim. Namun dalam prakteknya varian heteroskedastik jarang diketahui sehingga kita harus membuat berbagai asumsi tentang varian heteroskedastik tersebut dan kemudian kita membuat transformasi terhadap data yang akan dipergunakan didalam model dengan maksud agar data yang sudah dirubah bentuknya itu mempunyai kesalahan pengganggu dengan varian yang tetap dan tercapai keadaan yang homoskedastis. Beberapa alternative solusi jika model menyalahi asumsi heteroskedastisitas adalah dengan mentransformasikan ke dalam bentuk logaritma, yang hanya dapat dilakukan jika semua data bernilai positif. Atau dapat juga dilakukan dengan membagi semua variabel dengan variabel yang mengalami gangguan heteroskedastisitas.

### 3.4.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk menguji model linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pada periode-t

sebelumnya (Oramahi,2007). Adanya autokorelasi dapat menyebabkan penaksir mempunyai varians tidak minimum dan uji-t tidak dapat digunakan, karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Ada beberapa car untuk mendeteksi ada tidaknya masalah autokorelasi, yaitu menggunakan metode Durbin-Wtson dan metode *Run Test* sebagai salah satu uji statistic non parametric. Uji Durbin-Watson (uji D-W) merupakan uji yang sangat populer untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris yang diestimasi (Sudarmanto,2005).

**Tabel 3.2**

**Kriteria Pengujian Autokorelasi Dengan Uji Durbin-Watson**

<b>DW</b>	<b>Kesimpulan</b>
$<D1$	Ada Autokorelasi (+)
$dL \text{ s.d } Du$	Tanpa Kesimpulan
$dU \text{ s.d } 4-dU$	Tidak Ada Autokorelasi
$4-dU \text{ s.d } 4-dL$	Tanpa Kesimpulan
$>4-dL$	Ada Autokorelasi (-)

Menurut Oramahi (2007), untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi atau tidak dapat dilihat melalui nilai Durbin-Watson (D-W) yang bisa dijadikan patokan untuk mengambil keputusan adalah:

1. Bila nilai D-W  $<-2$ , berarti ada autokorelasi positif.
2. Bila nilai D-W diantara  $-2$  sampai dengan  $+2$ , berarti tidak terjadi autokorelasi.
3. Bila nilai D-W  $+2$ , berarti ada autokorelasi negative.

Jika ada masalah autokorelasi, maka model regresi yang seharusnya signifikan (lihat angka F dan signifikansinya), menjadi tidak layak untuk dipakai. Autokorelasi dapat diatasi dengan berbagai cara antara lain dengan melakukan transformasi data dan menambah data observasi.

Menurut Imam Ghozali (2012) dan Fitria Saraswati (2013), jika pada model regresi terjadi autokorelasi, maka ada beberapa opsi penyelesaian antara lain:

1. Tentukan apakah autokorelasi yang terjadi merupakan *pure autocorrelation* dan bukan karena kesalahan spesifikasi model regresi. Pola residual dapat terjadi karena adanya kesalahan spesifikasi model yaitu ada variabel penting yang tidak dimasukkan ke dalam model atau dapat juga karena bentuk fungsi persamaan regresi tidak benar.
2. Jika yang terjadi adalah *pure autocorrelation*, maka solusi autokorelasi adalah dengan mentransformasi model awal menjadi model *difference*. Misalkan model regresi dengan dua variabel sebagai berikut:

$$Y_t = \beta_1 + \beta_2 X_t + \mu_t$$

Dan diasumsikan bahwa *error* mengikuti *autoregressive AR(1)* sebagai berikut:

$$\mu_t = \rho \mu_{t-1} + \epsilon_t \quad -1 < \rho < 1$$

nilai  $\rho$  diestimasi berdasarkan *Durbin-Watson d statistic* dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho = 1 - d/2$$

keterangan:

$d = \text{durbin-watson}$

Pada kasus dengan jumlah sampel kecil, Theil dan Nagar mengajukan rumus untuk menghitung  $\rho$  sebagai berikut:

$$\rho = \frac{n^2(1 - d/2) + k^2}{n^2 - k^2}$$

Keterangan:

$n = \text{jumlah observasi}$

$k = \text{jumlah variabel bebas}$

### 3.4.2 Uji Hipotesis

#### 3.4.2.1 Uji-F

Uji F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model (*goodness of fit*). Uji-F ini juga sering disebut sebagai uji simultan, untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel terikat atau tidak. Adapun cara pengujian dalam uji-F ini, yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel ANOVA (*Analysis Of Variance*) dengan melihat nilai signifikansi ( $\text{Sig} < 0,05$  atau 5%). Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak, sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima.

#### 3.4.2.2 Uji-t

Uji-t merupakan uji signifikansi yang digunakan untuk mengukur keberartian koefisien regresi variabel independen satu per satu. Uji-t digunakan untuk menguji apakah variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependennya atau tidak. Uji-t digunakan untuk menentukan pengujian hipotesis uji-t. apabila harga koefisien-t yang digunakan sebagai ukuran, maka nilai koefisien tersebut harus dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk tingkat *alpha* yang telah ditetapkan dengan dk yang sesuai. Kriteria yang digunakan yaitu menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  apabila t-hitung  $>$  t-tabel, serta menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$  apabila t-hitung  $<$  t-tabel (Sudarmanto,2005).

#### 3.4.2.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya (Suliyanto,2011). Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2 = 0$ ), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila nilai koefisien determinasi

sama dengan 1 ( $R^2 = 1$ ), artinya variasi Y secara tidak keseluruhan dapat diterangkan oleh X.

### 3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Umi Narimawati (2008), analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dengan skala interval. Metode analisis data yang digunakan adalah model regresi berganda, yaitu regresi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan :

Y = Harga Saham

X<sub>1</sub> = *Price Earning Ratio* (PER)

X<sub>2</sub> = *Return On Assets* (ROA)

X<sub>3</sub> = *Market Value Added* (MVA)