BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam usulan penelitian ini adalah *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), *Debt to Equity Ratio* (DER) dan Harga Saham di PT Unilever Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 – 2019.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) merupakan salah satu dari perusahaan Unilever Group, produsen konsumsi terbesar di dunia. Unilever Group ini adalah perusahaan gabungan dari negara Inggris dan Belanda, berkantor pusat di London dan Rotterdam. Perusahaan ini dikerjakan oleh 300.000 pegawai dan beroperasi di 75 negara di dunia. Pemerintah mengajak pihak swasta untuk bekerja sama membangun perekonomian negara dan ini diikuti dengan kebijaksanaan pemerintah yang berkaitan dengan sektor swasta dan menawarkan berbagai gedung untuk dibangun kepada para investor swasta baik dalam maupun negeri untuk menanamkan modalnya.

Didirikan sebagai *Lever's Zeepfabrieken NV* pada 5 Desember 1933, Perseroan berganti nama pada tahun 1980 menjadi "PT Unilever Indonesia", sebagaimana dicatat dalam akta No. 171 oleh notaris publik Kartini Muljadi, SH, tertanggal 22 Juli 1980. Perseroan selanjutnya mengalami perubahan nama pada tanggal 30 Juni 1997 menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk". Hal tersebut dicatat oleh notaris publik Mudofir Hadi, S.H. dalam akta No. 92, yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No.C2-1.049HT.01.04TH.1998

tanggal 23 Februari 1998 dan diterbitkan dalam Berita Negara No. 39 pada 15 Mei 1998, Tambahan No. 2620. Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir dengan akta notaris No. 14 tanggal 31 Mei 2019 dari Dewi Sukardi S.H., M.Kn., Notaris di Tangerang, terkait dengan penambahan kegiatan bisnis Perusahaan. Akta tersebut telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-0033271. AH.01.02 Tahun 2019 tanggal 27 Juni 2019.

Unilever Indonesia menjadi perusahaan publik pada tahun 1981 dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya pada tanggal 11 Januari 1982. Sahamnya sekarang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pada tanggal 31 Desember 2019, Unilever Indonesia adalah perusahaan terbesar kelima di Bursa Efek Indonesia berdasarkan kapitalisasi pasar.

Sebagaimana dinyatakan dalam Anggaran Dasar, Perseron beroperasi di sektor-sektor berikut: sektor industri, sektor jasa perdagangan besar (distributor), perdagangan impor, layanan riset pemasaran, dan layanan konsultasi manajemen dan penyewaan real estat. Portofolio produknya antara lain: sabun, deterjen, makanan olahan berbahan dasar susu, es krim, produk kosmetik, minuman teh dan jus buah.

Portofolio Perseroan merupakan penggabungan produk warisan global yang telah lama ada, produk ciri khas lokal dan produk baru yang dirancang untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin canggih dan dipengaruhi oleh *value* produk. Mulai dari Sunlight, Lifebuoy, Walls, Pepsodent dan Dove hingga Royco, Bango, Rexona, Citra, Rinso, Molto dan banyak lagi, semua memiliki tujuan dan inovasi masing-masing.

Sembilan pabrik yang dimiliki Perseroan berada di Kawasan Industri Jababeka Cikarang - Jawa Barat dan Rungkut Surabaya – Jawa Timur. Kantor pusat yang dibangun secara khusus di atas lahan seluas 3 hektar berada di Bumi Serpong Damai – Tangerang dan yang mampu menampung lebih dari 1.500 karyawan. Portofolio produk Perseroan, yang terdiri dari 42 produk domestik utama dan lebih dari 1.100 *Stock Keeping Unit* (SKU), dipasarkan melalui lebih dari 800 jaringan distributor independen yang melayani ratusan ribu toko di seluruh Indonesia.

Bisnis Perseroan terbagi dalam dua kategori produk utama, yaitu: *Home and Beauty Personal Care* dan *Food and Refreshment*.

Produk *Home and Beauty Personal Care*, yang mana didorong oleh manfaatnya dan inovasi, telah dipercaya oleh jutaan orang Indonesia untuk digunakan setiap hari dalam membantu mereka berpenampilan lebih baik, merasa lebih baik dan mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Terbuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi yang berasal dari sumber yang berkelanjutan, produk *Food and Refreshment* disukai generasi Indonesia dengan rasa, keaslian, dan nilai yang luar biasa.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

3.1.2.1 Visi Perusahaan

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

3.1.2.2 Misi Perusahaan

Misi PT Unilever Indonesia Tbk adalah sebagai berikut:

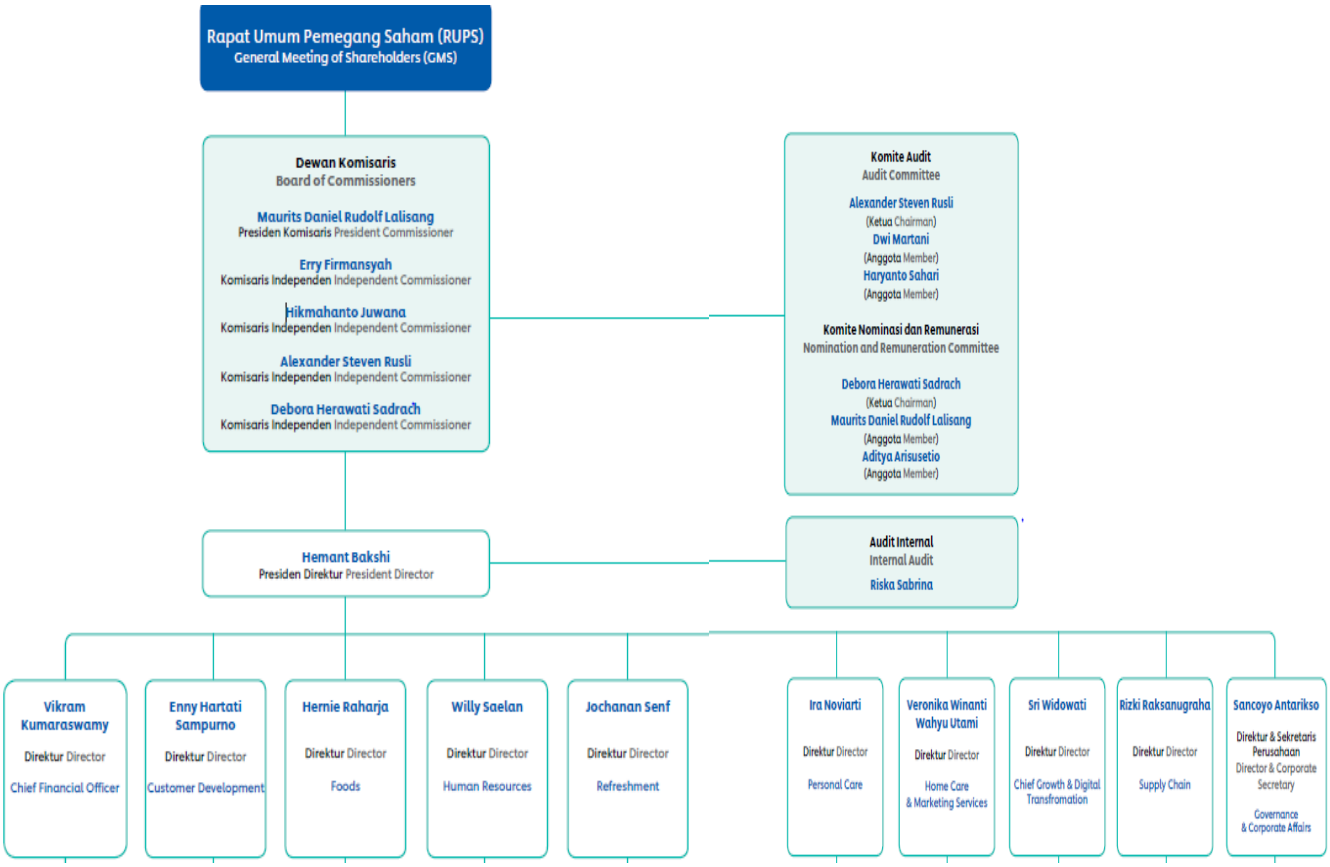
1. Bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.

2. Membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui *brand* dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
3. Menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
4. Senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan Unilever untuk terus bertumbuh seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan.

3.1.3 Logo PT Unilever Indonesia Tbk

Gambar 3. 1 Logo PT Unilever Indonesia Tbk

3.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk

1. Dewan Komisaris
   a. Presiden Komisaris : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
   b. Komisaris Independen : Erry Firmansyah
      Hikmahanto Juwana
      Alexander Steven Rusli
      Debora Herawati Sadrach

2. Jajaran Direktur
   a. Presiden Direktur : Hemant Bakshi
   b. Chief Financial Officer : Vikram Kumaraswamy
   c. Customer Development : Enny Hartati Sampurno
   d. Foods : Hernie Raharja
   e. Human Resources : Willy Saelan
   f. Refreshment : Jochanan Senf
   g. Personal Care : Ira Noviarti

h. Home Care & Marketing Services :Veronika Winanti Wahyu Utami
i. Chief Growth & Digital Transfromation : Sri Widowati
j. Supply Chain : Rizki Raksanugraha
k. Governance & Corporate Affairs : Sancoyo Antarikso

3. Komite Audit
   a. Ketua : Alexander Steven Rusli
   b. Anggota : Dwi Martani
      Haryanto Sahari

4. Komite Nominasi dan Remunerasi
   a. Ketua : Debora Herawati Sadrach
   b. Anggota : Maurits Daniel Rudolf Lalisang
      Aditya Arisusetio

5. Audit Internal : Riska Sabrina

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif dengan menggunakan metode survei. Menurut Muri (2014: 62) metode deskriptif yaitu dengan menginterpretasikan data yang diperoleh berdasarkan fakta-fakta yang tampak dalam jangka waktu penelitian sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang objek yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), *Debt to Equity Ratio* (DER) dan Harga Saham PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2010-2019.

Sedangkan penelitian verifikatif merupakan penelitian untuk menguji hipotesis sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima (Syofian, 2015:9). Dalam penelitian ini, penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Harga Saham PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2010-2019.

Metode survei merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dengan memberi batasan yang jelas pada suatu objek tertentu (Syofian, 2015: 10). Data yang di survei yaitu *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), *Debt to Equity Ratio* (DER) dan Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk Periode 2010-2019.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua macam variabel yang akan diteliti yaitu variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (varibel bebas) (Sugiyono, 2010).

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Harga Saham yang dinotasikan dengan Y.

Menurut Sartono (2008: 70) menyatakan bahwa harga saham terbentuk dari mekanisme suatu permintaan dan penawaran yang ada dipasar modal. Suatu saham akan cenderung naik jika saham mengalami kelebihan permintaan, sebaliknya saham akan cenderung turun jika kelebihan penawaran. Harga saham pada penelitian ini dilihat dari harga penutupan (*closing price*) pada akhir periode laporan keuangan tahunan pada PT Unilever Indonesia Tbk.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya serta sifatnya dapat berdiri sendiri. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah sebagai berikut.

a. *Earning Per Share* (EPS) dinotasikan dengan X1

b. *Return On Equity* (ROE) dinotasikan dengan X2

c. *Debt to Equity Ratio* (DER) dinotasikan dengan X3

Berikut ini adalah operasionalisasi variabel-variabel yang digunakan:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Satuan	Skala
1	**2**	**3**	**4**	**5**
***Earning Per Share* (X1)**	Rasio untuk membandingkan laba bersih dengan jumlah saham yang beredar pada PT Unilever Indonesia Tbk	$\frac{\text{laba bersih}}{\text{jumlah saham yang beredar}}$	Rupiah	Rasio
***Return On Equity* (X2)**	Rasio untuk membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan Total ekuitas pada PT Unilever Indonesia Tbk	$\frac{\text{laba bersih setelah pajak (EAT)}}{\text{Total ekuitas}}$	%	Rasio
***Debt to Equity Ratio* (X3)**	Rasio untuk membandingkan total utang dengan ekuitas pada PT Unilever Indonesia Tbk	$\frac{\text{total utang (Debt)}}{\text{ekuitas}}$	%	Rasio
Harga Saham (Y)	Harga suatu saham ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham pada PT Unilever Indonesia Tbk	*Closing Price*	Rupiah	Rasio

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series* yaitu data yang merupakan hasil pengamatan dalam suatu rentang waktu tertentu. Dengan pendekatan kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam angka-angka, menunjukkan nilai terhadap besaran variabel yang diwakilinya. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data atau sumber informasi yang telah dikemukakan oleh para ahli yang kompeten di bidangnya masing-masing sehingga relevan dengan pembahasan yang diteliti.

Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk, khususnya mengenai *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), *Debt to Equity Ratio* (DER) dan Harga Saham melalui situs resmi milik Bursa Efek Indonesia yang terdapat di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2.2.2 Teknik Penarikan Sampel (Teknik Sampling)

a. Populasi

Menurut Mudrajad Kuncoro (2013: 118) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya. Adapun populasi pada penelitian adalah data laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk sejak awal *listing* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1982 hingga tahun 2019.

b. Penentuan Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro (2013: 118) sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Adapun sampel penelitian ini adalah laporan keuangan

PT Unilever Indonesia Tbk periode penelitian 2010-2019. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, menurut Arikunto (2006) yaitu teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Sehubungan dengan tidak adanya kelengkapan data perusahaan pada periode-periode tertentu, maka penulis hanya mengambil periode yang memiliki data lengkap, yaitu data sepuluh tahun terakhir.

3.2.2.3 Alat Pengumpulan Data

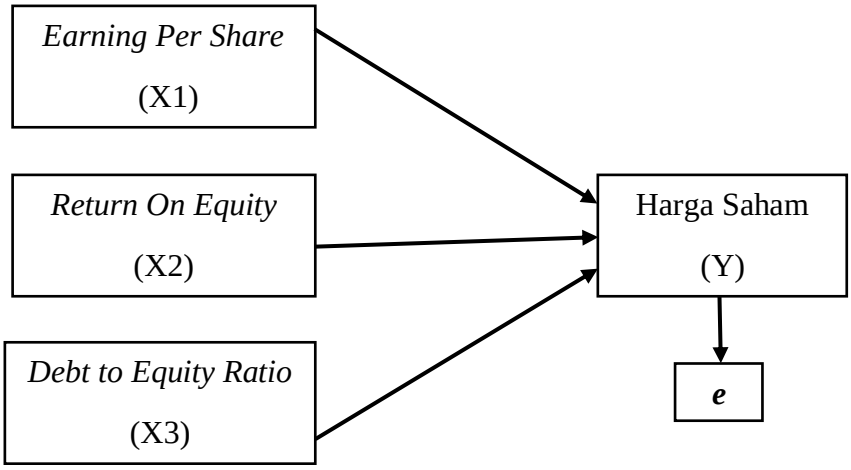
Untuk mendapatkan data sekunder, penulis akan menggunakan studi dokumentasi, yaitu penggunaan data-data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada, berdasarkan laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk pada periode 2010 – 2019 yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia melalui Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Data yang diperlukan yaitu mengenai Harga Saham, *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Debt to Equity Ratio* (DER).

3.2.3 Model Penelitian

Model penelitian merupakan pola pikir yang menghubungkan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis atau jenis dan jumlah hipotesis dan teknik analisis statistic yang digunakan (Sugiyono, 2013).

Penggunaan model penelitian ini menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti, yaitu hubungan antara variable X1 *Earning Per Share* (EPS), X2 *Return On Equity* (ROE), X3 *Debt to Equity Ratio* (DER) dan variable Y (Harga

Saham). Jika dituangkan dalam bentuk bagan maka paradigma penlitiannya adalah sebagai berikut.



Gambar 3. 3 Model Penelitian

3.2.4 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis rasio dan analisis statistik, sebagai berikut.

3.2.4.1 Analisa Rasio Keuangan

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan membandingkan laporan keuangan sepuluh tahun terakhir dengan selisih yang akan timbul ini akan diketahui perbandingan yang terjadi. Adapun langkah-langkah perhiungan sebagai berikut:

$$Earning\ Per\ Share = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

(Brigham dan Houston, 2006: 215)

$$Return\ On\ Equity = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

(Kasmir, 2008: 204)

$$\textit{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas}}$$

(Kasmir, 2018:158)

3.2.4.2 Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa asumsi dasar saat menggunakan regresi. Asumsi dasar disebut juga asumsi klasik. Dengan memenuhi asumsi klasik, hasil yang diperoleh bisa lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Asumsi klasik terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan ploting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menghubungkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2009).

Selain itu pengujian normalitas juga dapat dilakukan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov. Menurut Ghozali (2011:160) tingkat signifikansi yang digunakan $\alpha = 0{,}05$. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (p) yaitu:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
b. Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen (Ghozali, 2009).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Model regresi yang mengandung multikolinearitas berakibat pada kesalahan standar estimasi yang akan cenderung meningkat dengan bertambahnya variabel independen, tingkat signifikansi yang digunakan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah juga akan semakin besar.

Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance* dan VIF (*Variace Inflation Factors*). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi. (Ghozali, 2011:160).

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokesdatisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homokesdastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas lainnya (Husein Umar, 2013: 179).

Pada penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik plot antara prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Jika penyebarannya tidak berbentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain menganalisis *scatterplot*, uji heteroskedastisitas dapat dianalisis melalui uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel

independen dengan nilai absolut residualnya, yang mana apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antardata yang ada pada variabel – variabel penelitian (Husein Umar, 2013: 143).

Autokorelasi digunakan pada penelitian yang mengunakan data *time series*. Untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dan uji *Run Test*. Dengan menggunakan tabel DW jika nilai dU < DW < 4-dU maka tidak terjadi autokorelasi. *Run Test* sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak dapat dilihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed):

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

5. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi

apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasikan secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas dapat menggunakan uji *Durbin-Watson, Ramsey Test* atau uji *Lagrage Multipler* dan ANOVA *Linearity*. Berikut dasar pengambilan keputusan Uji Linearitas menggunakan ANOVA *test*:

Membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan (α = 0,05)

a. Jika nilai *Deviation From Linearity* Sig. > 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan varibel dependen.
b. Jika nilai *Deviation From Linearity* Sig. < 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan varibel dependen.

3.2.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubugan positif atau negative. Menggunakan analisis regresi berganda karena data yang digunakan merupakan data absolut dan peneliti hanya ingin mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel indenpenden *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap variabel dependen Harga Saham, dengan kata lain melibatkan tiga variabel bebas (X1, X2, dan X3) dan satu variabel terikat (Y).

Menurut Sugiyono (2013) model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1\ X1 + \beta 2\ X2 + \beta 3\ X3 + } \boldsymbol{e}$$

Dimana:

Y = Harga Saham
α = *intercept*/ Konstanta
β_i = koefisien regresi
X1 = *Earning Per Share* (EPS)
X2 = *Return On Equity* (ROE)
X3 = *Debt to Equity Ratio* (DER)
e = Variable-variabel yang tidak diteliti

3.2.4.4 Analisis Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (independen) secara serentak terhadap variabel terikat (dependen). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Jika R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya jika R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen (Priyatno, 2008).

Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *adjusted* R^2 karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari dua variabel. Selain itu, menurut Ghozali (2011) nilai *adjusted* R^2 dianggap paling baik dari nilai R^2, karena *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model regresi.

3.2.4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

1. **Penetapan Hipotesis Operasional**

a. Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$	**Secara simultan *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.**
$Ha : \rho \neq 0$	Secara simultan *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

b. Secara Parsial

$H_{01} : \rho = 0$	**Secara parsial *Earning Per Share* (EPS) tidak berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.**
$Ha_1 : \rho \neq 0$	Secara parsial *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.
$H_{02} : \rho = 0$	Secara parsial *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.
$Ha_2 : \rho \neq 0$	Secara parsial *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

H_{03} : ρ = 0	Secara parsial *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.
H_{a3} : ρ ≠ 0	Secara parsial *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Unilever Indonesia Tbk.

2. Penetapan Tingkat Signifikan

Taraf signifikansi (α) ditetapkan sebesar 5%. Ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas (tingkat kayakinan atau *confidence level*) sebesar 95%, taraf nyata atau taraf kesalahan atau taraf signifikansi sebesar 5%. Taraf signifikan sebesar 5% merupakan tingkat yang umum digunakan dalam hubungan antara variabel – variabel yang diteliti.

3. Kriterian Keputusan

Secara Parsial (Uji t)

a. Jika *Significance* t < (α = 0,05), maka Ho ditolak, Ha diterima
b. Jika *Significance* t ≥ (α = 0,05), maka Ho diterima, Ha ditolak

Secara Simultan (Uji F)

a. Jika *Significance* F < (α = 0,05), maka Ho ditolak, Ha diterima
b. Jika *Significance* F ≥ (α = 0,05), maka Ho diterima, Ha ditolak

4. Penarikan Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian, akan dilakukan analisa secara kuantitatif. Dari hasil analisa tersebut dapat ditarik kesimpulan,

apakah hipotesis yang telah ditetapkan diterima atau ditolak. Untuk melakukan perhitungan, penulis menggunakan alat analisis *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20.0 agar hasil yang diperoleh lebih akurat.