BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif. Pengertian objek penelitian menurut Sugiyono (2011:32) adalah sebagai berikut :

> "Objek Penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan."

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa objek penelitian digunakan untuk mendapatkan data sesuai tujuan dan kegunaan tertentu. Objek yang penulis gunakan dalam penelitian adalah *brand value, sales revenue,* dan kinerja perusahaan. Penelitian ini dilaksanakan pada Samsung Elektronik Global.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2011:2) Metode Penelitian adalah :

> "Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode penulisan studi kasus dan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2011 : 29) mendefinisikan bahwa :

> "Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas".

Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Sugiono (2008:45) adalah sebagai berikut :

> "Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan."

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap Y yang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penelitian ini menggunakan teknik survei dengan menggunakan metode sampling acak jenuh, dengan menggunakan pengembilan data sekunder dengan total sampel 11 dan diambil semua. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan, dalam penelitian akan digunakan telaah statistika yang cocok, untuk itu dalam analisis menggunakan multiple regresion (regresi berganda).

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis serta efektif. Menurut Sugiyono (2008:13) penjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut:

> "Proses penelitian meliputi:
> 1. Sumber masalah
> 2. Rumusan masalah
> 3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
> 4. Pengajuan hipotesis
> 5. Metode penelitian
> 6. Menyusun instrument penelitian
> 7. Kesimpulan".

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survey awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian

2. Rumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah merupakan tahap penelitian yang paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Rumusan masalah dalam penelitian ini telah disebutkan dalam latar belakang penelitian dan diperinci dalam identifikasi masalah dan perumusan masalah. Masalah-masalah atau fenomena yang terjadi, nantinya akan dibahas pada bab IV.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab rumusan masalah yang sifatnya sementara (berhipotesis) maka, peneliti dapat membaca referensi teoritis yang relevan dengan masalah dan berfikir. Selain itu penemuan penelitian sebelumnya yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara terhadap masalah penelitian (hipotesis). Telaah teoritis mempunyai tujuan untuk menyusun kerangka teoritis yang menjadi dasar untuk menjawab masalah atau pertanyaan penelitian yang merupakan tahap penelitian dengan menguji terpenuhinya kriteria pengetahuan yang rasional.

4. Pengajuan hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (faktual) maka jawaban itu disebut hipotesis. Hipotesis yang dibuat pada penelitian ini adalah manajemen konflik dan stres berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

5. Metode penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal untuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun instrumen penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data.. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrumen penelitian harus terlebih dulu diuji asumsi klasik. Dimana pengujian asumsi ini terdapat uji auto korelasi, normalitas, linearitas, heteroskedastisitas dan multikolinearitas. Pengujian ini adalah alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang

diajukan dengan teknik statistik tertentu. Pada penelitian ini untuk menguji adanya hubungan *brand value* dan *sales revenue* (variabel *independent*) dengan kinerja perusahaan (variabel *dependent*) digunakan uji multikolineritas, sedangkan untuk menguji adanya pengaruh *brand value* dan *sales revenue* (variabel *independent*) terhadap kinerja perusahaan (variabel *dependent*) digunakan koefisien determinasi.

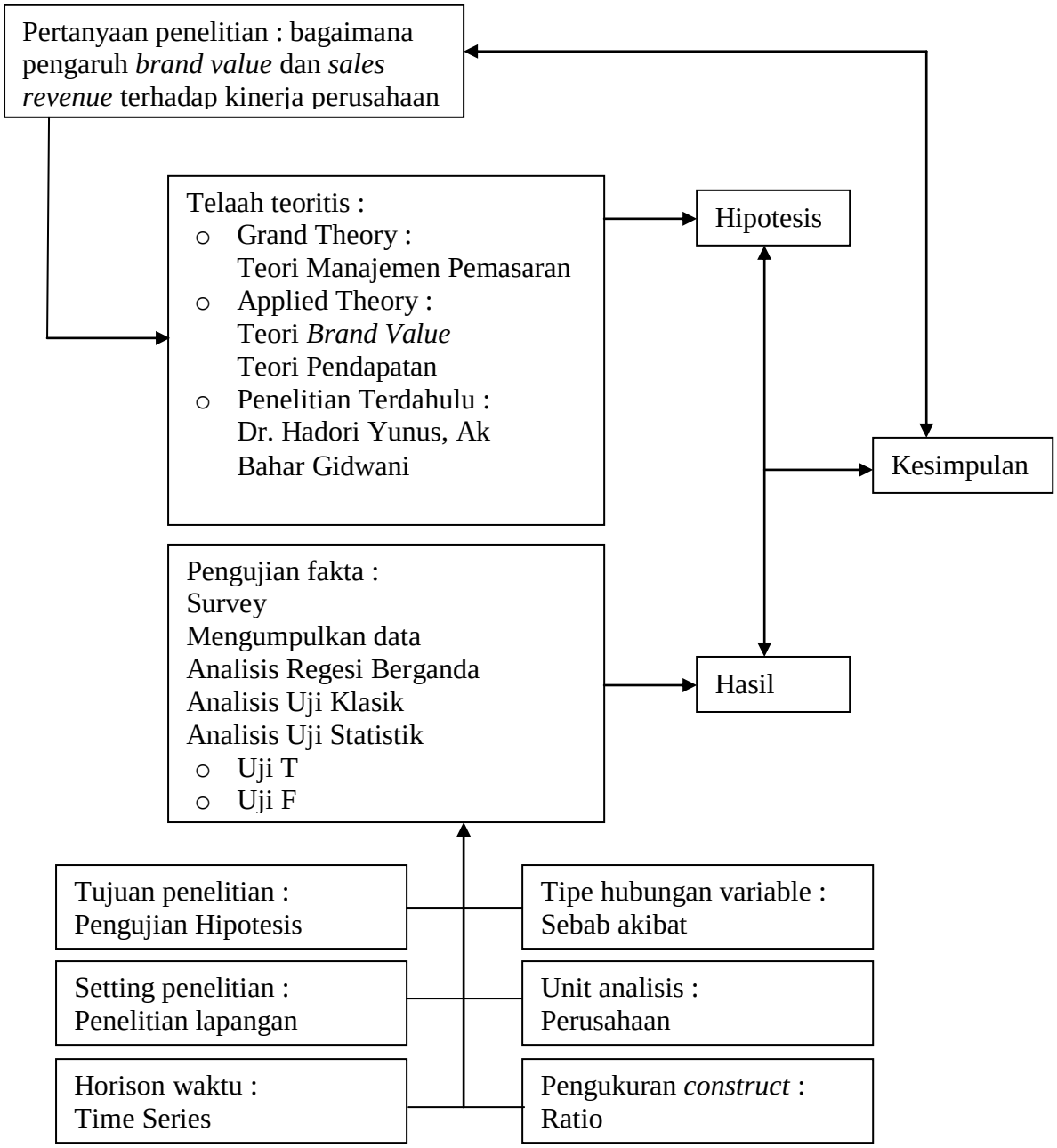
7. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma hubungan dua variable bebas secara bersamaan dan satu variable tergantung. Desain penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 3.1

Desain Penelitian



3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2011: 38) :

"Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel diperlukan dalam menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam suatu penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

1. Variabel Bebas / *Independent* (variabel X_1)

   Sugiyono (2011:39) mengemukakan bahwa :

   "Variabel bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen".

   Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.

   Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini ada dua, pertama (X_1) adalah *brand value* dan kedua (X_2) adalah *sales revenue*.

   a. *Brand Value* (X_1)

      Menurut Ali Hasan, SE., MM (2013):

      "*brand value* adalah kemampuan untuk menerjemahkan reputasi perusahaan dan loyalitas pengguna yang dapat diandalkan untuk menciptakan laba jangka panjang."

b. *Sales Revenue* (X_2)

Dan menurut Wild (2003) :

"*Sales revenue is economic income is typically measured as cash flow plus the change in the fair value of net assets. Under this definition, income includes both realize (cash flow) and unrealized (holding gain or loss) components*."

2. Variabel tergantung / *Dependent* (Variabel Y)

Variabel tergantung adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Menurut Sugiyono (2011:39) :

"Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas".

Dalam hal ini variabel terikatnya adalah kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, operasionalisasi variabel penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Brand Value (Variabel X_1) " kemampuan untuk menerjemahkan reputasi perusahaan dan loyalitas pengguna yang dapat diandalkan untuk menciptakan laba jangka panjang." (Ali Hasan, 2013)	1. Citra Merek 2. Citra Produk 3. Citra Nilai	***Brand Value =*** $\frac{\text{Sb + Fb + Eb + Ssb (total get)}}{\text{Mc + Ec + Tc + Psc (total give)}}$ (Ali Hasan, 2013)	Tingkat *brand value*	Ratio

Sales Revenue (Variabel X_2) "pendapatan yang secara khusus diukur sebagai aliran kas ditambah perubahan dalam nilai bersih aktiva." (Wild, 2003)	1. Kas 2. Nilai Bersih Aktiva 3. Pendapatan yang dapat direalisasikan	***Sales Revenue*** **=** $selling\ price * number\ of\ items\ sold$ (Wild, 2003)	Tingkat *sales revenue*	Ratio
Kinerja Perusahaan (Variabel Y) "suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki." (Helfert, 2004 : 53)	1. Keuntungan Finansial 2. Perkembangan Perusahaan	Kinerja perusahaan dihitung dari keuntungan finansial yang diperoleh oleh perusahan (ROS=*Return On Sales)* ***Return on Sales*** **=** $\frac{\text{Profit}}{\text{Sales Revenue}}$ **Profit =** $\sum \text{Selling Price} - \sum \text{Cost Price}$	Tingkat kinerja perusahaan	Ratio

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti pada penelitian mengenai pengaruh *brand value* dan *sales revenue* terhadap kinerja adalah data sekunder.

Menurut Sugiyono (2011:137) data sekunder adalah:

"Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai *brand value* dan *sales revenue* pada Samsung Elektronik Global.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Teknik Penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Populasi Penelitian

   Adapun Pengertian populasi menurut Sugiyono (2011:80) mengemukakan bahwa:

   > "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

   Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah perusahaan Samsung Global khususnya pada bagian elektronik.

2. Sampel

   Cara pengambilan sampel ini dilakukan dengan menggunakan cara sampling acak jenuh dengan total sampel 11 dan diambil semua. Berdasarkan teknik tersebut Samsung Elektronik diambil sebagai sampel dari berbagai jenis usaha di Samsung yang terdaftar di dalam Samsung Corp.

Perusahaan elektronik ini dipilih dengan melihat kontinuitas usahanya selama tahun 2003-2013 dan telah menerbitkan laporan keuangan tahunan selama periode tersebut.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi (Pengamatan Langsung)

   Yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung mengenai bisnis elektronik Samsung. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan variabel penelitian.

   Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

b. Dokumentasi

   Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada perusahaan. Mulai dari literatur, buku-buku yang ada.

c. Penelitian Kepustakaan (*Library Research)*

   Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai pembanding dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literatur, catatan kuliah serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

1. Analisis Deskriptif atau Kualitatif

Analisis deskriptif/kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisi deskriptif dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan rumus rasio *return on equity, earning per share*, dan harga saham serta menghitung perkembangan laporan keuangan dari tahun ke tahun.

Rasio-rasio tersebut dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

a. *Brand Value* (X1)

$$BV = \frac{Sb + Fb + Eb + Ssb\ (total\ get)}{Mc + Ec + Tc + Psc\ (total\ give)}$$

b. *Sales Revenue* (X2)

$$SV = selling\ price * number\ of\ items\ sold$$

c. Profit

$$\text{Profit} = \sum \text{Selling Price} - \sum \text{Cost Price}$$

d. ROS (*Return on Sales*)

$$\text{ROS} = \text{Profit} / \text{Sales Revenue}$$

Berdasarkan metode di atas tersebut, maka dapat dilakukan pengolahan dan analisis data dalam langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menghitung dan menganalisis perkembangan *brand value* perusahaan Samsung Elektronik Global dari tahun 2003-2013
b. Menghitung dan menganalisis perkembangan *sales revenue* perusahaan Samsung Elektronik Global dari tahun 2003-2013
c. Menghitung dan menganalisis perkembangan kinerja perusahaan dalam hal ni dilihat dari laba perusahaan (ROS=*Return On Sales*) perusahaan Samsung Elektronik Global dari tahun 2003-2013.

2. Analisis Verifikatif atau Kuantitatif

Metode kuantitatif adalah pengolahan data berbentuk angka. Pada penelitian ini pengujian dilakukan pada laporan nilai merek dan pendapatan pada perusahaan Samsung Elektronik Global.

Untuk dapat mengetahui pengaruh antara variabel *brand value* dan *sales revenue* terhadap kinerja perusahaan, maka perlu dilakukan langkah-langkah berikut:

A. Uji Asumsi Klasik

Secara teoritis telah diungkapkan bahwa salah satu metode pendugaan parameter dalam model regresi linier adalah Ordinary Least Square (OLS). Metode OLS digunakan berlandaskan pada sejumlah asumsi tertentu. Ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi, pada prinsipnya model regresi linier yang digabung sebaiknya tidak boleh menyimpang dari asumsi BLUE (Best, Linier, Unbiased dan Estimator), dalam pengertian lain model yang dibuat harus lolos dari penyimpangan asumsi adanya serial korelasi, normalitas, linieritas, heteroskedastisitas dan multilinieritas.

- Uji Serial Korelasi

  Serial korelasi muncul karena observasi yang beruntun sepanjang waktu satu sama lain. Masalah korelasi timbul karena residual tidak bebas dari sebuah observasi ke observasi lainnya. masalah ini sering ditemukan apabila menggunakan data cross section yang terjadi karena error pada observasi yang berbeda berasal dari individu yang berbeda. Untuk menguji serial korelasi data digunakan *Serial Correlation LM Test*. Untuk mendeteksi adanya serial korelasi dengan membandingkan nilai X^2 hitung dengan X^2 tabel, yaitu dengan ketentuan:

  a. Jika nilai X^2 hitung > X^2 tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa data bebas dari msalah serial korelasi ditolak
  b. Jika nilai X^2 hitung < X^2 tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa data bebas dari msalah serial korelasi diterima.

- Uji Normalitas

  Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah kita memilki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (statistik inferensial). Pendugaan persamaan dengan menggunakan metode OLS harus memenuhi sifat kenormalan, karena jika tidak normal dapat menyebabkan varians infinitif (ragam tidak hingga atau ragam yang sangat besar). Hasil pendugaan yang memiliki varians infinitif menyebabkan pendugaan dengan metode OLS akan menghasilkan nilai dugaan yang nol meaningful (tidak berarti). Salah satu metode yang banyak digunakan untuk menguji Normalitas adalah Jarque Bera test.

  Pada program Eviews, pengujian normalitas dilkukan dengan Jarque Bera test. Jarque bera test mempunyai distribusi chi square dengan derajat bebas dua. Jika hasil Jarque-Bera test lebih besar dari nilai chi square pada a=2.5 persen, maka tolak hipotesis nul berarti tidak berdistribusi normal. Jika hasil Jarque_Bera test kecil dari chi aquare pada a=2.5 persen, maka terima hipotesis nul yang berrti error term berdistribusi normal.

  Untuk menguji normalitas data digunakan Histogram – Normalitas Test. Untuk mendeteksi apakah residualnya berdistribusi normal atau tidak dengan membandingkan nilai Jarque-Bera (JB) dengan X^2 tabel, yaitu dengan ketentuan:

a. JIka nilai JB > X^2 tabel, maka residualnya berdistribusi tidak normal.
b. JIka nilai JB < X^2 tabel, maka residulanya berdistribusi normal.

Berdasarkan gambar di atas, untuk mendeteksi apakah residualnya berdistribusi normal atau tidak dengan membandingkan nilai Jarque-Bera (JB) dengan X^2 tabel.

- Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji ini jarang digunakan pada berbagai penelitian, karena biasanya model dibentuk berdasarkan telaah teoretis bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya adalah linear.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Uji linearitas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Untuk mendeteksi apakah model linier atau tidak dengan membandingkan nilai F-stat dengan F-tabel, yaitu dengan ketentuan:

a. JIka nilai F-stat > F-tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linier adalah ditolak.
b. JIka nilai F-stat < F-tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa model linier adalah diterima.

- Uji Multikolinieritas

  Istilah multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linear diantara independent variable dalam regresi. Jika independent variable berkorelasi dengan sempurna, maka disebut multikolinieritas sempurna yang berarti ada hubungan linear yang "sempurna" (pasti) diantara beberapa atau semua independent variable dari model regresi. Untuk regresi sejumlah k-variabel yang terdiri dari independent variable X_1, X_2,..X_k persis terjadi hubungan linear jika $\lambda_1 X_1 + \lambda_2 X_2 + ... \lambda_k X_k = 0$, dimana λ_1, λ_2,..λ_k adalah konstan. Jika terjadi multikolinearitas sempurna, koefisien regresi dari varibel-variabel X tidak dapat dttentukan dan standard errornya tidak terbatas. Jika multikolineritasnya kurang sempurna, koefisien regresinya walaupun tertentu, memiliki standard error yang besar, yang artinya koefisien-koefisien tersebut tidak dapat disetimasi dengan akurat (Gujarati (2003)).

Pada penelitian ini digunakan pendekatan korelasi parsial, yaitu dengan tahapan:

1) Rumus Regresi :

   $\mathbf{Y = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2}$ .... $\mathbf{R^2_1}$

2) Estimasi Regresi :

   $\mathbf{X_1 = b_0 + b_2 X_2 +}$ .... $\mathbf{R^2_2}$

   $\mathbf{X_2 = b_0 + b_1 X_1 +}$ .... $\mathbf{R^2_3}$

Dan untuk menentukan apakah model mengalami masalah multikolinieritas atau tidak yaitu dengan membandingkan R^2 persamaan R^2_1 dengan persamaan R^2_2 dan R^2_3. Dengan ketentuan yaitu:

a. Bila Nilai $R^2_1 > R^2_2 R^2_3$, maka model tidak diketemukan adanya multikolinieritas.
b. Bila Nilai $R^2_1 < R^2_2 \ R^2_3$, maka model diketemukan adanya multikolinieritas

- Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi.

Data yang baik adalah data yang homoskedastisitas, dimana varians residual (kesalahan pengganggu) dari satu pengamatan lain tetap. Keadaan sebaiknya adalah heterokedastisitas. Heterokedastisitas merupakan gejala penyimpangan dari asumsi klasik dimana residual (kesalahan pengganggu) u_1 mempunyai varians yang tidak sama antar variabel. Konsekuensi logis dari adanya heterokedastisitas bahwa penaksir OLS (Ordinary Least Square) tetap tak bias dan konsisten tetapi penaksir tadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun sampel besar. Konsekuensi logis dari adanya heteroskedastisitas ialah

bahwa penaksi tetap bias dan konsisten tetapi penaksir tidak lagi efisien baik sampel kecil maupun sampel besar.

Terdapat beberapa metode untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas, antara lain: metode grafik, metode park, metode rank spearman, metode lagrangian mutiflier (LM test) dan White heteroscedasticity test. Uji heteroskedastisitas dengan metode white's general heteroscedasticity metode pengujian dengan metode white ini tidak menggunakan asumsi normalitas sehingga sangat muda diimpliementasiukan dan sangat cocok dengan model logit yang berdistribusi logistic (Gujarati, 2003).

Hasil yang perlu diperhatikan dari uji ini adalah nilai F dan Obs*R-Squared. Jika nilai Obs*R-Squared lebih kecil dari X^2 tabel maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau sebaliknya. Model dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas dengan ketentuan, yaitu:

a. Apabila nilai X^2 hitung (nilai Obs*R-Squared) > dari nilai X^2 tabel, maka model tidak lolos uji heteroskedastisitas.
b. Apabila nilai X^2 hitung (nilai Obs*R-Squared) < dari nilai X^2 tabel, maka model lolos uji heteroskedastisitas.

B. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2011:260):

"Analisis linier regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan. "

Menurut Andi Supangat (2007:325) yaitu:

"Garis regresi (*regression line*/*line of the best fit*/*estimating line*) adalah suatu garis yang ditarik diantara titik-titik (*scatter diagram*)sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk menaksir besarnya variabel yang satu berdasarkan variabel yang lain, dan dapat juga dipergunakan untuk mengetahui macam korelasinya (positif atau negatifnya)."

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan *brand value, sales revenue,* dan kinerja perusahaan.

Analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X_1 dan X_2). Persamaan regresinya sebagai berikut menurut Sugiyono (2011:275):

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2}$$

Dimana:

Y = variabel tak bebas (Kinerja)

a = bilangan berkonstanta

b_1,b_2 = koefisien arah garis

X_1 = variabel bebas (*brand value*)

X_2 = variabel bebas (*sales revenue*)

C. Koefisien determinasi

Analisis Koefisiensi Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase.

Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut menurut Jonathan (2006: 50) :

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

Dimana :

KD = Seberapa persen perubahan variabel Y dipergunakan oleh variabel X

r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini dinilai dengan penetapan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_o) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan Hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Rancangan pengujian hipotesis penelitian ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *brand value* (X_1) dan *sales revenue* (X_2) terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut :

A. Uji t-Statistik

Uji t-statistik digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara parsial. Uji t-statistik biasanya berupa pengujian hipotesis:

1. Hipotesis parsial antara variabel bebas *brand value* terhadap kinerja perusahaan yang merupakan variabel terikat.

   H0 : $\beta_1 = 0$: *brand value* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

   Ha : $\beta_1 \neq 0$: *brand value* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

2. Hipotesis parsial antara variabel bebas *sales revenue* terhadap kinerja perusahaan yang merupakan variabel terikat.

   H0 : $\beta_2 = 0$: *sales revenue* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

   Ha : $\beta_2 \neq 0$: *sales revenue* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Ditentukan dengan 2.5% dari derajat bebas (dk) = n – (k – l), untuk menentukan t_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,025 atau 2.5% karena dinilai cukup untuk mewakili hubungan variabel – variabel yang diteliti dan merupakan tingkat signifikasi yang umum digunakan dalam suatu penelitian.

Menghitung nilai t_{hitung} dengan mengetahui apakah variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak dengan rumus :

$$t_1 = r_1 y \sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_1 y^2)}}$$ dan $$t_2 = r_2 y \sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_2 y^2)}}$$

Dimana :

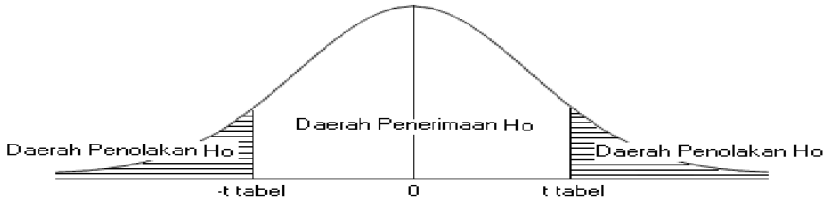
r = Korelasi parsial yang ditentukan

n = Jumlah sampel

t = t_{hitung}

Penggambaran daerah penerimaan atau penolakan hipotesis beserta kriteria dan kesimpulannya akan dijelaskan berikut ini:

Gambar 3.2
Skema Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Secara Parsial



Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada pengaruhnya.
2. Jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel} \leq t_{hitung}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada pengaruhnya.
3. t hitung dicari dengan rumus perhitungan t hitung
4. t tabel dicari di dalam tabel distribusi t *student* dengan ketentuan sebagai berikut, $\alpha = 0{,}025$ dan $df = n - (k - 1)$.

B. Uji F-Statistik

Uji F-statistik ialah untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara keseluruhan. Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis simultan antara variabel bebas *brand value* dan *sales revenue* kerja terhadap kinerja perusahaan.

Ho : $\beta_1 = \beta_2 = 0$: *brand value* dan *sales revenue* tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja perusahaan pada Samsung Elektronik Global.

Ha : $\beta_i \neq 0$: *brand value* dan *sales revenue* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja perusahaan pada Samsung Elektronik Global.

Ditentukan dengan 2.5% dari derajat bebas (dk) = n – (k – l), untuk menentukan F_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,025 atau 2.5% karena dinilai cukup untuk mewakili hubungan variabel – variabel yang diteliti dan merupakan tingkat signifikasi yang umum digunakan dalam suatu penelitian.

Menghitung nilai F_{hitung} dengan mengetahui apakah variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak dengan rumus :

$$\mathbf{F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - K - 1)}}$$

Dimana:

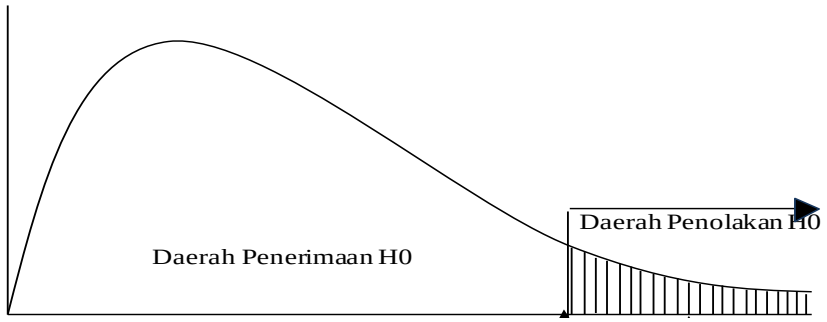
R = koefisien kolerasi ganda

K = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

Penggambaran daerah penerimaan atau penolakan hipotesis beserta kriteria dan kesimpulannya akan dijelaskan berikut ini,

Gambar 3.3
Skema Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Secara Simultan



Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria :

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 2.5% untuk koefisien positif.
2. Tolak H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 2.5% untuk koefisien negatif.
3. Tolak H_0 jika nilai $F_{hitung} < 0,025$

3.2.6 Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t_{hitung} dan F_{hitung} jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan Ha diterima (ditolak). Artinya koefisian regresi signifikan (tidak signifikan). Kesimpulannya, *brand value* dan *sales revenue* (tidak berpengaruh) terhadap kinerja perusahaan. Tingkat signifikannya yaitu 2.5% (α = 0,025),

artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 97.5 %, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 97.5 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya pengaruh yang meyakinkan (signifikan)) antara dua variabel tersebut.