

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2015) dalam Edi (2018) pendekatan penelitian ada dua yaitu pendekatan penelitian kuantitatif dan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah data bersumber dari lokasi penelitian yang diperoleh melalui wawancara dan tanya jawab dengan objek penelitian secara langsung. Sedangkan penelitian kuantitatif merupakan data-data yang berbentuk angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengelolaan data kuantitatif. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2015) dalam Edi (2018) Analisis kuantitatif adalah suatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Edi (2018) metode penelitian adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan peneliti secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode asosiatif yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode asosiatif merupakan suatu jenis penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variabel dan dengan variabel lainnya.

3.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2015) sumber data adalah subyek dimana data diperoleh, sumber data yang tidak tepat mengakibatkan data yang terkumpul tidak relevan. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang berbentuk bukti (*evidence*), catatan, dan laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan.

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor Pariwisata, Perhotelan dan Restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan periode 2016-2020 melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) atau <https://www.idx.co.id>, <https://id.yahoo.com>. Sedangkan data variabel independen yaitu sosial media diperoleh dari akun resmi sosial media masing-masing sampel.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015) metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (angket/kuesioner, wawancara/interview, observasi, uji/tes, dokumentasi, dan studi pustaka). Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara:

1. Interview (wawancara) adalah pengumpulan data dengan tanya jawab antara penulis dengan petugas yang berwenang yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.
2. Observasi (pengamatan) adalah cara pengambilan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang sedang diteliti.

3. Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.
4. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mempelajari catatan-catatan atau dokumen.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi dan metode studi pustaka dengan mengambil data laporan keuangan, laporan tahunan perusahaan (annual report), jurnal dan dengan mempelajari literatur-literatur keuangan terkait.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dan objek yang akan diteliti yakni perusahaan khususnya sektor pariwisata, perhotelan dan restoran yang tercatat di BEI pada 2016-2020 dengan jumlah sebanyak 21 perusahaan.

3.4.2 Sampel

Menurut sugiyono (2016) dalam Pita (2018) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan sektor perhotelan, pariwisata dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016–2020 sebanyak 6. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah

dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Adapun kriteria sampel yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kriteria Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan Sektor Perhotelan, Pariwisata, dan Restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.	21
2.	Perusahaan yang memiliki data keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah pada tahun 2016-2020.	15
3.	Perusahaan yang memiliki data keuangan lengkap pada tahun 2016-2020.	6
Sampel peneliti		6
Periode penelitian		5
Jumlah observasi		30

Sumber: <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/> (diakses 25 juli 2022)

Berdasarkan kriteria diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang sesuai standar yang bisa digunakan pada penelitian ini sebanyak 6 perusahaan. Di bawah ini ialah tabel perusahaan sektor paerhotelan, pariwisata dan restoran yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menjadi sampel penelitian :

Tabel 3.2
Daftar Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal Go <i>Public</i>
1.	BAYU	Bayu Buana Tbk	30 Okt 1998
2.	ICON	Island Concepts Indonesia	08 Jul 2005
3.	JIHD	Jakarta International Hotels & Development Tbk	29 Feb 1984
4.	JSPT	Jakarta Setiabudi Internasional Tbk	12 Jan 1998
5.	KPIG	MNC Land Tbk	30 Mar 2000
6.	PGLI	Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk	15 Jun 1992

Sumber: <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/> (diakses 25 juli 2022)

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2015) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian yang menjadi variabel dependen (Y) adalah Nilai Perusahaan.

3.5.2 Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2015) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun pengaruhnya negatif. Dalam penelitian yang menjadi variabel independen (X) adalah Sosial Media. Perhitungan media sosial menggunakan *Social Media Use (SMU)*. SMU yaitu menilai masing-masing pengguna media sosial dan kriteria pengguna

ditetapkan masing-masing perusahaan. Variabel Independen pada penelitian ini yaitu sosial media.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38) definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Variabel Dependen (Y)			
Nilai Perusahaan	Penilaian investor tentang seberapa baik kondisi perusahaan dan kondisi ini dapat tercermin melalui harga pasar saham.	$PBV = \frac{\text{Harga perlembar Saham}}{\text{Buku perlembar Saham}}$	Rasio
Variabel Independen (X)			

<i>Social Media</i>	<i>Social media</i> merupakan konten berisi informasi yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum.	<i>Instagram (post)</i>	Rasio
---------------------	--	-------------------------	-------

3.7 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009), metode analisis adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel, membatasi data berdasarkan variabel, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian menggunakan aplikasi analisis **Eviews**.

2.3.1 Analisis Regresi Data Panel

Analisis data dilakukan dengan berbagai cara yaitu menghitung berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan laporan keuangan perusahaan. Kemudian pengujian yang dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel dependen dan independen adalah menggunakan uji regresi data panel.

Persamaan regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 SM_t + \varepsilon$$

Keterangan:

α = Konstanta

β = Koefisien Variabel Independen

NP = Nilai Perusahaan

SM = Sosial Media

ε : *Error*

2.3.2 Pemilihan Model Estimasi Data Panel

Sebelum dilakukan uji asumsi klasik, pada regresi data panel perlu dilakukan pemilihan model estimasi. Menurut Basuki & Prawoto (2016) model estimasi data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, antara lain:

1. *Common Effect Model*

Common Effect Model merupakan pendekatan dalam data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Dalam metode ini menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) untuk mengestimasi model data panel.

2. *Fixed Effect Model*

Untuk mengestimasi *Fixed Effect Model* digunakan teknik variabel *dummy* untuk membedakan nilai intersep antar perusahaan. Model estimasi ini disebut juga dengan teknik *Least Squares Dummy Variable* (LSDV).

3. *Random Effect Model*

Model ini digunakan untuk mengestimasi data panel apabila terdapat variabel pengganggu yang saling berhubungan antar individu dan waktu. Model ini disebut juga dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Square* (GLS).

Dalam menentukan estimasi data panel, menggunakan tiga teknik uji terlebih dahulu yaitu uji Chow, uji Hausman dan uji Lagrange Multiplier. Penjelasan dari uji tersebut adalah sebagai berikut:

a. Uji Chow

Menurut Basuki & Prawoto (2016) Uji Chow adalah pengujian yang digunakan dalam mengestimasi data panel yang paling tepat antara model *Fixed Effect* atau *Common Effect*. Nilai uji signifikansi yang digunakan dalam penelitian adalah 5% ($\alpha=0,05$). Hipotesis dalam Uji Chow adalah sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Apabila hasil probabilitas F lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan model yang terpilih adalah *Common Effect Model*. Namun, jika probabilitas F lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*.

b. Uji Hausman

Menurut Basuki & Prawoto (2016) uji Hausman adalah pengujian untuk memilih model yang paling tepat digunakan antara *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model*. Nilai uji signifikansi yang digunakan dalam penelitian adalah 5% ($\alpha=0,05$). Hipotesis dalam uji Hausman adalah sebagai berikut:

H_0 : *Random Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

Apabila nilai Chi-Square lebih kecil dari nilai signifikansi ($\alpha=0,05$) maka H_0 ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*. Namun apabila nilai Chi-Square lebih besar dari nilai signifikansi ($\alpha=0,05$) maka H_0 diterima, artinya model yang terpilih adalah *Random Effect Model*.

c. Uji Lagrange Multiplier

Menurut Basuki & Prawoto (2016) Uji Lagrange Multiplier adalah pengujian untuk memilih model yang paling tepat digunakan antara *Random Effect Model* atau *Common Effect (OLS)*. Nilai uji signifikansi yang digunakan dalam penelitian adalah 5% ($\alpha=0,05$). Hipotesis dalam uji Lagrange Multiplier adalah sebagai berikut:

H0 : *Common Effect*

H1 : *Random Effect*

Jika nilai probabilitas Breusch-Pagan lebih besar dari nilai signifikansi ($\alpha=0,05$) maka H0 diterima, artinya model yang terpilih adalah *Common Effect*. Namun, apabila nilai probabilitas Breusch-Pagan lebih kecil dari nilai signifikansi ($\alpha=0,05$) maka H0 ditolak, artinya model yang terpilih adalah *Random Effect*.

3.8 Uji Prasyarat Data

Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan mewakili (*representatif*), maka model tersebut harus memenuhi uji asumsi klasik regresi, yang meliputi :

1. Uji Normalitas

Menurut Sujarweni, (2019) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam penelitian dengan model regresi, variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Histogram-Normality Test* dengan program *Eviews 9* sebagai sarana pengolahan data. Data normal atau tidak dapat dilihat pada nilai *probability* dan dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *probability* berada diatas 0,05 atau 5%. Sebaliknya, jika data berdistribusi tidak normal maka nilai *probability* berada di bawah 0,05 atau 5%.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Sujarweni, (2019) uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antara variabel independen ini nantinya akan

mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji multikolinearitas juga digunakan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 maka data dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Sujarweni, (2019) uji autokorelasi menguji autokorelasi dalam suatu model yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu dalam model regresi. Apabila nilai probabilitas > nilai signifikansi (0,05) maka tidak terjadi autokorelasi, namun apabila nilai probabilitas < nilai signifikansi (0,05) maka terjadi autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni, (2019) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui nilai probabilitas, apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 atau 5% maka tidak terjadi masalah pada uji heteroskedastisitas.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni, (2019) adalah koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai determinasi (R^2) yaitu antara nol dan satu, jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Jika nilainya sama dengan nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilainya mendekati angka 1 maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji Parsial (Uji t). Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikansi 5% (Sujarweni, 2019). Uji t ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Atau

2. Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima

3.10 Pengujian Hipotesis

Pengaruh Sosial Media Terhadap Nilai Perusahaan

H_{01} : sosial media tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_{a1} : sosial media berpengaruh terhadap nilai perusahaan