

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Penelitian

#### 4.1.1 Data dan Sampel

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh dari pihak lain. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan perbankan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 sampai 2017. Laporan keuangan tersebut didapat dari website resmi perusahaan perbankan ataupun BEI melalui internet [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini diperlukan teknik atau metode pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *sampling purposive*. Adapun kriteria pemilihan sampel yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.1  
Kriteria Sampel**

Kriteria	Sampel
Perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2017	43
Perusahaan sektor perbankan yang tidak mempublikasi laporan keuangan secara berkelanjutan dan lengkap selama periode 2015-2017	(6)
Perusahaan sektor perbankan tidak memiliki data harga saham penutupan pada (H-5) hari sebelum H0 sampai dengan (H+5) setelah H0	(11)
Perusahaan sektor perbankan tidak memiliki peringkat brand dalam daftar Top 100 Most Valuable Brand, serta tidak melakukan aksi korporasi pada hari perdagangan H-5 sampai H+5	(16)
Sampel Perusahaan	10
Sampel Akhir	10 x 3 Tahun 30

*Sumber: Olah Sendiri*

#### 4.1.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan pencandraan atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum.

**Tabel 4.2**  
**Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Performansi Saham	30	,2929	1,7919	1,023687	,3266977
<i>Corporate Brand Value</i>	30	,7593	,9917	,842877	,0547232
Size	30	2,7220	3,0369	2,948327	,0751404
DER	30	1,2671	2,7556	1,970613	,4631880
Valid N (listwise)	30				

*Sumber: Output SPSS 20*

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dijelaskan informasi tentang gambaran data yang digunakan dalam penelitian ini. Dari 69 data tersebut dapat diketahui nilai minimum dari pelaksanaan *Corporate brand value* (X1) adalah 0,759 sedangkan nilai maksimum didapat 0,991. Rata-rata yang dimiliki yaitu dinilai 0,084 dan standar deviasinya 0,054. Sedangkan nilai minimum dari ukuran perusahaan (X2) sebesar 2,7220, sedangkan nilai maksimum sebesar 3,036. Nilai rata-rata sebesar 2,948 dan standar deviasi 0,075. Sedangkan nilai minimum dari DER (X3) 1,2671 dan nilai maksimum 3,036. Nilai rata-rata sebesar 2,948 dan standar deviasi 0,075. Sedangkan nilai minimum dari performansi saham (Y) 0,292 dan nilai maksimum 1,791. Nilai rata-rata sebesar 1,023 dan standar deviasi 0,326.

Hal itu berarti performansi yang ada pada perusahaan sektor perbankan cenderung meningkat jika di liat dari nilai rata – rata yaitu 1,023. Sedangkan jika dilihat dari semua variabel penelitian menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai rata-rata artinya bahwa data variabel penelitian mengindikasikan hasil yang baik, hal tersebut dikarenakan standart deviation yang mencerminkan

penyimpangan dari data variabel tersebut cukup rendah karena lebih kecil daripada nilai rata-ratanya.

## 4.2 Asumsi Klasik

### 4.2.1 Uji Normalitas Data

Menurut Imam Ghozali (2011:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi. Uji statistik dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

**Tabel 4.3**  
**Uji Normalitas Data**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,23007961
Most Extreme Differences	Absolute	,147
	Positive	,147
	Negative	-,137
Kolmogorov-Smirnov Z		,803
Asymp. Sig. (2-tailed)		,539

*Sumber : data diolah SPSS v20*

Pada hasil uji statistic non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov*se besar 0,803 dan nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* pada semua variabel dependen maupun independen sebesar 0,539. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji *one sampel kolmogorov-smirnov* untuk semua variabel lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal dan penelitian dapat dilanjutkan dengan menggunakan alat uji parametik (Ghozali,2011).

### 4.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas Menurut Imam Ghozali (2011) uji ini bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

**Tabel 4.4**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	Corporate Brand Value	,875
	Size	,909
	DER	,941

*Sumber : data diolah SPSS v20*

Berdasarkan uji multikolinieritas diatas, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan bahwa variabel – variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 yang berarti bahwa korelasi antara variabel bebas tersebut nilainya kurang dari 100%. Dan hasil dari perhitungan *varian inflation factor* (VIF) yang menunjukkan bahwa variabel – variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dimana jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinieritas (Imam Ghazali (2011)).

#### 4.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Imam Ghazali, 2011). Dengan hasil uji sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,710 <sup>a</sup>	,504	,447	,2429911	1,501

*Sumber : data diolah SPSS v20*

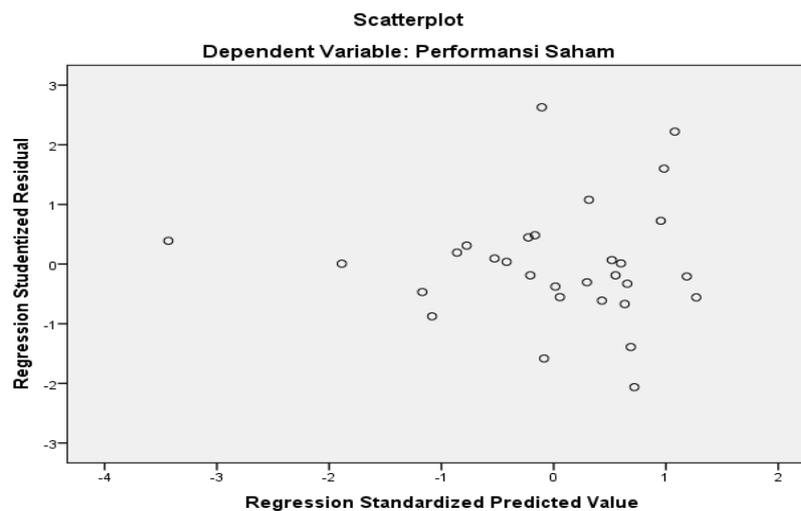
Nilai DW sebesar 1,501 nilai ini jika dibandingkan dengan nilai table dengan menggunakan derajat kepercayaan 5% dengan jumlah sampel sebanyak 30 serta jumlah variabel independent (K) sebanyak 3, maka ditabel durbin Watson akan didapat nilai dl sebesar 1,213 du sebesar 1,649. Dapat di ambil kesimpulan bahwa:  $dl \leq d \leq du$ , yang artinya nilai dw (1,501) lebih besar dari nilai dl (1,213) dan nilai dw (1,501) lebih kecil dari nilai du (1,649). Maka dapat di ambil keputusan tidak ada autokorelasi positif pada model regresi tersebut.

#### 4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

**Gambar 4.1**

#### Uji Heteroskedastisitas



*Sumber : data diolah SPSS v20*

Berdasarkan gambar Scatterplot pada gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak namun tidak tersebar secara baik, karena titik-titik tersebut lebih banyak mengumpul dibawah titik nol pada sumbu Y. Tetapi titik-titik tersebut juga ada yang menyebar diatas angka nol. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### 4.3 Pengujian Hipotesis

#### 4.3.1 Uji Regresi Berganda

Pengujian regresi berganda digunakan untuk meramalkan atau mengetahui apakah variabel independen yaitu pelaksanaan GCG (X1), ukuran perusahaan (X2), kompleksitas bank (X3), mempengaruhi variabel dependen yaitu Fraud (Y).

**Tabel 4.6**

#### Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-3,679	1,805			-2,038	,052
Corporate Brand Value	-2,122	,882	-,355		-2,407	,023
Size	2,360	,630	,543		3,748	,001
DER	-,237	,100	-,337		-2,364	,026

Sumber : data diolah SPSS v20

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{Brand} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{DER} + \text{eit.}$$

$$\text{Performansi saham} = -3,679 - 2,122 \text{ BV} + 2,360 \text{ SZ} - 0,237 \text{ DER} + E$$

Berdasarkan hasil persamaan diatas terlihat bahwa:

- Apabila nilai *Corporate Brand Value*, ukuran perusahaan dan DER bersifat konstan ( $X_1, X_2, X_3 = 0$ ) Maka performansi saham akan bertambah sebesar -3,679.
- Apabila nilai *Corporate Brand Value* (X1) dinaikan sebanyak 1x dengan ukuran perusahaan dan DER bersifat konstan ( $X_2, X_3 = 0$ ) Maka akan performansi saham bertambah sebesar -2,122.
- Apabila nilai ukuran perusahaan (X2) dinaikan sebanyak 1x dengan *Corporate Brand Value* dan DER bersifat konstan ( $X_1, X_3 = 0$ ) Maka performansi saham akan bertambah 2,360.
- Apabila nilai DER (X3) dinaikan sebanyak 1x dengan *Corporate Brand Value* dan ukuran perusahaan bersifat konstan ( $X_1, X_2 = 0$ ) Maka performansi saham akan bertambah sebesar -0,237.

### 4.3.2 Uji Kofesien Determinasi ( $R^2$ )

Ketepatan model (R square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

**Tabel 4.7**  
**Uji Determinasi  $R^2$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,710 <sup>a</sup>	,504	,447	,2429911	1,501

Sumber : data diolah SPSS v20

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS versi 20 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,447. Hal ini berarti 44,7% performansi saham dapat dijelaskan oleh *Corporate Brand Value*, ukuran perusahaan, DER. Sedangkan sisanya yaitu 55,3% performansi saham dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 4.3.3 Uji F

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji F pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha$  sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  Maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini dan sebaliknya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  Maka Model dikatakan tidak layak, atau dengan signifikan ( $Sig$ )  $< 0,05$  maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.8**  
**Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,560	3	,520	8,807	,000 <sup>b</sup>
Residual	1,535	26	,059		
Total	3,095	29			

Sumber : data diolah SPSS v20

Dari tabel tersebut terlihat bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 8,807 sedangkan  $F_{tabel}$  diperoleh melalui tabel F ( $Dk = k-1$ ,  $Df: n-k-1$ ) sehingga  $Dk: 3-1 = 2$ ,  $Df: 30-3-1 = 26$ , maka diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,370 artinya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,807 > 3,370$ ) dan tingkat signifikan  $p$ -value  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, model diterima dan penelitian dapat diteruskan ke penelitian selanjutnya.

#### 4.3.4 Uji T

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji T pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha$  sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau dengan signifikan (Sig)  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya apabila signifikan (Sig)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 4.9**  
**Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,679	1,805		-2,038	,052
Corporate Brand Value	-2,122	,882	-,355	-2,407	,023
Size	2,360	,630	,543	3,748	,001
DER	-,237	,100	-,337	-2,364	,026

Sumber : data diolah SPSS v20

Dari tabel tersebut terlihat bahwa terdapat  $t_{hitung}$  untuk setiap variabel sedangkan  $t_{tabel}$  diperoleh melalui tabel T ( $\alpha: 0.05$  dan  $df: n-5$ ) sehingga  $\alpha: 0.05$  dan  $Df: 30-3=66$  maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,703. Maka dapat diambil kesimpulan setiap variabel adalah sebagai berikut:

- a) Variabel pelaksanaan *Corporate Brand Value* (X1) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,407 yang artinya bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,407 > 1,703$ ) dan tingkat signifikan sebesar  $0,023 < 0,05$ , yang bermakna bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka ada pengaruh pelaksanaan *Corporate Brand Value* terhadap performansi saham.
- b) Variabel ukuran perusahaan (X2) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,748 yang artinya bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,748 > 1,703$ ) dan tingkat signifikan sebesar  $0,001 > 0,05$ , yang bermakna bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap performansi saham.
- c) Variabel DER (X3) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,364 yang artinya bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,364 > 1,703$ ) dan tingkat signifikan sebesar  $0,026 < 0,05$  yang bermakna bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka ada pengaruh DER terhadap performansi saham.

## 4.4 Pembahasan

### 4.4.1 Pengaruh *Corporate Brand Value* Terhadap Performansi Saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *corporate brand value* terhadap performansi saham. Dari sudut pandang finansial, Eryigit dan Eryigit (2014) mengatakan *Corporate Brand Value* sebagai sesuatu yang dapat dihitung sehingga menjadi pendapatan kapitalisasi dan kas yang diperoleh dari keberhasilan nama *brand* dari suatu produk, jasa, atau perusahaan. Dengan kata lain, *Corporate Brand Value* merupakan nilai tambahan arus kas yang dihasilkan oleh suatu produk karena *brand* dari produk tersebut. Menurut Tiwari (2013), nilai merek adalah sebuah konsep dari berbagai interpretasi. Sebagaimana dinyatakan sebelumnya, itu bisa dilihat dari dua perspektif: perspektif keuangan dan perspektif pemasaran (Tiwari, 2013). Meskipun penulisnya telah menyatakan bahwa fokus dari penelitian ini adalah nilai merek dalam perspektif keuangan, kedua perspektif akan tetap demikian dibahas berikut ini karena fakta bahwa kedua konsep saling berhubungan satu sama lain.. Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa merk dagang merupakan suatu kombinasi dari nama, huruf-

huruf, angka numerik, simbol, tanda, bentuk, slogan, warna-warna, atau susunan penulisan tertentu, yang dimiliki oleh suatu entitas untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif.

Hasil pengujian ini hanya sebagian yang benar yaitu corporate brand value berpengaruh positif dan signifikan. Namun dengan nilai koefisien corporate brand value yang lebih kecil dari total aset, hal ini menunjukkan bahwa corporate brand value sebagai aset intangible masih kurang berpengaruh terhadap harga saham dibandingkan aset tangible (total aset). Dengan diterimanya hipotesis maka penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kirk et al. (2012) serta Eryigit dan Eryigit (2014). Hasil inimenunjukkan hasil yang konsisten dari penelitian inidengan penelitian Miller dan Mills (2011) yang menjelaskan bahwa *Corporate Brand Value* memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham.

#### **4.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Performansi Saham**

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Brand Value* terhadap performansi saham. Ukuran perusahaan dapat didekati dengan beberapa pendekatan seperti besarnya kapitalisasi pasar, besarnya total aset, dan nilai perusahaan (*enterprise value*) atau penjualan bersih. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan menggunakan total aset karena bertujuan membandingkan pengaruh aset intangible (*Corporate brand value*) dan total aset tangible (tercantum di laporan keuangan perusahaan) terhadap harga saham. Di sisi lain Penman dan May (2009) juga menyatakan bahwa *intangible asset* sangat spekulatif, sehingga akuntan diharapkan kembali kepada saran fundamentalis bahwa jangan menempatkan spekulasi dalam laporan keuangan. Akuntan tidak memiliki kompetensi dalam menangani hal-hal yang bersifat spekulasi. Laporan keuangan tidak hanya neraca namun juga ada laporan rugi laba. Saran dari Penman dan May (2009) adalah akuntansi dari intangible asset harus didekati dengan pendekatan yang berbeda dari pendekatan tangible asset.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham (Laily, 2013 dan Christianto, 2014). Nilai perusahaan (*firm value*) sangat penting artinya bagi perusahaan tersebut karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi (Mahendra, 2011).

#### **4.4.3 Pengaruh DER Terhadap Performansi Saham**

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Brand Value* terhadap performansi saham. Menurut Harahap (2010), pengertian Debt to Equity Ratio adalah: “Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi utang-utang kepada pihak luar. Semakin kecil rasio ini semakin baik“ Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Debt to Equity Ratio adalah rasio yang digunakan untuk menilai liabilitas dan ekuitas dan dipakai untuk memperlihatkan jaminan yang tersedia bagi kreditor. Bagi bank (kreditor) semakin besar rasio ini, akan semakin tidak menguntungkan karena semakin besar yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di perusahaan seperti tidak mampu melunasi utang dan biaya bunga. Namun bagi perusahaan justru semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan aktiva. Rasio ini memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan resiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi Debt to Equity Ratio menunjukan semakin tinggi penggunaan utang sebagai sumber pendanaan perusahaan. Hal ini dapat menimbulkan resiko yang cukup besar bagi perusahaan ketika perusahaan tidak mampu membayar kewajiban tersebut pada saat jatuh tempo, sehingga akan mengganggu kontinuitas operasi perusahaan. Selain itu, perusahaan akan dihadapkan pada biaya bunga yang tinggi sehingga dapat menurunkan laba perusahaan. Kewajiban atau utang bukan suatu yang buruk jika dapat memberikan keuntungan kepada pemiliknya, jika kewajiban atau utang ini dapat dimanfaatkan dengan efektif, maka hasil yang

diperoleh berupa laba dapat cukup untuk membayar biaya bunga secara periodik ditambah kewajiban pokok.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh E. Amaliah Itabillah (2013) yang menguji bahwa Debt to Equity Ratio berpengaruh signifikan dan negatif terhadap harga saham. Sedangkan penelitian Ines Farah Dita (2013) meneliti tentang Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Harga Saham dimana variabel yang diteliti yaitu Debt to Equity. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa Debt to Equity Ratio (DER) bahwa secara parsial Current tidak berpengaruh terhadap Harga Saham.