

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif menggunakan data berbentuk angka. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan instrumen penelitian, dan menganalisis data secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Sementara itu, jenis penelitian kausal dipilih karena penelitian ini ingin mengetahui pengaruh atau sebab-akibat antara dua variabel independen yaitu likuiditas (X_1) dan struktur modal (X_2) terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas (Y). Dengan metode ini, peneliti berusaha menemukan sejauh mana perubahan dalam likuiditas dan struktur modal dapat memengaruhi perubahan profitabilitas pada perusahaan sektor *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menggunakan data keuangan yang terukur dan dapat dianalisis secara statistik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi hubungan antarvariabel secara empiris dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.

Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif dianggap tepat karena penelitian ini memanfaatkan laporan keuangan perusahaan yang disajikan secara periodik, terukur, dan dapat diolah dengan metode statistik untuk membuktikan hubungan antarvariabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Data yang digunakan bersumber dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang diunduh melalui situs resmi BEI di alamat (<https://www.idx.co.id>) dan situs resmi masing-masing perusahaan. Penelitian ini dilakukan Bursa Efek Indonesia, melalui Galery Investasi Bisnis dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia. Alamat di Jalan. Urip Sumohardjo Km. 5, Kota Makassar. Adapun waktu yang direncanakan dalam penelitian ini 4 bulan dimulai bulan November 2025–Februari 2026.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dipilih karena telah tersedia dalam bentuk laporan tahunan (*annual report*) yang telah diaudit, sehingga memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Data sekunder tersebut berupa laporan keuangan perusahaan FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024, yang diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia

Universitas Muslim Indonesia dan dipublikasikan melalui situs resmi BEI (<https://www.idx.co.id>).

D. Teknis Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Menurut Arikunto (2014:274) Metode dokumentasi merupakan teknik memperoleh data dengan memanfaatkan dokumen atau arsip yang telah tersedia. Sumber data yang digunakan berasal dari laporan keuangan perusahaan FMCG yang telah diaudit, dan dipublikasikan untuk periode 2022–2024 oleh Bursa Efek Indonesia (BEI).

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus penelitian untuk diteliti serta ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah perusahaan yang termasuk dalam sektor Barang Konsumen Primer (*Consumer Non-Cyclicals*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Sektor ini mencakup perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri barang konsumsi cepat laku atau *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), seperti makanan dan minuman, produk rumah tangga,

perawatan pribadi, serta rokok yang memiliki karakteristik produk dengan tingkat permintaan tinggi dan perputaran barang yang cepat. Karakteristik tersebut menjadikan perusahaan FMCG menarik untuk diteliti karena mencerminkan stabilitas kinerja keuangan dan daya tahan terhadap perubahan kondisi ekonomi, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengkaji pengaruh likuiditas dan struktur modal terhadap profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan klasifikasi sektor pada IDX Industrial Classification (IDX-IC) yang tercantum dalam laman resmi www.idx.co.id, serta proses identifikasi awal yang disesuaikan dengan fokus penelitian, diperoleh sebanyak 55 perusahaan yang selanjutnya diseleksi berdasarkan kriteria penelitian. Jumlah tersebut mencakup keseluruhan perusahaan yang bergerak di bidang barang konsumsi primer, baik yang berfokus pada industri FMCG maupun subsektor lain dalam kategori yang sama.

Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini mencakup perusahaan sektor Barang Konsumen Primer (*Consumer Non-Cyclicals*) yang memenuhi karakteristik *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024, dengan jumlah sebanyak 55 perusahaan.

Tabel 4 Populasi Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan	Kategori FMCG
1	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk.	<i>Food & Beverage</i>
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (air kemasan)
3	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (Alfamart)	<i>Health / Other</i> (Retailer FMCG)
4	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (agri, olahan)
5	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	(agribisnis, non-FMCG utama, dicatat BEI)
6	ADES	Akasha Wira International Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (minuman)
7	BISI	BISI International Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (benih/agribisnis)
8	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (minyak/olah)
9	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (protein olahan)
10	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (protein olahan)
11	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (air mineral)
12	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk.	<i>Food & Beverage</i>
13	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (distribusi & produk olahan)
14	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (minuman)
15	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk.	<i>Health / Other</i> (distributor, consumer pharma/OTC distribusi)
16	FISH / FKS Multi Agro	FKS Multi Agro Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (perikanan/olah)
17	GGRM	Gudang Garam Tbk.	<i>Health / Other</i> (Rokok)
18	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (snack)
19	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (produk pangan)
20	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	<i>Health / Other</i> (Rokok)
21	IBOS	Indo Boga Sukses Tbk.	<i>Food & Beverage</i> (makanan olahan / bakery)
22	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	<i>Food & Beverage</i>

No	Kode	Nama Perusahaan	Kategori FMCG
23	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	<i>Food & Beverage (induk, consumer foods)</i>
24	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	<i>Food & Beverage (protein olahan)</i>
25	KINO	Kino Indonesia Tbk.	<i>Personal Care / Household</i>
26	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	<i>Health / Other (Farmasi & consumer health)</i>
27	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.	<i>Food (agribisnis / pakan)</i>
28	MBTO	Martina Berto Tbk.	<i>Personal Care (kosmetik)</i>
29	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	<i>Food & Beverage (beer)</i>
30	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk.	<i>Health / Other (retailer / convenience store)</i>
31	MYOR	Mayora Indah Tbk.	<i>Food & Beverage (snack, kopi, biskuit)</i>
32	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.	<i>Food & Beverage (olahan)</i>
33	PSDN / Prasadha	Prasidha Aneka Niaga Tbk.	<i>Food & Beverage (distribusi/logistik makanan)</i>
34	RANC	Supra Boga Lestari Tbk.	<i>Food & Beverage (rumah makan / food service)</i>
35	RMBA	Bentoel Internasional Investama (rokok / historical)	<i>Health / Other (rokok)</i>
36	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	<i>Food & Beverage (roti)</i>
37	SIDO	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk.	<i>Health / Other (jamu & consumer health)</i>
38	SDPC	Millennium Pharmacon International Tbk.	<i>Health / Other (pharma)</i>
39	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.	<i>Food (cooking oil / agribisnis → consumer oils)</i>
40	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk.	<i>Food & Beverage (distributor / consumer)</i>
41	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	<i>Food & Beverage (olahan)</i>
42	SKLT	Sekar Laut Tbk.	<i>Food & Beverage (seafood processing)</i>
43	SMAR	Smart Tbk.	<i>Food & Beverage (produk konsumen)</i>
44	STTP	Siantar Top Tbk.	<i>Food & Beverage (snack)</i>
45	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.	<i>Food & Beverage (agro/tea/olahan)</i>
46	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	<i>Personal Care</i>

No	Kode	Nama Perusahaan	Kategori FMCG
47	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk.	<i>Household / Personal Care(distribusi/consumer products)</i>
48	TGKA / Tigaraksa	(duplicate grouping on PDF)	—
49	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk.	<i>Food & Beverage (dairy / beverage)</i>
50	UCID	Uni-Charm Indonesia Tbk.	<i>Personal Care / Household</i>
51	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	<i>Household & Personal Care</i>
52	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	<i>Health / Other (rokok)</i>
53	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.	<i>Food & Beverage (es krim)</i>
54	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.	<i>Food & Beverage (dairy/cheese products)</i>
55	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.	<i>Food & Beverage (produk & distribusi)</i>

Sumber: Kompilasi daftar perusahaan FMCG sektor Barang Konsumen Primer (diolah)

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih dengan menggunakan kriteria tertentu untuk mewakili keseluruhan populasi. Sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Jailani et al., 2023).

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu seperti perusahaan FMCG yang konsisten terdaftar di BEI dan memiliki laporan keuangan lengkap selama 2022–2024. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan

pertimbangan tertentu, artinya peneliti memiliki alasan spesifik dalam memilih sampel yang dinilai paling relevan dan representatif untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Berdasarkan kriteria, maka jumlah sampel yang didapat berjumlah 18 perusahaan dari 55 Perusahaan sektor Barang Konsumen Primer yang memenuhi kriteria *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

Tabel 5 Proses Seleksi Sampel

No.	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan sektor <i>Consumer Non-Cyclicals</i> yang terdaftar di BEI tahun 2022–2024	55
2	Perusahaan yang termasuk kategori Fast Moving Consumer Goods (FMCG)	28
3	Perusahaan FMCG yang melakukan kegiatan manufaktur (produksi barang konsumsi primer)	25
4	Perusahaan dengan klasifikasi kapitalisasi pasar <i>Mid Cap</i> (Rp 1–10 T) dan <i>Large Cap</i> (> Rp 10 T)	18
Perusahaan yang memenuhi kriteria sampel		18
Periode penelitian		3
JUMLAH (N X PERIODE PENELITIAN)		18 x 3 = 54

Sumber : data diolah

Tabel 6 Sampel Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan	Kategori FMCG
1	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	<i>Household & Personal Care</i>
2	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	<i>Food & Beverage</i>
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	<i>Food & Beverage</i>
4	MYOR	Mayora Indah Tbk	<i>Food & Beverage</i>
5	GGRM	Gudang Garam Tbk	<i>Cigarettes</i>
6	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	<i>Cigarettes</i>
7	KINO	Kino Indonesia Tbk	<i>Personal & Household Care</i>
8	TCID	Mandom Indonesia Tbk	<i>Personal & Household Care</i>
9	UCID	Unicharm Indonesia Tbk	<i>Personal & Household Care</i>
10	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	<i>Food & Beverage</i>
11	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	<i>Food & Beverage</i>
12	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk	<i>Food & Beverage</i>
13	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk	<i>Food & Beverage</i>
14	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	<i>Food & Beverage</i>
15	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	<i>Beverage (Air Mineral)</i>
16	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	<i>Beverage</i>
17	STTP	Siantar Top Tbk	<i>Food (Snack)</i>
18	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk	<i>Food (Dairy/Cheese)</i>

Sumber: Data diolah dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id)

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengolah data mentah menjadi informasi yang bermakna guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis.

Analisis data dilakukan setelah seluruh data terkumpul dengan tujuan untuk memperoleh kesimpulan yang valid dan objektif.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif, yaitu dengan mengolah data numerik hasil dari laporan keuangan perusahaan sampel menggunakan bantuan *software* statistik seperti SPSS atau EViews. Metode analisis yang digunakan mencakup beberapa tahap, yaitu analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji validitas uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji t, uji F, dan koefisien determinasi).

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai data penelitian yang digunakan, seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari setiap variabel. Analisis ini membantu peneliti memahami kondisi awal data serta melihat tingkat penyebaran dan variasi nilai masing-masing variabel penelitian.

Menurut Ghazali (2018), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai data penelitian sehingga peneliti dapat mengetahui karakteristik distribusi data yang dimiliki setiap variabel. Dengan analisis ini, peneliti dapat menilai apakah data memiliki penyebaran yang tinggi atau rendah serta melihat kecenderungan nilai rata-rata selama periode penelitian. Selain itu, statistik deskriptif juga berfungsi sebagai dasar untuk menentukan

kelayakan data sebelum dilakukan pengujian asumsi klasik dan analisis regresi.

Dalam konteks penelitian ini, analisis statistik deskriptif dilakukan terhadap variabel-variabel:

- Likuiditas (misalnya diukur dengan *Current Ratio*)
- Struktur Modal (misalnya diukur dengan *Debt to Equity Ratio*)
- Profitabilitas (misalnya diukur dengan *Return on Assets*)

Hasil dari analisis ini memberikan informasi dasar mengenai bagaimana kondisi keuangan rata-rata perusahaan FMCG selama periode 2022–2024, termasuk variasi dan stabilitas antar perusahaan sampel.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, data penelitian harus terlebih dahulu memenuhi beberapa asumsi dasar klasik dalam model regresi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi kriteria statistik yang baik sehingga hasil estimasi yang diperoleh dapat dipercaya dan tidak menyimpang. Dengan terpenuhinya asumsi-asumsi tersebut, model regresi diharapkan mampu memberikan hasil yang akurat dan layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

Tujuan utama uji asumsi klasik adalah memastikan bahwa model regresi menghasilkan estimasi yang bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), yaitu estimasi yang terbaik, linier, dan tidak bias.

Apabila asumsi klasik tidak terpenuhi, maka koefisien regresi yang dihasilkan dapat menjadi tidak efisien atau bahkan menimbulkan kesalahan dalam penarikan kesimpulan.

Menurut Ghozali (2018), terdapat beberapa uji asumsi klasik yang perlu dilakukan dalam analisis regresi linier berganda, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Keempat pengujian tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi terbebas dari penyimpangan asumsi yang dapat memengaruhi validitas hasil penelitian.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dari model regresi berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal menjadi salah satu syarat penting dalam analisis regresi agar hasil pengujian valid secara statistik.

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) atau uji Jarque-Bera (JB). Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Selain itu, normalitas juga dapat dilihat melalui grafik P-P Plot atau Histogram. Apabila titik-titik residual menyebar di sekitar

garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka data dianggap berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen (bebas) dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi kuat antar variabel independen.

Menurut Ghozali (2018), multikolinearitas dapat diuji menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance dengan ketentuan :

- Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika nilai $VIF > 10$ atau $Tolerance < 0,10$, maka terjadi multikolinearitas.

Apabila multikolinearitas terdeteksi, peneliti dapat melakukan tindakan seperti menghapus salah satu variabel independen atau mengubah model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Model yang baik adalah model yang tidak mengandung heteroskedastisitas atau memiliki varians residual yang konstan (homoskedastis).

Menurut Ghozali (2018), pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan:

- Uji Glejser,
- Uji Park, atau
- dengan melihat pola scatterplot antara nilai prediksi dan residual

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji Glejser:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Autokorelasi biasanya muncul pada data runtut waktu (*time series*).

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Durbin-Watson (DW test).

Kriteria pengambilan keputusan menurut Ghozali (2018):

- Jika nilai DW berada di antara batas atas (du) dan $4 - du$, maka tidak terjadi autokorelasi.
- Jika nilai DW $< dl$ atau $> 4 - dl$, maka terjadi autokorelasi.
- Jika nilai DW berada di antara dl dan du atau antara $4 - du$ dan $4 - dl$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), model regresi linier berganda dinyatakan dalam bentuk persamaan:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Profitabilitas (ROA)
- b_0 = Konstanta
- $b_1 - b_2$ = Koefisien variabel bebas ke-1 sampai ke-2
- X_1 = Likuiditas (CR)
- X_2 = Struktur Modal (DER)
- e = kesalahan pengganggu

Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Likuiditas dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada perusahaan FMCG selama periode penelitian.

4. Uji Hipotesis

Setelah model regresi linier berganda ditetapkan, dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui tingkat pengaruh dan signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel likuiditas dan struktur modal berpengaruh terhadap profitabilitas sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik, yaitu uji t untuk melihat pengaruh secara parsial dan uji F untuk melihat pengaruh secara simultan. Hasil pengujian ini menjadi dasar dalam menentukan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai Sig. > 0,05, maka tidak berpengaruh signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai Sig. > 0,05, maka tidak ada pengaruh simultan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen.

- Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan hampir seluruh variasi variabel dependen.
- Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen relatif rendah.

G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan rinci mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian agar dapat diukur secara jelas dan objektif. Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman terhadap makna variabel, serta memastikan bahwa setiap variabel memiliki indikator yang dapat diobservasi dan dihitung secara kuantitatif.

1. Variabel Likuiditas (X_1)

a. *Pecking Order Theory*

Pecking Order Theory menjelaskan bahwa perusahaan lebih memilih menggunakan dana internal untuk membiayai operasionalnya. Likuiditas yang tinggi mencerminkan ketersediaan dana internal yang cukup, sehingga perusahaan tidak perlu bergantung pada utang.

b. *Signaling Theory*

Perusahaan dengan likuiditas baik memberi sinyal positif kepada investor mengenai kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek.

2. Variabel Struktur Modal (X_2)

a. *Trade-Off Theory*

Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan harus menyeimbangkan manfaat penggunaan utang (*tax shield*) dengan risiko kebangkrutan. DER mencerminkan keputusan trade-off antara utang dan modal sendiri.

b. *Pecking Order Theory*

Pecking Order menjelaskan preferensi perusahaan dalam penggunaan pendanaan. Jika dana internal tidak mencukupi, perusahaan akan beralih ke utang, yang tercermin dalam struktur modal.

3. Variabel Profitabilitas (Y)

a. *Trade-Off Theory*

Profitabilitas dipengaruhi keputusan struktur modal: semakin tepat *trade-off* antara utang dan risiko, semakin optimal tingkat profitabilitas yang dicapai.

b. *Pecking Order Theory*

Profitabilitas menentukan sumber pendanaan. Perusahaan dengan profit tinggi cenderung memakai dana internal sehingga biaya modal lebih efisien, meningkatkan profitabilitas kembali.

c. *Signaling Theory*

ROA memberi sinyal kondisi keuangan dan kinerja operasional perusahaan kepada pasar.

Tabel 7 Definisi Operasional dan Indikator

No	Variabel	Jenis Variabel	Indikator	Rumus Perhitungan
1	Likuiditas (<i>Current Ratio</i>)	Independen (X ₁)	Aset Lancar & Kewajiban Lancar	$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$
2	Struktur Modal (<i>Debt to Equity Ratio</i>)	Independen (X ₂)	Total Utang & Total Ekuitas	$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$
3	Profitabilitas (<i>Return on Assets</i>)	Dependen (Y)	Laba Bersih & Total Aset	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$