

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Likuiditas Saham, *Market Capitalization* dan *Return* Saham. Dengan ruang lingkup pengaruh Likuiditas Saham, *Market Capitalization*, dan *Return* Saham pada PT Media Nusantara Citra Tbk.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Media Nusantara Citra Tbk. atau sering disebut dengan MNC merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang media yang berpusat di Jakarta, Indonesia, didirikan pada tahun 1997. Saat ini, mayoritas sahamnya dikuasai oleh Global Mediacom.

Bisnis inti PT Media Nusantara Citra, Tbk. berada di nasional *Free-To-Air* (FTA) siaran televisi dan bisnis konten yang terdiri dari 4 stasiun TV FTA Perseroan, yaitu RCTI, MNCTV, Global TV, dan iNewsTV. Selain itu, *channel-channel* yang diproduksi oleh MNC (MNC *News*, MNC *Business*, MNC *Infotainment*, MNC *Muslim*, MNC *Entertainment*, MNC *International*, MNC *Music*, MNC *Movie*, MNC *Drama*, MNC *Comedy*, MNC *Lifestyle*, MNC *Fashion*, MNC *Food & Travel*, MNC *Kids*, MNC *Sports 1*, MNC *Sports 2*, *Golf Channel*, MNC *Home & Living*, dan MNC *Health & Beauty*). Sedangkan yang disiarkan di TV berlangganan, yaitu Indovision, TopTV dan Okevision.

Selain itu, MNC juga memiliki basis media dan usaha lainnya yang bertujuan untuk mendukung kegiatan utamanya. Bisnis pendukung tersebut terdiri dari radio (Sindo Trijaya, Global Radio Jakarta, RD Jakarta, V Radio), media cetak (Koran Sindo, *Sindo Weekly*, *Genie*, *Mom & Kiddle*, *Just for Kids*, *HighEnd*, dan *het*), *talent management* (Star Media Nusantara) dan rumah produksi (MNC *Pictures*, MNC *Animation*, MNC *Contents*, dan MNC *Innoform*).

PT Media Nusantara Citra Tbk. terdiri dari berbagai unit bisnis yang terlindung dan dikelola di bawah payung *holding company* untuk membuat kelompok usaha media terpadu yang dinamis, inovatif, dan memanfaatkan pada keunggulan kompetitif dalam sinergi untuk mengatasi tantangan dalam industri media yang sangat kompetitif. PT Media Nusantara Citra Tbk. melakukan IPO pada 22 Juni 2007 dengan kode saham (MNCN) dan menawarkan 4.125.000.000 saham yang mewakili 30% (20% adalah saham baru) dari saham yang diterbitkan pada Rp900 per saham share. PT Media Nusantara Citra Tbk. (MNCN) telah tercatat di Bursa Efek Indonesia, dengan kepemilikan mayoritas dan kontrol oleh PT Global Mediacom Tbk. (*MNCN Group*).

Pada tahun 2008, MNC *The Indonesian Channel* (sekarang disebut dengan MNC *International*) diluncurkan yang di targetkan pada masyarakat Indonesia yang berada di luar negeri RCTI menyelesaikan pinjaman obligasi sebesar Rp220 miliar. Pada tahun 2009, MNC dan enam perusahaan media terkemuka di Asia Tenggara membentuk *SMART*

Alliance, merupakan komunitas perusahaan media yang bergabung untuk menciptakan dan memberikan keuntungan komersil bagi para anggotanya. Pada tahun 2010, MNC bersama *Linktone Ltd* menyelesaikan akuisisi terhadap 75% saham biasa dalam modal saham *InnoForm Media Pte Ltd*. Serta MNC *Networks* meluncurkan V-Radio.

Pada tahun 2011, perusahaan investasi asal Amerika Serikat yang berbasis di Los Angeles, Saban Capital Group membeli 7.5% saham MNC *Group*. Pada tahun 2012, MNC menandatangani perjanjian kredit dan jaminan fidusia dengan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat & Banten, Tbk. (Bank BJB) sebesar Rp 300 miliar untuk tujuan investasi. Pada tahun 2013, MNC merayakan *Topping Off of GlobalTV Building at Kebon Jeruk* dan *Groundbreaking of MNC Media Tower*. Pada tahun 2014, MNC *Channels* memperkenalkan MNC *Home & Living* dan MNC *Health & Beauty*.

Pada tahun 2015, MNCN *launched IBCM (Indonesia Bussiness Capital Market) Channel*. Pada tahun 2016, MNC *Media* melakukan penandatanganan MoU antara MNC dengan KOCCA (*Korea Creative Content Agency*). Serta MNC *Media* melakukan penandatanganan MoU dengan MBC (*Munhwa Broadcasting Corporation*) Korea Seperti produksi, drama, animasi khususnya konten televisi dan *Brand Outlet* mengadakan “*Soft Launching of brandoutlet.co.id*”. *Brand Outlet* merupakan fashion *e-commerce* pertama dari MNC, yang menawarkan berbagai label mode dan kecantikan dari lokal hingga Internasional.

Pada tahun 2017, MNC Animasi melaksanakan penandatanganan MoU dengan Chaos Group mengenai dukungan terhadap *Animation Development Program (ADP)*. Kemudian pada tahun 2018, PT *MNC Studios International (MSI)* menerbitkan penawaran umum perdana saham atau *Initial Public Offering (IPO)*. MSI menjadi perusahaan konten terdepan dan terbesar se-Asia Pasifik. Serta *MNC Pictures* menggelar acara peresmian Gedung *MNC Pictures* di *MNC Studio*, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Saat ini, MNC adalah perusahaan multimedia terintegrasi yang terkemuka di Indonesia. MNC mencapai posisi ini dengan menerapkan strategi yang efektif dan dihitung yang menghasilkan nilai bagi Perseroan dan pemegang saham. Maksud dan tujuan Perseroan sebagaimana disebutkan dalam Anggaran Dasar, adalah untuk terlibat dalam usaha perdagangan umum, perindustrian, agrikultur, pengangkutan, percetakan, multimedia melalui perangkat satelit dan perangkat lainnya, jasa serta investasi.

Berikut ini adalah daftar perusahaan asosiasi PT Media Nusantara Citra Tbk.:

1. PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)
2. PT. Global Informasi Bermutu (GTV)
3. PT. MNC Televisi Indonesia (MNC TV)
4. PT. MNC Televisi *Network* (iNews)
5. PT. MNC *Networks* (MNCN)
6. PT. Media Nusantara Informasi (MNI)
7. PT. MNI Global (MNIG)
8. PT. MNI *Publishing* (MNIP)
9. PT. MNC *Studio International* (MSI)

10. MNC *International Middle East Limited* (MIMEL)
11. PT. MNC Lisensi *Internasional* (MLI)
12. PT. MNC Media Utama (MMU)
13. PT *Innoform* Indonesia (MINNO)
14. PT. MNC Media Investasi (MMI)

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

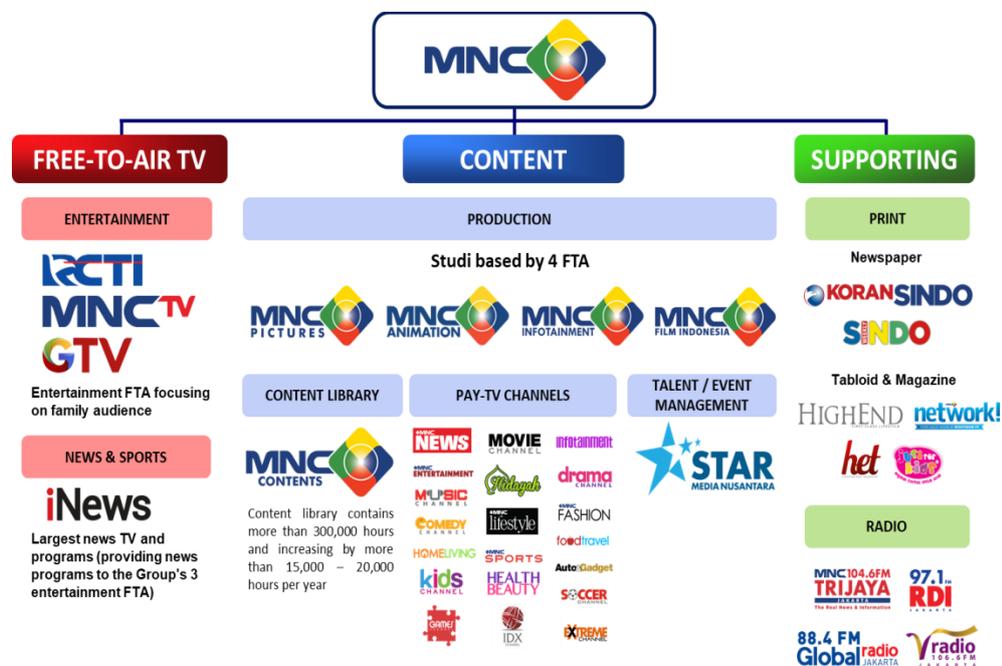
VISI

Menjadi grup media dan multimedia yang terintegrasi, dengan fokus pada penyiaran televisi dan konten berkualitas yang disiarkan melalui teknologi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pasar.

MISI

Memberikan konsep hiburan keluarga terlengkap dan menjadi sumber berita dan informasi terpercaya di Indonesia.

3.1.3 Struktur Perusahaan



Gambar 3.1
Struktur Perusahaan

3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Tabel 3.1
Struktur Organisasi PT Media Nusantara Citra Tbk.

Dewan Komisaris	:	
Komisaris Utama	:	Hary Tanoesoedibjo
Komisaris	:	Syafril Nasution
Komisaris Independen	:	M. Alfian Baharudin
Dewan Direksi	:	
Direktur Utama	:	David Fernando Audy
Direktur	:	Arya Mahendra Sinulingga
	:	Angela Herliani Tanoesoedibjo
	:	Ruby Panjaitan
	:	Gwenarty Setiadi
	:	Kanti Mirdiati Imansyah
	:	Ella Kartika

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 8). Penelitian verifikatif pada penelitian ini pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis dari likuiditas saham dan *market capitalization* terhadap *return* saham, apakah diterima atau ditolak.

Taraf penelitian yang digunakan penelitian eksplanatori, yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain (Sugiyono, 2012: 21). Taraf penelitian eksplanatori pada penelitian ini untuk

menjelaskan bagaimana pengaruh likuiditas saham dan *market capitalization* terhadap *return* saham dari hasil pengujian hipotesis.

Metode penelitian yang digunakan metode penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian *relative*, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2012: 11). Metode penelitian survei pada penelitian ini dilakukan dengan *survey sampling* menggunakan sebagian data *time series* tahunan dalam bulanan yang diambil dari seluruh data *time series* tahunan dari literatur data-data sekunder mengenai likuiditas saham, *market capitalization*, dan *return* saham.

Sifat penelitian yang digunakan penelitian kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2012: 37). Sifat penelitian kausal pada penelitian ini untuk mengetahui likuiditas saham dan *market capitalization* sebagai variabel yang mempengaruhi, sedangkan *return* saham sebagai variabel yang dipengaruhi.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Sesuai judul yang dipilih, yaitu: “Pengaruh Likuiditas Saham dan *Market Capitalization* terhadap *Return* Saham pada PT Media Nusantara Citra Tbk.”, maka variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012: 59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Likuiditas Saham dan *Market Capitalization*.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *Return Saham*.

Untuk lebih jelasnya, Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Likuiditas Saham (X1)	Likuiditas Saham merupakan kemudahan suatu saham untuk diperdagangkan baik mudah menjualnya maupun memperolehnya di bursa saham pada PT Media Nusantara	$TVA = \frac{\text{Jumlah lembar saham diperdagangkan pada waktu tertentu}}{\text{Jumlah lembar saham yang beredar pada waktu tertentu}}$	%	Rasio

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Citra Tbk.			
<i>Market Capitalization</i> (X2)	<i>Market Capitalization</i> merupakan ukuran pasar dari saham yang telah tercatat dan beredar di bursa saham pada PT Media Nusantara Citra Tbk.	Kapitalisasi Pasar = Jumlah Saham yang Beredar x Harga Saham Terakhir.	Rupiah	Rasio
<i>Return Saham</i> (Y)	<i>Return Saham</i> merupakan hasil atau imbalan yang diperoleh dari investasi saham baik itu keuntungan (<i>capital gain</i>) ataupun kerugian (<i>capital loss</i>) pada PT Media Nusantara Citra Tbk.	<i>Return Saham</i> $= \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$	%	Rasio

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan data *time series* (runtun waktu), yaitu jenis data yang terdiri atas variabel-variabel yang dikumpulkan menurut urutan waktu dalam suatu rentang waktu tertentu (Sugiyono, 2012: 104).

Data *time series* pada penelitian ini menggunakan data bulanan dari tahun 2016 sampai 2018. Jenis data untuk likuiditas saham, yaitu data mengenai jumlah lembar saham yang diperdagangkan dan jumlah lembar saham yang beredar. Kemudian jenis data untuk *market capitalization*, yaitu data mengenai jumlah lembar saham yang beredar dan harga akhir (*closing price*). Selanjutnya jenis data *return* saham, yaitu data harga saham penutupan atau akhir (*closing price*).

Sumber data yang digunakan data sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2012: 193). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data sekunder pada penelitian ini berupa laporan keuangan (*financial statement*) PT Media Nusantara Citra Tbk. yang di dalamnya terdapat data likuiditas saham, *market capitalization*, dan *return* saham.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 115). Populasi pada penelitian ini menggunakan data *time series*, yaitu pada saat pertama kali perusahaan menjual sahamnya ke pasar perdana atau *Go Public* (IPO) pada 22 Juni 2007 (IPO Price: 900).

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012: 120). Teknik Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012: 117). Adapun kriteria-kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data pada tahun setelah pasar iklan dan media mengalami pelemahan dan penurunan kinerja keuangan yang terjadi di tahun 2015 (Lampiran 10).
2. Data *time series* dalam bulanan dan tidak mengalami *stock split*.
3. Terdapat laporan keuangan secara lengkap dan telah diaudit periode tahun 2016-2018.
4. Data memenuhi asumsi sebaran data statistik parametrik.

Berdasarkan dengan pertimbangan atau kriteria tersebut, maka pada penelitian ini peneliti mengambil sampel data bulanan sebanyak 36 bulan pada tahun 2016, 2017, dan 2018.

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Adapun prosedur pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis melalui dua cara, yaitu:

1. Studi Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat, membaca, dan mencatat data-data maupun informasi dari objek yang

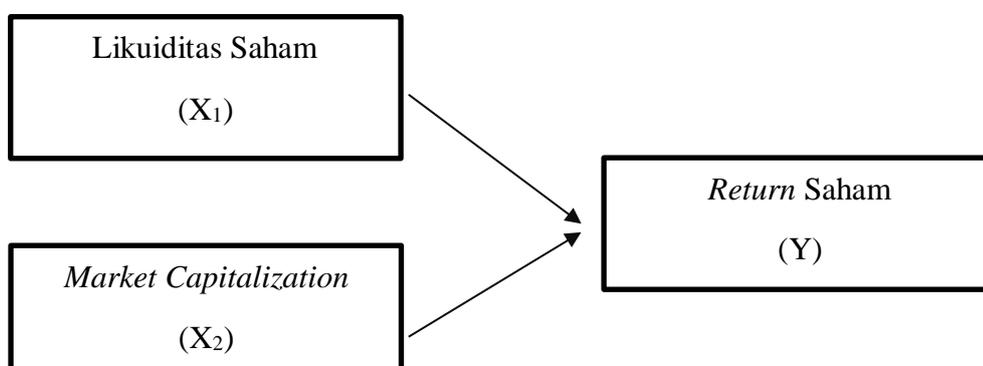
akan diteliti dengan mengakses *www.idx.co.id* dan memperoleh data dengan transaksi di Galeri Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya mengenai likuiditas saham, *market capitalization*, dan *return* saham pada PT Media Nusantara Citra Tbk.

2. Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini, penulis mengkaji serta mempelajari literatur-literatur, artikel, jurnal, hasil penelitian terdahulu, dan media lain yang mempunyai kaitan langsung dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan teori yang mendukung masalah dalam penelitian ini mengenai likuiditas saham, *market capitalization*, dan *return* saham pada PT Media Nusantara Citra Tbk.

3.3 Model Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Likuiditas Saham dan *Market Capitalization* Terhadap *Return* Saham Pada PT Media Nusantara Citra Tbk.” maka model penelitiannya sebagai berikut:



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas Saham dan *Market Capitalization* terhadap *Return Saham* pada PT Media Nusantara Citra Tbk. maka digunakan analisis sebagai berikut:

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Likuiditas Saham

Untuk mengetahui Likuiditas Saham, maka penulis menggunakan rumus *Trading Volume Activity* (TVA):

$$TVA = \frac{\text{Jumlah lembar saham diperdagangkan pada waktu tertentu}}{\text{Jumlah lembar saham yang beredar pada waktu tertentu}}$$

(Husnan, 2009: 283).

2. *Market Capitalization*

Rumus yang digunakan untuk menghitung Kapitalisasi Pasar (*Market Capitalization*) adalah:

Kapitalisasi Pasar = Jumlah Saham yang Beredar x Harga Saham Terakhir

(May, 2017: 74).

3. *Return Saham*

Untuk menghitung *Return Saham*, maka penulis menggunakan rumus:

$$\text{Return Saham} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

(Hartono, 2017: 284).

3.4.2 Analisis Statistik

Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas Saham dan *Market Capitalization* terhadap *Return* Saham maka digunakan analisis statistik.

Dalam pengolahan data digunakan bantuan *software SPSS 16,0*.

3.4.2.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum hasil estimasi linier berganda diinterpretasi dan dianalisis dengan tujuan untuk memastikan bahwa model yang diperoleh benar-benar memenuhi asumsi dasar dalam analisis regresi. Uji asumsi klasik yang akan digunakan untuk menguji ketepatan model terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji linieritas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Tungga, 2014: 121). Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pengujian normalitas distribusi data dilakukan dengan menggunakan statistik *kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal jika koefisien Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan linier di antara variabel independen dalam model regresi. Syarat berlakunya model regresi ganda adalah antar variabel bebasnya (*independent variable*) tidak memiliki hubungan sempurna atau mengandung multikolinieritas. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Tungga, 2014: 120). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk dapat melihat multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF):

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

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara pengamatan yang satu dengan yang lainnya (Tungga, 2014: 121). Jika ada perbedaan yang besar berarti telah terjadi Heteroskedastis. Model

regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastis. Sedangkan adanya gejala residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain di sebut homoskedastis. Heteroskedastis pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Tetapi tidak berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastis. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastis pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastis jika:

- a. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- b. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka nol.
- c. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Dalam *SPSS*, uji heteroskedastisitas dapat digunakan dengan Uji *Rank Spearman*. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan Uji *Rank Spearman*, yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual atau *error* (Gujarati, 2012: 406). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas. Kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolut residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen.

- a. Jika nilai korefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan atau Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05. Maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).
- b. Jika nilai korefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan atau Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Maka kesimpulannya tidak terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual homogen).

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau sebelumnya (Tungga, 2014: 121). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* atau masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data *crosssection* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena “gangguan” pada observasi yang berbeda berasal dari individu kelompok yang berbeda.

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan Uji *Durbin-Watson* atau uji d . Nilai d memiliki batas

0 sampai dengan 4. Keputusan ada atau tidaknya Autokorelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Tidak ada Autokorelasi positif jika $0 < d < dl$
- b. Tidak ada Autokorelasi positif jika $dl \leq d \leq du$
- c. Tidak ada Autokorelasi negatif jika $4 - dl < d < 4$
- d. Tidak ada Autokorelasi negatif jika $4 - dl \leq d \leq 4 - dl$
- e. Tidak ada Autokorelasi, positif atau negatif jika $du < d < 4 - du$

5. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linear antara variable independen dengan variable dependen (Ghozali, 2016: 159). Dalam *SPSS*, uji linearitas dalam penelitian ini digunakan Uji *Ramsey*, yaitu dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel (Suliyanto, 2011: 163).

Kriteria keputusannya sebagai berikut:

- a. Jika nilai F hitung $>$ F Tabel maka model regresi dinyatakan linear.
- b. Jika nilai F hitung $<$ F Tabel maka model regresi dinyatakan linear.

3.4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur pengaruh atau memprediksi variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda, karena data yang digunakan adalah data absolut atau mutlak. Serta peneliti ingin mengetahui pengaruh variabel X terhadap

variabel Y, tanpa mengetahui hubungan antar variabel X. Model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

(Sugiyono, 2012: 277).

Dalam hal ini :

Y = *Return Saham*

α = *Intercept*

β_i = *Koefisien Regresi*

X_1 = *Likuiditas Saham*

X_2 = *Market Capitalization*

e = *Standar Error*

3.4.2.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Kesesuaian model dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2). Di mana (R^2) dapat menunjukkan besarnya kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara 0 dan 1. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya semakin besar. Dengan rumus sebagai berikut:

Koefisien Determinasi : $R^2 \times 100\%$

Dengan kriteria:

$R^2 = 1$, Berarti terdapat kecocokan sempurna dan seluruh variasi

variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya.

$R^2 = 0$, Berarti tidak ada variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya dan tidak ada hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebasnya.

3.4.2.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikan, uji signifikansi, kaidah keputusan, dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Parsial

$H_{01} : \beta = 0$ Likuiditas Saham secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap *Return* Saham PT Media Nusantara Citra Tbk.

$H_{a1} : \beta \neq 0$ Likuiditas Saham secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham PT Media Nusantara Citra Tbk.

$H_{02} : \beta = 0$ *Market Capitalization* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap *Return* Saham PT Media Nusantara Citra Tbk.

$H_{a2} : \beta \neq 0$ *Market Capitalization* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham PT Media Nusantara Citra Tbk.

b. Secara Simultan

$H_0 : \beta = 0$ Likuiditas Saham dan *Market Capitalization* secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap *Return* Saham PT Media Nusantara Citra Tbk.

$H_a : \beta \neq 0$ Likuiditas Saham dan *Market Capitalization* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham PT Media Nusantara Citra Tbk.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05 yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi

a. Secara parsial menggunakan uji t

b. Secara simultan menggunakan uji F

4. Kaidah Keputusan

a. Secara parsial

Tolak H_0 : Jika $t \text{ significance} < (\alpha = 0.05)$

Terima H_0 : Jika $t \text{ significance} \geq (\alpha = 0.05)$

b. Secara simultan

Jika $F \text{ significance} < (\alpha = 0.05)$ H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F \text{ significance} \geq (\alpha = 0.05)$ H_0 diterima dan H_a ditolak

5. Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian seperti tahapan di atas maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif. Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.