

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah *economic value added*, *market value added* dan pertumbuhan perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk. periode 2012-2021.

##### **3.1.1 Profil Perusahaan**



Sumber: Situs [www.mandom.co.id](http://www.mandom.co.id)

**Gambar 3.1**  
**Logo Perusahaan**

PT Mandom Indonesia Tbk. dengan kode saham TCID adalah meliputi produksi dan perdagangan kosmetika, wangi – wangian, bahan pembersih, kemasan plastik termasuk bahan baku, mesin dan alat produksi untuk produksi dan kegiatan usaha penunjang adalah perdagangan impor produk kosmetika, wangi – wangian, bahan pembersih. Mandom memiliki dua merek dagang utama yaitu Gatsby dan Pixy. Selain itu, Mandom juga memproduksi berbagai macam produk lain dengan merek pucelle, Lucido-L, Tancho, Mandom, Spalding, Lovillea, Miratone, dan lain-lain termasuk beberapa merek yang khusus ditujukan untuk ekspor.

Perusahaan ini mengembangkan manajemen dan bisnis dengan sangat baik. Target yang tinggi merupakan wujud keseriusan perusahaan ini dalam

mengembangkan bisnisnya. Tak heran selama periode tahun 2005-2007 (MID-1) PT Mandom Indonesia Tbk. mampu menembus penjualan sebesar Rp 1 triliun. Dari tahun ketahun, perusahaan mengalami kenaikan dalam penjualan. Pada periode tahun 2008-2010 (MID-2) perusahaan mencapai target penjualan sebanyak Rp 1,5 triliun. Pada periode rencana manajemen 3 tahun selanjutnya (MID-3) tahun 2011-2013 perusahaan mencapai target penjualan sebanyak Rp 2 triliun. Pencapaian ini tidak hanya kebetulan semata, tetapi merupakan hasil *continues improvement* dan konsistensi perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan dengan optimal.

### **3.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan**

Perusahaan ini berdiri pada November tahun 1969 dengan nama PT Tancho Indonesia Co, Ltd. Perusahaan ini mulai beroperasi dan berproduksi komersial pada April tahun 1971 di pabrik Sunter, Jakarta. Pada September tahun 1993 perusahaan Tancho Indonesia Co, Ltd. mencatatkan seluruh saham di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham TCID. Pada Mei 1997 perusahaan ini berubah nama menjadi PT Tancho Indonesia Tbk. Perusahaan ini merupakan gabungan dari perusahaan The City Factory dan Mandom Corporation, Jepang menjadi PT Tancho Indonesia Tbk. yang pada Januari tahun 2001 secara resmi merubah nama menjadi PT Mandom Indonesia Tbk.

Seiring dengan perubahan yang diinisiasi oleh induk perusahaan Mandom Group, PT Mandom Indonesia Tbk. pada September 2021 memperkenalkan logo dan slogan perusahaan terbaru yaitu BE ANYTHING, BE EVERYTHING. Perubahan ini diberlakukan secara bertahap untuk seluruh atribut perusahaan termasuk dalam kemasan produk. Perubahan ini adalah yang pertama kali dilakukan sejak terakhir di tahun 1983 Mandom Group memperkenalkan logo yang digunakan

saat ini. Logo saat ini dinilai oleh perusahaan memiliki filosofi yang lebih dekat visualisasinya dengan prinsip perusahaan yaitu *human oriented company*.

Perusahaan ini terus melakukan pembangunan demi upaya diversifikasi produk, pada Juni tahun 2000 PT Tancho Indonesia Tbk. membiayai pembangunan pabrik baru yang memproduksi kemasan plastik di kawasan industri MM 2100 Bekasi, Jawa Barat yang diresmikan menjadi pabrik baru perusahaan ini pada Maret Tahun 2001. Pada Februari tahun 2006 PT Mandom Indonesia Tbk. ini membiayai pembangunan pabrik dan pusat logistik di kawasan industri MM 2100, Bekasi, Jawa Barat. Dan diresmikan pada Maret tahun 2007. Pada November tahun 2012 PT Mandom Indonesia Tbk. mulai memasuki kategori anak – anak sebagai kategori bisnis baru. Pada Juni tahun 2015 perusahaan meresmikan kantor pusat dan *factory* 1 di kawasan industri MM 2100, Bekasi, Jawa Barat.

### **3.1.3 Misi Perusahaan**

PT Mandom Indonesia Tbk. juga memiliki misi dalam menjalankan roda perusahaan yaitu:

“HUMAN TO HUMAN”

Mandom adalah perusahaan yang berorientasi pada manusia. Dipandu oleh konsep unik kami tentang “Sehat, Bersih, dan Indah”, kami dengan penuh keyakinan akan menantang batas untuk bisa menghadirkan inspirasi dan kesan dalam kehidupan anda.

PT Mandom Indonesia Tbk. memiliki prinsip dalam menjalankan roda perusahaan yaitu dengan:

1. Menciptakan nilai gaya hidup bersama konsumen, untuk konsumen;
2. *Challenge, Change, Innovation;*

3. Partisipasi aktif karyawan;
4. Tanggung Jawab Sosial dan *Sustainability*;
5. *Human Asset*.

PT Mandom Indonesia Tbk. juga memiliki semangat (*spirit*) dalam menjalankan roda perusahaan yaitu dengan:

1. Memberikan Manfaat (*Oyakudachi*);
2. Menjunjung Tinggi Kemanusiaan;
3. Kebebasan dan Keterbukaan.

### 3.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

**Tabel 3.1**  
**Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk. – Dewan Komisaris**

<b>Dewan Komisaris</b>	
<b>(1)</b>	<b>(2)</b>
Shinichiro Koshiba	Presiden Komisaris
Ken Nishimura	Komisaris
Lie Harjono	Komisaris
Tesong Kim	Komisaris Independen
Heri Martono	Komisaris Independen
Muhammad Makmun Arsyad	Komisaris Independen

Sumber: Situs [www.mandom.co.id](http://www.mandom.co.id)

**Tabel 3.2**  
**Struktur Organisasi PT Mandom Indonesia Tbk. – Dewan Direksi**

<b>Dewan Direksi</b>	
<b>(1)</b>	<b>(2)</b>
Mashiro Ueda	<i>President Director/CEO</i>
Effendi Tandil	<i>Vice President Director</i>
Keok Khee Chuang	<i>Senior Managing Director</i>
Norihito Azuma	<i>Senior Director</i>
Keigo Kajiwara	<i>Senior Executive Officer Director</i>
Liandhajani	<i>QC &amp; Formula Development Director</i>
Sanyata Adi Saputra	<i>IT, Legalcy &amp; Compliance Secretary Director</i>
Hirokazu Kagami	<i>General &amp; Lady's Cosmetic Marketing Director</i>
Tiurma Rondang Sari	<i>Human Capital &amp; General Affair Director</i>

Sumber: Situs [www.mandom.co.id](http://www.mandom.co.id)

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara yang sistematis untuk melaksanakan pengamatan terhadap suatu masalah berdasarkan fakta – fakta atau gejala-gejala secara ilmiah dengan disertai pemikiran yang logis untuk mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan dan menemukan objek penelitian tertentu. Adapun menurut Sugiyono (2018: 24) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian harus dilakukan dengan cara ilmiah, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode verifikatif bersifat pembuktian, artinya pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk menghasilkan bukti empiris mengenai hubungan antar objek yang diteliti. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2018: 35) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun taraf pemberian informasi pada penelitian ini adalah taraf penelitian eksplanatori (*explanatory research*) dengan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2017: 6) taraf penelitian eksplanatori adalah metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Menurut Kerlinger (1973) dalam Sugiyono (2011: 7) mengemukakan bahwa penelitian survei adalah 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 relatif, distribusi dan hubungan – hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

### 3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah suatu karakteristik dari objek/individu/organisasi yang memiliki tingkat variasi antara satu dengan yang lainnya yang dapat diteliti sehingga menghasilkan data.

Menurut Sugiyono (2018: 96) variabel penelitian dibedakan menjadi variabel independen, variabel dependen, variabel moderator, variabel *intervening* dan variabel *control*. Adapun dalam penelitian ini hanya menggunakan dua macam variabel yaitu:

#### 1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2018: 96) variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah *economic value added*, *market value added* dan pertumbuhan perusahaan.

#### 2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2018: 97) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah nilai perusahaan.

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi Operasionalisasi	Indikator	Satuan	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>Economic Value Added</i> (X <sub>1</sub> )	Rasio yang mengukur tambah ekonomi perusahaan dari pendapatan perusahaan setelah dikurangi biaya operasional dan biaya modal.	$EVA = NOPAT - Capital Charges$	Rupiah	Rasio
<i>Market Value Added</i> (X <sub>2</sub> )	Rasio yang mengukur nilai tambah dari selisih nilai pasar di kurangi dengan modal sendiri.	$MVA = \text{Nilai Pasar} - \text{Modal Sediri}$	Rupiah	Rasio
Pertumbuhan Perusahaan (X <sub>3</sub> )	Rasio yang mengukur pertumbuhan perusahaan dengan menghitung rasio perubahan total aktiva yang dimiliki perusahaan.	$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Total Aktiva}_{(t)} - \text{Total Aktiva}_{(t-1)}}{\text{Total Aktiva}_{(t-1)}}$	%	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	<i>Tobin's q</i> untuk mengukur nilai perusahaan dengan menjumlahkan nilai pasar saham dan nilai pasar hutang dibagi dengan total asset perusahaan.	$Q = \frac{(MVS+D)}{TA}$ Dengan: $MVS = \text{Jumlah saham yang beredar} \times \text{harga saham penutupan akhir tahun}$ $D = (AVCL - AVCA) + AVLTD$	Kali	Rasio

### **3.2.2 Prosedur Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data penelitian, penulis menggunakan studi dokumentasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan data-data dengan cara melihat, membaca dan mencatat data-data maupun informasi yang diperoleh. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dari situs resmi PT Mandom Indonesia Tbk. yaitu [www.mandom.co.id](http://www.mandom.co.id).

#### **3.2.2.1 Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber data sekunder. Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 223).

Data sekunder yang disajikan berbasis waktu (*Time Series*) yang dikumpulkan peneliti dari tahun ke tahun. *Time series* atau data berkala adalah kumpulan data statistik yang merupakan hasil pengamatan setiap interval waktu tertentu (Santoso, 2018: 209).

Adapun data sekunder yang digunakan oleh peneliti berasal dari laporan tahunan PT Mandom Indonesia Tbk. yang diperoleh dari situs resmi perusahaan tersebut yaitu [www.mandom.co.id](http://www.mandom.co.id).

#### **3.2.2.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan studi dokumentasi, yakni teknik yang mendokumentasikan data yang telah dipublikasikan sebelumnya. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dari situs resmi perusahaan yang diteliti.

### 3.2.2.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 148). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data keuangan PT Mandom Indonesia Tbk. dari pertama terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1993.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2018: 149). Sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini yaitu menggunakan data laporan tahunan PT Mandom Indonesia Tbk. sebanyak 10 tahun yang telah disebarluaskan di situs resmi perusahaan.

Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penentuan sampel dalam teknik ini adalah dengan pertimbangan tertentu sehingga sampel layak dijadikan *representative* dari populasi.

Adapun kriteria – kriteria dalam pengambilan sampel, yaitu:

1. Laporan keuangan yang sudah tercatat di situs resmi perusahaan yang bersangkutan;
2. Menggunakan data lengkap terbaru;
3. Menggunakan data 10 tahun terakhir dari periode 2012–2021.

### 3.2.2.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah dengan menganalisis data dari sumber data

yang telah dikumpulkan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan statistik inferensial dengan pendekatan parametris. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel yang hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2018: 240) sehingga peneliti dapat menyimpulkan hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya menggunakan teknik analisis data tersebut. Penelitian ini menggunakan SPSS 26 untuk pengolahan data. Berikut analisis yang digunakan dalam penelitian ini:

#### **3.2.2.4.1 Analisis Rasio Keuangan**

##### 1. *Economic Value Added (X1)*

*Economic Value Added* merupakan suatu sistem manajemen keuangan untuk mengukur laba ekonomi suatu perusahaan, yang menyatakan bahwa kesejahteraan hanya dapat tercipta jika perusahaan mampu memenuhi biaya operasi (*operating cost*) dan biaya modal (*cost of capital*) (Rudianto, 2009).

$$\text{Economic Value Added} = \text{NOPAT} - \text{Capital Charges}$$

##### 2. *Market Value Added (X2)*

*Market value added* menilai sukses atau tidaknya perusahaan dalam menciptakan kekayaan bagi pemilik perusahaan (investor) (Rahayu, 2007: 32).

$$\text{Market Value Added} = \text{Nilai Pasar} - \text{Modal Sediri}$$

##### 3. Pertumbuhan Perusahaan (X3)

Pertumbuhan perusahaan merupakan perubahan total aktiva perusahaan baik berupa peningkatan atau penurunan yang dialami oleh

perusahaan selama satu periode (Kusumajaya, 2011).

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Total Aktiva (t)} - \text{Total Aktiva (t-1)}}{\text{Total Aktiva (t-1)}}$$

#### 4. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai *Tobin's q* dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham dan nilai pasar hutang dibagi dengan total asset perusahaan. Nilai pasar saham dihasilkan dari harga saham penutup akhir tahun dikalikan dengan jumlah saham yang beredar di akhir tahun. Sedangkan, nilai pasar hutang dihitung dengan mencari selisih antara hutang jangka pendek perusahaan dengan aktiva lancar yang mana hasil tersebut akan ditambahkan dengan hutang jangka panjang.

$$Q = \frac{(MVS+D)}{TA}$$

dengan

MVS = Jumlah saham yang beredar x Harga Saham penutupan akhir tahun

$$D = (AVCL - AVCA) + AVLTD$$

#### 3.2.2.4.2 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk memprediksi apakah nilai variabel dependen (Y) didistribusikan secara normal terhadap variabel independen (X) atau tidak. Alat uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal (Santoso, 2018: 202).

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi >

dari 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Model regresi yang akan digunakan untuk memprediksi tidak boleh saling berkorelasi secara kuat dan signifikan antar variabel independen. Menurut Santoso (2018: 196) pengujian ini dilakukan untuk mengukur besar korelasi antar variabel independen. Apabila dua variabel independen terbukti berkorelasi secara kuat maka terdapat gejala multikolinearitas pada kedua variabel tersebut.

Deteksi model regresi bebas multikolinearitas dapat dilihat dari hasil perhitungan SPSS dengan memperhatikan nilai *variance inflation factor* dan *tolerance*. Apabila mempunyai nilai  $VIF < 10$  dan  $tolerance > 0.1$ , maka dapat dikatakan bebas gejala multikolinearitas (Ghozali, 2016: 103)

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan. Dalam hal ini bisa dilakukan menggunakan uji glejser yaitu apabila variabel signifikan memengaruhi variabel terikat maka dikatakan adanya heteroskedastisitas dengan signifikansi  $> 0.05$  dan tidak dikatakan terkena uji (Ghozali 2016: 138).

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser. Uji glejser meregresi nilai absolut terhadap residu variabel independen dengan persamaan regresi:

$$|U_t| = a + BX_t + V$$

Adapun dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser yaitu apabila nilai signifikansi (Sig.)  $> 0.05$  maka tidak ada gejala heteroskedastisitas sebaliknya apabila nilai signifikansi (Sig.)  $< 0.05$  maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan periode  $t-1$  (sebelumnya) (Santoso, 2018: 205). Biasanya masalah autokorelasi terjadi pada data *time series* atau berdasarkan waktu berkala seperti bulanan, tahunan, dan seterusnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Santoso, 2018: 205).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji Durbin Watson untuk membuktikan terdapat gejala autokorelasi atau tidak didalam sebuah regresi. Menurut Santoso (2018: 207) uji autokorelasi dapat digunakan menggunakan Uji Durbin-Watson (D-W) dengan penarikan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terjadinya autokorelasi bersifat positif jika nilai DW di bawah  $-2$  ( $DW < -2$ )
- b. Tidak terjadinya autokorelasi jika nilai DW di antara  $-2$  dan  $+2$  ( $-2 < DW < +2$ )
- c. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas  $+2$  ( $DW > +2$ )

## 5. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan yang bersifat linear antara variabel dependen dengan sekelompok variabel independen (Santoso, 2018: 195).

Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan metode Ramsey Reset Test untuk menguji linearitas dalam regresi. Prinsip dalam metode ini adalah dengan membandingkan antara nilai F hitung (persamaan baru) dengan nilai F tabel dengan  $df = (\alpha, m, n-k)$  (Gujarati, 2006: 160). Dengan penarikan kesimpulan pada metode ramsey reset test sebagai berikut:

- a. Apabila nilai F hitung < nilai F tabel maka regresi dinyatakan linear;
- b. Apabila nilai F hitung > nilai F tabel maka regresi dinyatakan terjadi gejala linear.

### 3.2.2.4.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan pada penelitian dengan jumlah variabel lebih dari 1 dengan minimal 2 variabel. Analisis regresi berganda ini adalah untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2018: 307-308) menyatakan bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keadaan (naik turunnya) variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independen sebagai variabel *predictor* dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya.

Pada penelitian ini, terdapat 3 prediktor yang memengaruhi nilai variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Nilai konstanta

$b_i$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = *Economic Value Added* (EVA)

$X_2$  = *Market Value Added* (MVA)

$X_3$  = Pertumbuhan Perusahaan

e = Standar Error

#### 3.2.2.4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 – 1, ini berarti nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang mendekati 1 memiliki tingkat pengaruh yang erat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu:

$$\text{Koefisien determinasi } (R^2) = R^2 \times 100\%$$

Intepretasi:

$R^2 = 1$ , berarti terdapat kecocokan sempurna dan seluruh variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independenya

$R^2 = 0$ , berarti tidak terdapat kecocokkan sempurna dan seluruh variasi variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independenya

#### 3.2.2.4.5 Uji Hipotesis

##### 1. Penetapan Hipotesis Operasional

###### a. Uji F

Ho:  $\rho = 0$  Model dinyatakan tidak layak untuk digunakan pada penelitian, karena menunjukkan perbedaan signifikan secara keseluruhan terhadap model regresi.

Ha:  $\rho \neq 0$  Model dinyatakan layak untuk digunakan pada penelitian, karena menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara keseluruhan terhadap model regresi.

b. Uji T

Ho<sub>1</sub>:  $\rho = 0$  *Economic Value Added* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk.

Ha<sub>1</sub>:  $\rho \neq 0$  *Economic Value Added* secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk.

Ho<sub>2</sub>:  $\rho = 0$  *Market Value Added* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk.

Ha<sub>2</sub>:  $\rho \neq 0$  *Market Value Added* secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk.

Ho<sub>3</sub>:  $\rho = 0$  Pertumbuhan Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk.

$H_{a3}: \rho \neq 0$  Pertumbuhan Perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk.

## 2. Penetapan Tingkat Signifikan

Menurut Sugiyono (2018: 254) biasanya dalam penelitian kesalahan penafsiran ditetapkan terlebih dahulu, yang digunakan adalah 5% dan 1%. Penelitian ini memiliki taraf signifikan sebesar 5%, untuk kemungkinan mengenai kebenaran dan penarikan kesimpulan dengan tingkat probabilitas 95% dari hasil penelitian.

## 3. Uji Model

### a. Uji signifikan menggunakan uji F

Uji F sering disebut dengan uji ketepatan atau uji kelayakan model (*goodness of fit*). Pengujian ini dilakukan menurut Ghazali (2016: 98) untuk menguji apakah suatu model dinyatakan layak atau tidak layak sehingga mampu menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara keseluruhan terhadap model regresi.

### b. Uji signifikan menggunakan uji T

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara parsial dari keseluruhan variabel independen yaitu *economic value added*, *market value added*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

## 3. Kriteria Keputusan

### a. Uji F

Tolak  $H_0$ , terima  $H_a$ : Jika signifikansi  $F < (\alpha=5\%)$

Terima  $H_0$ , tolak  $H_a$  Apabila signifikansi  $F > (\alpha=5\%)$

b. Uji T

Tolak  $H_0$ , terima  $H_a$ : Jika signifikansi  $T < (\alpha=5\%)$

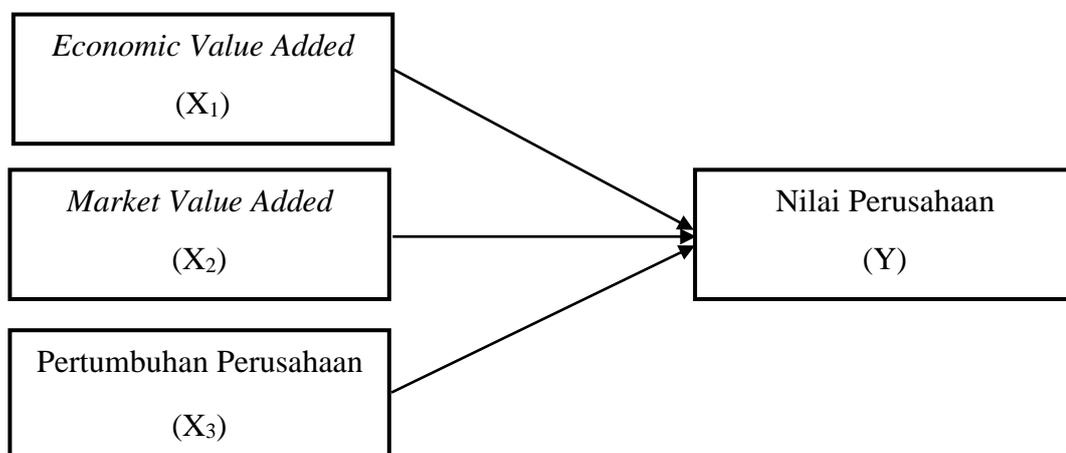
Terima  $H_0$ , tolak  $H_a$  Apabila signifikansi  $T > (\alpha=5\%)$

4. Penarikan Kesimpulan

Setelah melalui berbagai tahapan pengujian penelitian kuantitatif di atas, akan diambil kesimpulannya dari hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diterima atau ditolak.

### 3.3 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil penelitian “Pengaruh *Economic Value Added*, *Market Value Added* dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mandom Indonesia Tbk.” Dalam hal ini, penulis akan menyajikan model penelitian dengan variabel bebas *Economic Value Added* ( $X_1$ ), *Market Value Added* ( $X_2$ ) dan Pertumbuhan Perusahaan ( $X_3$ ) terhadap Nilai Perusahaan ( $Y$ ).



**Gambar 3.2**  
**Model Penelitian**