

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Singkat Objek Penelitian

##### 1) PT Mustika Ratu Tbk (MRAT)

Sejarah panjang PT Mustika Ratu Tbk semula merupakan *home* industri yang didirikan oleh Ibu BRA Mooryati Soedibyو pada tahun 1975 yang dimulai dari dalam garasi kediaman Ibu BRA Mooryati Soedibyو. Usaha tersebut semakin lama semakin berkembang menjadi sebuah Perusahaan besar yang didirikan di Jakarta dan berdomisili di Jalan Gatot Subroto Kav. 74-75, dengan nama PT Mustika Ratu berdasarkan Akta Pendirian No. 35 tanggal 14 Maret 1978. Dengan menerapkan strategi yang kokoh dan kinerja terarah, kini Perseroan telah berkembang dan dikenal sebagai perusahaan kosmetika dan jamu tradisional terdepan di tanah air. Untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat, pada tanggal 8 April 1981 Perseroan secara resmi telah mengoperasikan pabriknya yang berlokasi di Jalan Raya Bogor KM 26,4 Ciracas, Jakarta Timur. Dengan didirikannya pabrik ini, Perseroan secara konsisten memperkuat reputasi dan keahliannya dalam menciptakan inovasi dan memproduksi produk kecantikan, perawatan tubuh, jamu dan obat tradisional. Dalam rangka memperkuat struktur permodalan serta mewujudkan visinya sebagai perusahaan kosmetik dan jamu alami berteknologi tinggi terbaik di Indonesia, pada tahun 1995 Perseroan mendapatkan persetujuan efektif dari Badan Pengawas Pasar

Modal untuk melakukan penawaran umum perdana dan mencatat sahamnya di PT. Bursa Efek Indonesia dengan kode saham tercatat MRAT. Untuk terus menjaga standar mutu dan kualitas produk yang baik, terhitung sejak tahun 1996 Perseroan telah mendapatkan sertifikat ISO 14001 dan ISO 9002. Kemudian pada tahun 2009 Perseroan menerapkan standar internasional 9001 (versi terbaru dari ISO 9001:2008) tentang sistem Manajemen lingkungan. Selain itu, Perseroan juga telah memperoleh sertifikat Good Manufacturing Process (GMP) pada tahun 2004, sertifikat Halal untuk produk teh tahun 2010 dan sertifikat Halal untuk produk jamu tahun 2011<sup>95</sup>.

## 2) PT Martina Berto Tbk

Dr. HC. Martha Tilaar mengawali usaha dengan membukakan salon kecantikan pada tahun 1977. Selain itu beliau terus menimba ilmu tentang kecantikan dan perawatan tubuh ke pusat kecantikan di Amerika dan Eropa. Hal inilah yang membangkitkan semangat dan kesadaran beliau bahwa bahan baku yang berasal dari Indonesia jika diolah dengan baik dan profesional dapat menghasilkan kosmetika alami dan jamu tradisional yang dapat mempercantik wanita Indonesia dan dunia secara holistic. Pada periode 1988 - 1994 Perseroan melahirkan merek – merek kosmetika baru seperti Cempaka, Martina, Pesona, Biokos Martha Tilaar, Caring Colours Martha Tilaar dan Beliau Martha Tilaar untuk mengantisipasi permintaan pasar yang meningkat. Produk-produk ini telah membantu menyerap kapasitas pabrik cukup besar. Perubahan strategis berikutnya setelah tahun 2000 adalah penataan ulang atas merek-merek,

<sup>95</sup> *Annual Report PT. Mustika Ratu*, n.d., <https://mustika-ratu.co.id/>.

yang terbagi dalam 2 kelompok, yaitu: merek-merek yang berlabel “Martha Tilaar” dengan lisensi dari Dr. Martha Tilaar dan keluarga, dan merek-merek yang tetap menjadi hak intelektual Perseroan seperti “Cempaka” dan “Pesona”.

Periode 1993 - 1995 Perseroan mengakuisisi beberapa anak perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik, yaitu PT Cedefindo (CDF), PT Kurnia Harapan Raya (KHR) dan PT Estrella Laboratories (Estrella). Untuk mencapai efisiensi produksi pada periode 1995 - 1996 Perseroan melakukan proses restrukturisasi usahadan relokasi pabrik. Perkembangan strategis berikutnya dalam periode 2001 - 2009 antara lain, pemetaan ulang merek-merek di segmen yang berbeda. Pada tahun 2011, Perseroan melakukan penawaran umum perdana (IPO) saham di Bursa Efek Indonesia, dengan melepaskan 1/3 (sepertiga bagian) dari seluruh saham dicatatkan dan disetor penuh kepada public. Pada tahun 2013, Perseroan mendirikan pabrik kemas untuk memenuhi kebutuhan bahan kemas produk pareto Perseroan. Pada tahun 2016, Perseroan membeli merek Rudy Hadisuwarno untuk kategori kosmetika dan perawatan tubuh<sup>96</sup>.

### 3) PT Unilever Indonesia Tbk

Perjalanan usaha Perseroan berawal dengan pendirian Lever's Zeepfabrieken N.V pada tanggal 5 Desember 1933. Di tahun 1980, Perseroan berganti nama menjadi PT Unilever Indonesia, sebagaimana tercatat dalam akta No. 171 oleh notaris Kartini Muljadi, S.H., tanggal 22 Juli 1980. Pada tanggal 30

<sup>96</sup> *Annual Report PT. Martina Berto*, n.d., martinaberto.co.id.

Juni 1997, Perseroan mengalami perubahan nama menjadi PT Unilever Indonesia Tbk. Perubahan ini dicatat oleh notaris Mudofir Hadi, S.H. dalam akta No. 92, yang telah disetujui oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No. C2-1.049HT.01.04-TH.1998 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tanggal 15 Mei 1998, Tambahan No. 2620.

Bisnis Perusahaan dibagi ke dalam dua divisi utama, yaitu: *Home and Beauty Personal Care* dan *Foods and Refreshment*. Produk *Home and Beauty Personal Care* kami, yang mengutamakan manfaat dan inovasi, telah dipercaya dan digunakan oleh jutaan orang Indonesia setiap hari untuk membantu mereka berpenampilan lebih baik, merasa lebih nyaman dan membangun kehidupan yang lebih baik. Sementara itu, produk *Foods and Refreshment* kami dibuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi yang berasal dari sumber berkelanjutan, dan terus dinikmati oleh lintas generasi di Indonesia dengan kehebatan rasa, keaslian, nutrisi, dan nilai yang ditawarkan.

Saat ini, Perseroan berkembang pesat sebagai salah satu perusahaan barang konsumen yang bergerak cepat (FMCG) terkemuka di Indonesia. Di usianya yang sudah hampir sembilan dekade beroperasi di negeri ini, Perseroan terus berkomitmen untuk menjadikan kehidupan yang lestari sebagai sesuatu yang lumrah melalui pertumbuhan yang menguntungkan dan berkelanjutan<sup>97</sup>.

#### 4) PT. Akasha Wira International Tbk

Akasha Wira International Tbk (dahulu Ades Waters Indonesia Tbk) (ADES) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985 dan

---

<sup>97</sup> *Annual Report PT. Unilever*, n.d., unilever.co.id.

mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986. Kantor pusat ADES berlokasi di Perkantoran Hijau Arkadia, Jl. Letjend. T.B. Simatupang Kav. 88, Jakarta 12520 – Indonesia. Pemegang saham mayoritas Akasha Wira International Tbk adalah Water Partners Bottling S.A. (91,94%), merupakan perusahaan joint venture antara The Coca Cola Company dan Nestle S.A. kemudian pada tanggal 3 Juni 2008, Water Partners Bottling S.A. diakuisisi oleh Sofos Pte. Ltd., perusahaan berbadan hukum Singapura, Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ADES adalah industri air minum dalam kemasan, industri roti dan kue, kembang gula, makaroni, kosmetik dan perdagangan besar. Kegiatan utama Akasha International adalah bergerak dalam bidang usaha pengolahan dan distribusi air minum dalam kemasan (merek Nestle Pure Life dan Vica) serta perdagangan besar produk-produk kosmetika. Produksi air minum dalam kemasan secara komersial dimulai pada tahun 1986, sedangkan perdagangan produk kosmetika dimulai pada tahun 2010 dan produksi produk kosmetika dimulai pada tahun 2012. Pabrik pengolahan air minum dalam kemasan berlokasi di Jawa Barat dan pabrik produk kosmetik berlokasi di Pulogadung<sup>98</sup>.

5) PT Kino Indonesia Tbk (KINO)

Kino Indonesia Tbk (KINO) didirikan tanggal 24 Maret 1972. Kantor pusat KINO berlokasi di Jl. Raya Cibolerang 203 Kav 3, Margasuka, Babakan Ciparay Bandung, Jawa Barat 40225, dan kantor korespondensi beralamat di

---

<sup>98</sup> *Annual Report PT Akasha Wira International Tbk*, n.d., <https://akashainternational.com/>.

Datascrip Building, Lantai 9 Jl. Selaparang, Blok B15 Kav. 9, Kemayoran, Jakarta 10610 – Indonesia.

Pada tahun 1999 dengan nama PT Kinocare Era Kosmetindo, yang berawal dari 1 pabrik dan 58 karyawan. Saat ini Kino menjadi satu perusahaan besar dengan 8 grup perusahaan, 5 pabrik, dan total lebih dari 40 karyawan. Kino memiliki 33 merek yang terbagi dalam 25 kategori dengan lebih dari 600 SKU. Kino telah memproduksi berbagai jenis produk kecantikan, seperti perawatan wajah, perawatan rambut, wewangian, pembersih daerah kewanitaan, perawatan pria, dan kosmetik. Selain itu, Kino juga memproduksi beragam produk perawatan rumah tangga seperti pembersih, pelembut, dan penyegar rumah; berbagai perawatan bayi seperti pembersih peralatan bayi, detergen pakaian; serta aneka minuman kemasan, seperti minuman berenergi, minuman penyegar, minuman sehat dan minuman herbal.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan KINO adalah berusaha dalam bidang adalah berusaha dalam bidang industri makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik. Kegiatan usaha utama yang dijalankan saat ini adalah Industri produk konsumen bermerek yang terintegrasi dengan kegiatan distribusi meliputi produk pemeliharaan dan perawatan tubuh (dengan merek utama antara lain: Ellips, Resik-V dan Ovale) , makanan (Kino Candy, Snackit dan Segar Sari), minuman (Cap Kaki Tiga, Panda dan Panther) dan farmasi meliputi tiga macam produk balsam dan obat batuk (Cap Kaki Tiga).

Pada tanggal 03 Desember 2015, KINO memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham KINO (IPO) kepada masyarakat sebanyak 228.571.500 dengan nilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp3.800,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 Desember 2015<sup>99</sup>.

6) PT Mandom Indonesia Tbk (TCID)

Mandom Indonesia Tbk (TCID) didirikan tanggal 5 Nopember 1969 dengan nama PT Tancho Indonesia dan mulai berproduksi secara komersial pada bulan April 1971. Kantor pusat Mandom Indonesia Tbk terletak di Wisma 46 Kota BNI, Suite 7.01, Lt. 7, Jl. Jend. Sudirman Kav. 1, Jakarta Pusat 10220 – Indonesia, dengan pabrik berlokasi di Kawasan Industri MM 2100, Cibitung – Bekasi, Jawa Barat.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Mandom Indonesia Tbk (31-Mar-2022), yaitu: Mandon Corporation, Jepang (64,72%) dan PT Asia Jaya Paramita (11,37%).Penerima manfaat akhir dari kepemilikan saham (ultimate beneficial owner) dari Mandom Indonesia Tbk adalah Motonobu Nishimura.Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan TCID meliputi produksi dan perdagangan kosmetika, wangi-wangian, bahan pembersih dan kemasan plastik termasuk bahan baku, mesin dan alat produksi untuk produksi dan kegiatan usaha penunjang adalah perdagangan impor produk

---

<sup>99</sup> *Annual Report PT Kino Indonesia Tbk*, n.d., kino.co.id.

kosmetika, wangi-wangian, bahan pembersih. Merek dagang utama TCID yaitu Gatsby, Pixy dan Pucelle. Selain itu, Mandom juga memproduksi berbagai macam produk lain dengan merek Lucido-L, Mandom, Tancho, Johnny Andean, Spalding, Glazelle, Color Comm, Fresh n Fresh, Lovillea, Style up, Miratone.

Pada tanggal 28 Agustus 1993, TCID memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham TCID (IPO) kepada masyarakat sebanyak 4.4000 saham dengan nilai nominal Rp10,- per saham dan harga penawaran Rp7.350,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 30 September 1993<sup>100</sup>.

## **B. Analisis Data**

Analisis data ini digunakan untuk mengetahui dan mendapatkan hasil uji apa saja yang diperoleh berdasarkan data sekunder yang digunakan oleh penelitian ini. Jika melihat data yang dipakai pada penelitian ini maka data dalam penelitian ini ialah data panel. Data yang akan di uji dalam penelitian ini seperti tampak pada tabel dibawah ini

---

<sup>100</sup> *Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk*, n.d., mandom.co.id.



Tabel 4.1

## Rasio Keuangan

No	Kode Emiten	Variabel X				Variabel Y		
		<i>Likiuditas</i>	<i>Leverage</i>	<i>Aktivitas</i>	Ukuran perusahaan	<i>Net profit margin</i>	ROA	ROE
1	MRAT	3.5975	0.2912	0.9398	26.932			(06
		0	6	7	57	(0684)	(0474)	43)
		3.1101	0.3340	0.8168	26.961			0
		7	7	3	37	0413	0243	338
		2.8874	0.3877	0.8279				0
		5	2	7	27134	0219	0125	181
2	UNVR	2.2092	0.5718	0.9298	27.050	(0.0212	(0.01209	(0.
		6	2	8	84	5)	)	01976)
		2.1302	0.6282	0.9522	27.083			0
		9	8	1	29	0109	0062	104
		0.6336	0.2912	7.9647	30.570	0.1724	0.3759	1.
		9	6	1	52	9	2	37381
3	MBTO	0.7476	0.3340	5.5161	30.602	0.2245	0.4807	1.
		6	7	4	61	4	8	23859
		0.6529	0.3877	8.1264	30.658	0.1651	0.3433	1.
		0	2	1	71	8	6	34236
		0.6609	0.5718	8.7035	30.653	0.1642	0.3436	1.
		3	2	2	13	1	4	42922
3	MBTO	0.6140	0.6282	9.1514	30.579	0.1445	0.2998	1.
		7	8	7	06	6	0	32294
		2.0629	2.4224	1.7724	27.383	(0.0385	(0.03610	(0.
3	MBTO	9	6	8	42	3)	)	06829)
		1.6334	1.4693	1.6722	27.197	(0.2233	(0.17321	(0.
		4	3	7	18	6)	)	37352)

		1.2478 4	2.4736 2	2.2858 6	27.105 19	(0.1218 5)	(0.11082 )	(0. 27853)
		0.6165 5	2.7054 0	0.5038 8	27.613 76	1.8770 9	0.5676 2	0. 94582
		0.7539 4	2.8799 8	0.4781 1	27.295 06	(0360)	(0106)	(01 72)
4	TCID	4.9131 8	0.1398 1	1.456 36	28. 49045	0.05 823	0.066 73	0. 08481
		5.7591 1	0.1173 8	1.342 87	28. 52512	0.07 421	0.080 39	0. 09966
		5.5820 8	0.1267 1	1.388 78	28. 56758	0.04 676	0.051 40	0. 06494
		9.2216 5	0.0791 3	1903	28. 47858	(0.06 079)	(0.049 02)	(0. 06134)
		8.1281 3	0.0971 7	1.016 74	28. 46428	(0.02 933)	(0.023 59)	(0. 02982)
5	KINO	1.6538 9	0.5282 1	1.537 90	28. 80585	0.03 832	0.037 41	0. 05894
		1.5011 4	0.6019 1	1.651 51	28. 90978	0.04 957	0.049 84	0. 08186
		1.3472 9	0.6412 2	1.731 08	29. 17768	0.11 414	0.113 73	0. 19758
		1.1937 5	0.8328 1	1.561 74	29. 29027	0.02 755	0.021 10	0. 04303
		1.5069 7	0.5973 4	1.492 95	29. 30752	0.03 078	0.022 89	0. 04595
6	ADES	1.2015 5	0.5789 2	0.1925 5	27.456 95	0.4742 0	0.0459 7	0. 09130
		1.3877 4	0.5444 9	1.6689 7	27.504 63	0.0732 3	0.0668 4	0. 12223

		0.2004	0.3084	1.3464	27.435	0.1124	0.1046	0.
		2	7	6	46	9	0	15147
		2.9703	0.2620	0.9612	27.588	0.2016	0.1416	0.
		7	4	5	94	2	0	19381
		2.5092	0.2767	0.9641	27.896	0.2880	0.2065	0.
		3	2	8	54	1	1	27769

Dari tabel diatas dapat kita melihat bahwa perusahaan yang akan dilakukan uji data sekundernya berjumlah enam perusahaan dan dalam rentang waktu lima tahun terakhir. Berdasarkan bentuk data diatas maka kita dapat mengetahui bahwasanya data tersebut berbentuk data panel. Data panel merupakan data yang menggabungkan urutan waktu dan objek penelitiannya lebih dari satu. Sedangkan menurut defenisinya data panelnya ialah gabungan data time series dan data cross section. Data time series adalah data dari satu objek dengan beberapa periode waktu tertentu, sedangkan data cross section merupakan data yang diperoleh dari satu maupun lebih objek penelitian dalam satu periode yang sama<sup>101</sup>.

### C. Penentuan Model Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel yaitu *Likiuditas (current ratio* sebagai X1), *Leverage DER* sebagai X2), *Aktivitas (Total assets turnover* sebagai X3), Ukuran perusahaan (sebagai X4) terhadap profitabilitas (NPM sebagai Y1, ROA sebagai Y2 dan ROE sebagai Y3) pada perusahaan kosmetik yang memiliki sertifikat halal kategori *consumer non – cyclical*.

<sup>101</sup> Damodar N. Gujarati and Dawn C. Porter, *Basic Econometrics*, 5th ed. (Boston: McGraw-Hill Irwin, 2009).

Pengujian regresi linier data panel dilakukan untuk mencari hubungan antar variabel independen dan dependen, melalui pengaruh likuiditas, leverage, aktivitas dan ukuran perusahaan, terhadap profitabilitas yaitu NPM, ROA dan ROE. Dalam penelitian ini penulis menggunakan aplikasi Eviews 12 untuk melakukan pengolahan datanya.

Dalam penentuan data panel terdapat beberapa cara dalam pemilihan modelnya yaitu *Common Effect Model* (CEM) atau *Pooled Least Square* (PLS), *Fixed Effect Model* (FEM), *Random Effect Model* (REM) dan *Lagrange Multiplier*<sup>102</sup>.

1. Penentuan Pemilihan Model Estimasi antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dengan Uji Chow

Untuk menentukan apakah model estimasi CEM atau FEM dalam membentuk model regresi, maka dapat digunakan uji Chow. Hipotesis yang diuji sebagai berikut:

$H_0$  = *Common Effect Model* lebih tepat dibandingkan dengan *Fixed Effect Model*

$H_a$  = *Fixed Effect Model* lebih tepat dibandingkan dengan *Common Effect Model*

Dengan kriteria:

Terima  $H_0$  bila nilai probabilitas (F-statistik)  $> 0.05$

Tolak  $H_0$  (Terima  $H_a$ ) bila nilai probabilitas (F-statistik)  $< 0.05$

---

<sup>102</sup> J. Sarwono, *Prosedur-Prosedur Analisis Populer Aplikasi Riset Skripsi Dan Tesis Dengan Eviews* (Yogyakarta: Gava Media, 2016).

2. Penentuan Pemilihan Model Estimasi antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM) dengan Uji Hausman

Untuk menentukan apakah model estimasi FEM atau REM dalam membentuk model regresi, maka digunakan uji Hausman. Hipotesis yang diuji sebagai berikut:

$H_0 = \text{Random Effect Model}$  lebih tepat dibandingkan dengan *Fixed Effect Model*

$H_a = \text{Fixed Effect Model}$  lebih tepat dibandingkan dengan *Random Effect Model*

Dengan kriteria:

Terima  $H_0$  bila nilai probabilitas *chi square*  $> 0.05$

Tolak  $H_0$  (Terima  $H_a$ ) bila nilai probabilitas *chi square*  $< 0.05$

3. Penentuan Pemilihan Model Estimasi antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* dengan Uji Lagrange Multiplier (Uji LM)

Untuk menentukan apakah model estimasi REM atau CEM dalam membentuk model regresi, maka digunakan uji Hausman. Hipotesis yang diuji sebagai berikut:

$H_0 = \text{Common Effect Model}$  lebih tepat dibandingkan dengan *Random Effect Model*





Berdasarkan data tabel 4.3 diperoleh nilai probabilitas *chi square* sebesar 0,1011 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian nilai probabilitas *chi square* lebih besar dari taraf signifikan maka  $H_0$  diterima sehingga keputusan ialah ***Random Effect Model*** lebih tepat dibandingkan dengan *Fixed Effect Model*

Tabel 4.4

## Uji LM NPM

Table: UJI_LM Workfile: EVIES TES 2::NPM\									
View	Proc	Object	Print	Name	Edit +/-	CellFmt	Grid +/-	Title	Comments +/-
		A	B	C	D				
1	Lagrange Multiplier Tests for Random Effects								
2	Null hypotheses: No effects								
3	Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided								
4	(all others) alternatives								
5									
6	Test Hypothesis								
7			Cross-section	Time	Both				
8									
9	Breusch-Pagan		0.607804	0.159724	0.767528				
10			(0.4356)	(0.6894)	(0.3810)				
11									
12	Honda		-0.779618	-0.399655	-0.833871				
13			(0.7822)	(0.6553)	(0.7978)				
14									
15	King-Wu		-0.779618	-0.399655	-0.817630				
16			(0.7822)	(0.6553)	(0.7932)				
17									
18	Standardized Honda		1.008486	-0.290396	-3.107115				
19			(0.1566)	(0.6142)	(0.9991)				
20									
21	Standardized King-Wu		1.008486	-0.290396	-3.032002				
22			(0.1566)	(0.6142)	(0.9988)				
23									
24	Gourieroux, et al.		--	--	0.000000				
25					(1.0000)				
26									



Berdasarkan data tabel 4.3 diperoleh nilai probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* sebesar 0,3810 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian nilai probabilitas probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* lebih besar dari taraf signifikan maka  $H_0$  diterima sehingga keputusan ialah ***Common Effect Model*** lebih tepat dibandingkan dengan *Random Effect Model*.

Dari hasil uji yang dilakukan yaitu:

- o Uji Chow diperoleh hasil ialah model *Common Effect Model*
- o Uji Hausman diperoleh hasil ialah model *Random Effect Model*
- o Uji LM diperoleh hasil ialah model *Common Effect Model*

Berdasarkan uraian diatas maka model regresi yang tepat untuk *Net Profit Margin* ialah model *Common Effect Model*.

Tabel 4.5

NPM model CEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-3.004931	2.647524	-1.134997	0.2671
LIKUIDITAS_X1	-0.030920	0.035944	-0.860217	0.3978
LEVERAGE_X2	0.133745	0.097554	1.370976	0.1826
AKTIVITAS_X3	-0.051943	0.047128	-1.102183	0.2809
SIZE_X4	0.113933	0.095828	1.188930	0.2456
R-squared	0.161884	Mean dependent var		0.127969
Adjusted R-squared	0.027786	S.D. dependent var		0.355016
S.E. of regression	0.350049	Akaike info criterion		0.889526
Sum squared resid	3.063363	Schwarz criterion		1.123059
Log likelihood	-8.342897	Hannan-Quinn criter.		0.964236
F-statistic	1.207202	Durbin-Watson stat		2.694130
Prob(F-statistic)	0.332520			

Berdasarkan tabel 4.5 maka dapat dirumuskan sebagai berikut

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \varepsilon$$

$$Y_1 = -3,0049 + (-0,0309) + 0,1337 + (-0,0519) + 0,1139$$

Dari model regresi data panel diatas maka diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -3,0049 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel independen, maka nilai *NPM* pada perusahaan kosmetik berlabel halal akan turun sebesar 2,6475%.
2. Koefisien regresi *likuiditas* sebesar -0,0309 artinya setiap kenaikan *likuiditas* sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menurunkan *NPM* sebesar 0,0359%.
3. Koefisien regresi *leverage* sebesar 0,1337, artinya setiap kenaikannya sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menurunkan *NPM* sebesar 0,0975%.
4. Koefisien regresi *aktivitas* sebesar -0,0519, artinya setiap kenaikannya sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menaikkan *NPM* sebesar 0,0471%.
5. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan (*SIZE*) sebesar 0,1139, artinya setiap kenaikan *SIZE* sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menaikkan *NPM* sebesar 0,0958%.

## 2. Return on Assets (Y<sub>2</sub>)

Berdasarkan hasil olahan data yang diperoleh model persamaan regresi terbaik dan terdapat tiga cara penentuan modelnya yaitu dengan melihat nilai probabilitas (F-statistik) dari uji chow, nilai *chi square* dari uji hausman dan nilai dari probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* dari uji lagrange multiplier (uji LM) seperti tampak pada tabel dibawah

Tabel 4.6

### Uji Chow ROA

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-
		A		B		C		D	E
1		Redundant Fixed Effects Tests							
2		Equation: MODEL_FEM							
3		Test cross-section fixed effects							
4									
5		Effects Test		Statistic		d.f.		Prob.	
6									
7		Cross-section F		5.006830		(5,20)		0.0039	
8		Cross-section Chi-square		24.350665		5		0.0002	
9									
10									
11		Cross-section fixed effects test equation:							
12		Dependent Variable: ROA_Y2							
13		Method: Panel Least Squares							
14		Date: 07/21/22 Time: 16:06							
15		Sample: 2017 2021							
16		Periods included: 5							
17		Cross-sections included: 6							
18		Total panel (balanced) observations: 30							
19									
20		Variable		Coefficient		Std. Error		t-Statistic	Prob.
21									
22		C		-1.764558		1.030853		-1.711744	0.0993
23		LIKUIDITAS_X1		-0.019286		0.013995		-1.378026	0.1804
24		LEVERAGE_X2		0.006375		0.037984		0.167835	0.8681
25		AKTIVITAS_X3		0.008242		0.018350		0.449178	0.6572
26		SIZE_X4		0.066582		0.037312		1.784457	0.0865
27									
28		R-squared		0.469863		Mean dependent var			0.100460
29		Adjusted R-squared		0.385041		S.D. dependent var			0.173805
30		S.E. of regression		0.136297		Akaike info criterion			-0.996949
31		Sum squared resid		0.464422		Schwarz criterion			-0.763416
32		Log likelihood		19.95423		Hannan-Quinn criter.			-0.922240
33		F-statistic		5.539396		Durbin-Watson stat			2.074205
34		Prob(F-statistic)		0.002466					
35									

Berdasarkan data tabel 4.6 diperoleh nilai probabilitas (F-statistik) sebesar 0,0025 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian nilai probabilitas (F-statistik) lebih kecil dari taraf signifikan maka  $H_0$  ditolak sehingga keputusan ialah **Fixed Effect Model** lebih tepat dibandingkan dengan *Common Effect Model*

Tabel 4.7

## Uji Hausman ROA

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-
1		A		B		C		D	E
2		Correlated Random Effects - Hausman Test							
3		Equation: MODEL_REM							
4		Test cross-section random effects							
5		Test Summary		Chi-Sq. Statistic		Chi-Sq. d.f.		Prob.	
7		Cross-section random		14.945834		4		0.0048	
10		Cross-section random effects test comparisons:							
12		Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.			
14		LIKUIDITAS_X1	-0.027750	-0.024440	0.000305	0.8497			
15		LEVERAGE_X2	0.070609	0.030866	0.006135	0.6119			
16		AKTIVITAS_X3	-0.065824	-0.022883	0.000539	0.0644			
17		SIZE_X4	0.395472	0.129268	0.019689	0.0578			
20		Cross-section random effects test equation:							
21		Dependent Variable: ROA_Y2							
22		Method: Panel Least Squares							
23		Date: 07/21/22 Time: 16:07							
24		Sample: 2017 2021							
25		Periods included: 5							
26		Cross-sections included: 6							
27		Total panel (balanced) observations: 30							
29		Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.			
31		C	-10.94366	4.127403	-2.651465	0.0153			
32		LIKUIDITAS_X1	-0.027750	0.022884	-1.212619	0.2394			
33		LEVERAGE_X2	0.070609	0.089214	0.791457	0.4380			
34		AKTIVITAS_X3	-0.065824	0.029770	-2.211101	0.0388			
35		SIZE_X4	0.395472	0.145831	2.711850	0.0134			
37		Effects Specification							
39		Cross-section fixed (dummy variables)							
41		R-squared	0.764562	Mean dependent var	0.100460				
42		Adjusted R-squared	0.658615	S.D. dependent var	0.173805				
43		S.E. of regression	0.101551	Akaike info criterion	-1.475304				
44		Sum squared resid	0.206253	Schwarz criterion	-1.008238				
45		Log likelihood	32.12956	Hannan-Quinn criter.	-1.325886				
46		F-statistic	7.216452	Durbin-Watson stat	2.194248				
47		Prob(F-statistic)	0.000124						

Berdasarkan data tabel 4.7 diperoleh nilai probabilitas *chi square* sebesar 0,0048 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian nilai probabilitas *chi square* lebih kecil dari taraf signifikan maka  $H_0$  ditolak sehingga keputusan ialah ***Fixed Effect Model*** lebih tepat dibandingkan dengan *Random Effect Model*

Tabel 4.8

## Uji LM ROA

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-
		A	B	C	D				
1	Lagrange Multiplier Tests for Random Effects								
2	Null hypotheses: No effects								
3	Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided								
4	(all others) alternatives								
5									
6	Test Hypothesis								
7			Cross-section	Time	Both				
8									
9	Breusch-Pagan		7.85E-06	0.817350	0.817358				
10			(0.9978)	(0.3660)	(0.3660)				
11									
12	Honda		-0.002801	-0.904074	-0.641258				
13			(0.5011)	(0.8170)	(0.7393)				
14									
15	King-Wu		-0.002801	-0.904074	-0.675725				
16			(0.5011)	(0.8170)	(0.7504)				
17									
18	Standardized Honda		2.455115	-0.787198	-2.859773				
19			(0.0070)	(0.7844)	(0.9979)				
20									
21	Standardized King-Wu		2.455115	-0.787198	-2.855720				
22			(0.0070)	(0.7844)	(0.9979)				
23									
24	Gourieroux, et al.		--	--	0.000000				
25					(1.0000)				
26									

Berdasarkan data tabel 4.8 diperoleh nilai probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* sebesar 0,3660 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian nilai probabilitas probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* lebih besar dari taraf signifikan maka  $H_0$  diterima sehingga keputusan ialah ***Common Effect Model*** lebih tepat dibandingkan dengan *Random Effect Model*.

Dari hasil uji yang dilakukan yaitu:

- o Uji Chow diperoleh hasil ialah model *Fixed Effect Model*
- o Uji Hausman diperoleh hasil ialah model *Fixed Effect Model*
- o Uji LM diperoleh hasil ialah model *Common Effect Model*

Berdasarkan uraian diatas maka model regresi yang tepat untuk *Return on Assets* ialah model *Fixed Effect Model*.

Tabel 4.9

ROA model FEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.94366	4.127403	-2.651465	0.0153
LIKUIDITAS_X1	-0.027750	0.022884	-1.212619	0.2394
LEVERAGE_X2	0.070609	0.089214	0.791457	0.4380
AKTIVITAS_X3	-0.065824	0.029770	-2.211101	0.0388
SIZE_X4	0.395472	0.145831	2.711850	0.0134

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.764562	Mean dependent var	0.100460
Adjusted R-squared	0.658615	S.D. dependent var	0.173805
S.E. of regression	0.101551	Akaike info criterion	-1.475304
Sum squared resid	0.206253	Schwarz criterion	-1.008238
Log likelihood	32.12956	Hannan-Quinn criter.	-1.325886
F-statistic	7.216452	Durbin-Watson stat	2.194248
Prob(F-statistic)	0.000124		

Berdasarkan tabel 4.9 maka dapat dirumuskan sebagai berikut

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \varepsilon$$

$$Y_2 = -10,9437 + (-0,0277) + 0,0706 + (-0,0658) + 0,3955$$

Dari model regresi data panel diatas maka diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -10,9437 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel independen, maka nilai *Return on Assets* (ROA) pada perusahaan kosmetik berlabel halal akan turun sebesar 4,1274%.
2. Koefisien regresi *likuiditas* sebesar -0,0277 artinya setiap kenaikan *likuiditas* sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menurunkan ROA sebesar 0,0229%.
3. Koefisien regresi *leverage* sebesar 0,0706, artinya setiap kenaikannya sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menurunkan ROA sebesar 0,0892%.
4. Koefisien regresi *aktivitas* sebesar -0,0658, artinya setiap kenaikannya sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menaikkan ROA sebesar 0,0298%.
5. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan (Size) sebesar 0,3955, artinya setiap kenaikan Size sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menaikkan ROA sebesar 0,1458%.

### 3. Return on Equity (Y3)

Berdasarkan hasil olahan data yang diperoleh model persamaan regresi terbaik dan terdapat tiga cara penentuan modelnya yaitu dengan melihat nilai probabilitas (F-statistik) dari uji chow, nilai *chi square* dari uji hausman dan nilai dari probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* dari uji lagrange multiplier (uji LM) seperti tampak pada tabel dibawah

Tabel 4.10

#### Uji Chow ROE

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-	
				A	B	C	D	E		
1				Redundant Fixed Effects Tests						
2				Equation: MODEL_FEM						
3				Test cross-section fixed effects						
4										
5				Effects Test		Statistic	d.f.	Prob.		
6										
7				Cross-section F		6.601442	(5,20)	0.0009		
8				Cross-section Chi-square		29.240870	5	0.0000		
9										
10										
11				Cross-section fixed effects test equation:						
12				Dependent Variable: ROE_Y3						
13				Method: Panel Least Squares						
14				Date: 07/21/22 Time: 16:09						
15				Sample: 2017 2021						
16				Periods included: 5						
17				Cross-sections included: 6						
18				Total panel (balanced) observations: 30						
19										
20				Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.		
21										
22				C	-3.050996	2.008615	-1.518955	0.1413		
23				LIKUIDITAS_X1	-0.032537	0.027270	-1.193143	0.2440		
24				LEVERAGE_X2	-0.003205	0.074012	-0.043308	0.9658		
25				AKTIVITAS_X3	0.120550	0.035755	3.371604	0.0024		
26				SIZE_X4	0.110350	0.072703	1.517834	0.1416		
27										
28				R-squared	0.781196	Mean dependent var		0.277762		
29				Adjusted R-squared	0.746187	S.D. dependent var		0.527144		
30				S.E. of regression	0.265574	Akaike info criterion		0.337168		
31				Sum squared resid	1.763243	Schwarz criterion		0.570701		
32				Log likelihood	-0.057520	Hannan-Quinn criter.		0.411877		
33				F-statistic	22.31438	Durbin-Watson stat		2.006688		
34				Prob(F-statistic)	0.000000					
35										
36										



Berdasarkan data tabel 4.10 diperoleh nilai probabilitas (F-statistik) sebesar 0,00 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian nilai probabilitas (F-statistik) lebih kecil dari taraf signifikan maka  $H_0$  ditolak sehingga keputusan ialah **Fixed Effect Model** lebih tepat dibandingkan dengan **Common Effect Model**

Tabel 4.11

## Uji Hausman ROE

Table: UJI_HAUSMAN Workfile: EVIES TES 2::ROE\										
View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-	
		A	B	C	D	E				
1	Correlated Random Effects - Hausman Test									
2	Equation: MODEL_REM									
3	Test cross-section random effects									
4										
5	Test Summary		Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.					
6										
7	Cross-section random		25.231815	4	0.0000					
8										
9										
10	Cross-section random effects test comparisons:									
11										
12	Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.					
13										
14	LIKUIDITAS_X1	-0.033383	-0.037023	0.001142	0.9142					
15	LEVERAGE_X2	0.241146	0.033553	0.021365	0.1555					
16	AKTIVITAS_X3	-0.039008	0.082994	0.001960	0.0059					
17	SIZE_X4	0.694518	0.186770	0.064702	0.0459					
18										
19										
20	Cross-section random effects test equation:									
21	Dependent Variable: ROE_Y3									
22	Method: Panel Least Squares									
23	Date: 07/21/22 Time: 16:09									
24	Sample: 2017 2021									
25	Periods included: 5									
26	Cross-sections included: 6									
27	Total panel (balanced) observations: 30									
28										
29	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.					
30										
31	C	-19.41976	7.412764	-2.619774	0.0164					
32	LIKUIDITAS_X1	-0.033383	0.041100	-0.812242	0.4262					
33	LEVERAGE_X2	0.241146	0.160227	1.505028	0.1479					
34	AKTIVITAS_X3	-0.039008	0.053466	-0.729594	0.4741					
35	SIZE_X4	0.694518	0.261911	2.651734	0.0153					
36										
37	Effects Specification									
38										
39	Cross-section fixed (dummy variables)									
40										
41	R-squared	0.917444	Mean dependent var	0.277762						
42	Adjusted R-squared	0.880293	S.D. dependent var	0.527144						
43	S.E. of regression	0.182385	Akaike info criterion	-0.304194						
44	Sum squared resid	0.665284	Schwarz criterion	0.162871						
45	Log likelihood	14.56291	Hannan-Quinn criter.	-0.154776						
46	F-statistic	24.69543	Durbin-Watson stat	2.478339						
47	Prob(F-statistic)	0.000000								
48										

Berdasarkan data tabel 4.11 diperoleh nilai probabilitas *chi square* sebesar 0,00 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian nilai probabilitas *chi square* lebih kecil dari taraf signifikan maka  $H_0$  ditolak sehingga keputusan ialah ***Fixed Effect Model*** lebih tepat dibandingkan dengan *Random Effect Model*

Tabel 4.12

## Uji LM ROE

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-	
				A				B	C	D
1				Lagrange Multiplier Tests for Random Effects						
2				Null hypotheses: No effects						
3				Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided						
4				(all others) alternatives						
5										
6				Test Hypothesis						
7								Cross-section	Time	Both
8										
9				Breusch-Pagan				0.000326	0.348241	0.348567
10								(0.9856)	(0.5551)	(0.5549)
11										
12				Honda				-0.018061	-0.590119	-0.430049
13								(0.5072)	(0.7224)	(0.6664)
14										
15				King-Wu				-0.018061	-0.590119	-0.451890
16								(0.5072)	(0.7224)	(0.6743)
17										
18				Standardized Honda				2.426697	-0.477984	-2.588552
19								(0.0076)	(0.6837)	(0.9952)
20										
21				Standardized King-Wu				2.426697	-0.477984	-2.577661
22								(0.0076)	(0.6837)	(0.9950)
23										
24				Gourieroux, et al.				--	--	0.000000
25										(1.0000)
26										

Berdasarkan data tabel 4.12 diperoleh nilai probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* sebesar 0,5549 dan nilai taraf signifikan sebesar 0,05 dengan demikian

nilai probabilitas probabilitas (Both) *Breusch-Pagan* lebih besar dari taraf signifikan maka  $H_0$  diterima sehingga keputusan ialah ***Common Effect Model*** lebih tepat dibandingkan dengan *Random Effect Model*.

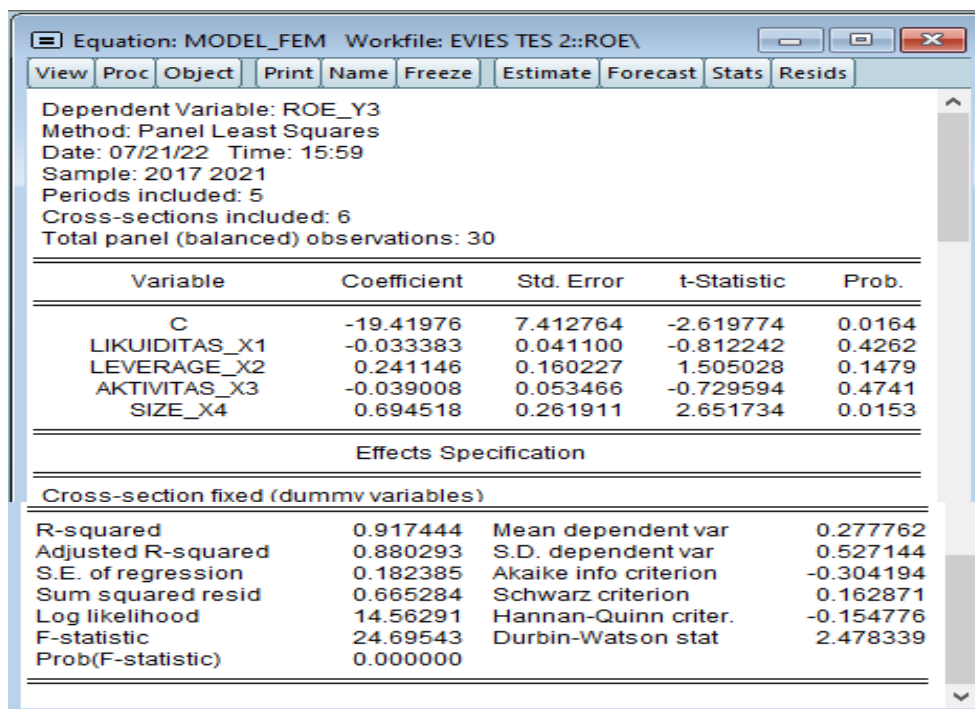
Dari hasil uji yang dilakukan yaitu:

- o Uji Chow diperoleh hasil ialah model *Fixed Effect Model*
- o Uji Hausman diperoleh hasil ialah model *Fixed Effect Model*
- o Uji LM diperoleh hasil ialah model *Common Effect Model*

Berdasarkan uraian diatas maka model regresi yang tepat untuk *Return on Assets* ialah model *Fixed Effect Model*.

Tabel 4.13

ROE model FEM



Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-19.41976	7.412764	-2.619774	0.0164
LIKUIDITAS_X1	-0.033383	0.041100	-0.812242	0.4262
LEVERAGE_X2	0.241146	0.160227	1.505028	0.1479
AKTIVITAS_X3	-0.039008	0.053466	-0.729594	0.4741
SIZE_X4	0.694518	0.261911	2.651734	0.0153

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummv variables)			
R-squared	0.917444	Mean dependent var	0.277762
Adjusted R-squared	0.880293	S.D. dependent var	0.527144
S.E. of regression	0.182385	Akaike info criterion	-0.304194
Sum squared resid	0.665284	Schwarz criterion	0.162871
Log likelihood	14.56291	Hannan-Quinn criter.	-0.154776
F-statistic	24.69543	Durbin-Watson stat	2.478339
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat dirumuskan sebagai berikut

$$Y_3 = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \varepsilon$$

$$Y_3 = -19,4197 + (0,0333) + 0,0241 + (0,0390) + 0,6945$$

Dari model regresi data panel diatas maka diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -19,4197 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel independen, maka nilai *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan kosmetik berlabel halal akan turun sebesar 7,4127%.
2. Koefisien regresi *likuiditas* sebesar -0,0333 artinya setiap kenaikan *likuiditas* sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menurunkan ROE sebesar 0,0411%.
3. Koefisien regresi *leverage* sebesar 0,0241, artinya setiap kenaikannya sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menaikkan ROE sebesar 0,1602%.
4. Koefisien regresi *aktivitas* sebesar -0,0390, artinya setiap kenaikannya sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menurunkan ROE sebesar 0,0534%.
5. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan (Size) sebesar 0,6945, artinya setiap kenaikan Size sebesar 1% dan variabel lain dianggap konstan, maka akan menaikkan ROE sebesar 0,2619%.

## D. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini ialah dengan melihat tingkat signifikansi terhadap koefisien determinasi, uji parsial (nilai t) dan uji simultan (nilai f).

### 1. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh determinasi antara variabel bebas dan variabel terikat maka dapat dilihat nilainya pada tabel NPM, ROA dan ROE dari nilai Adjusted R-squared, nilai ini diambil karena variabel bebasnya lebih dari dua variabel dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- ✓ Untuk Net profit margin nilai Adjusted R-squared berdasarkan tabel 4.5 sebesar 0,0277 ini berarti seluruh variabel bebas (likuiditas, leverage, aktivitas dan ukuran perusahaan) berpengaruh sebesar 2,77% terhadap variabel terikat (Net profit margin) sedangkan sisanya sebesar 97,23% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.
- ✓ Untuk Return on Assets nilai Adjusted R-squared berdasarkan tabel 4.9 sebesar 0,2513 ini berarti seluruh variabel bebas (likuiditas, leverage, aktivitas dan ukuran perusahaan) berpengaruh sebesar 25,13% terhadap variabel terikat yaitu (Return on Assets) sedangkan sisanya sebesar 74,87% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian
- ✓ Untuk Return on Equity nilai Adjusted R-squared berdasarkan tabel 4.13 sebesar 0,8802 ini berarti seluruh variabel bebas (likuiditas,

leverage, aktivitas dan ukuran perusahaan) berpengaruh sebesar 88,02% terhadap variabel terikat yaitu (Return on Equity) sedangkan sisanya sebesar 11,98% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian

## 2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial

Pengaruh parsial digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Ketentuan pengambilan keputusan pada pengaruh parsial ialah dengan nilai dalam uji t yaitu sebagai berikut:

Untuk mendapatkan nilai t tabel, terlebih dahulu dihitung derajat kebebasan. Berikut rumus untuk menghitung derajat kebebasan:

$$\text{Derajat Kebebasan} = n - k$$

di mana:

$n$  = banyaknya observasi

$k$  = banyaknya variabel (dependen dan independen)

Diketahui bahwa jumlah observasi dalam penelitian sebanyak 30 (tiga puluh) dan jumlah variabel sebanyak 7 (tujuh), sehingga derajat kebebasannya adalah  $30 - 7 = 23$ , dan tingkat signifikansinya 5% dengan dua arah maka nilai t tabel adalah 2,06866 (lihat lampiran dari nilai t tabel).

Hasil uji t pada untuk NPM, ROA dan ROE dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Nilai nilai dari Likuiditas untuk hasil uji t terhadap NPM, ROA dan ROE yaitu:

a. NPM

✓ Likuiditas terhadap NPM

Dari hasil uji t pada tabel 4.5 nilai NPM Koefisein -0,0309 dan tingkat signifikansi 0,3978.  $0,3978 > 0,05$  nilai koefisien lebih besar dari taraf signifikan ini berarti bahwa likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap NPM.

✓ Leverage terhadap NPM

Untuk hasil uji pengaruh NPM Koefisein 0,1337 dan tingkat signifikansi 0,1826. Ini berarti bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap NPM karena nilai  $0,1826 > 0,05$ .

✓ Aktivitas terhadap NPM

Untuk hasil uji pengaruh NPM Koefisein -0,0519 dan tingkat signifikansi 0,2809. Ini berarti bahwa aktivitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap NPM karena nilai  $0,2809 > 0,05$ .

✓ Ukuran Perusahaan terhadap NPM

Untuk hasil uji pengaruh NPM Koefisein 0,1139 dan tingkat signifikansi 0,2456. Ini berarti bahwa size tidak berpengaruh secara signifikan terhadap NPM karena nilai  $0,2456 > 0,05$ .

**Kesimpulannya dari hasil uji partial diatas variabel Likuiditas, Leverage, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan karena nilai koefisien dari NPM lebih besar dari taraf signifikansinya**

b. ROA

✓ Likuiditas terhadap ROA

Dari hasil uji t pada tabel 4.9 pengaruh ROA Koefisein -0,0277 dan tingkat signifikansi 0,2394. Ini berarti bahwa likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA karena nilai  $0,2394 > 0,05$ .

✓ Leverage terhadap ROA

Untuk hasil uji pengaruh ROA Koefisein 0,0706 dan tingkat signifikansi 0,4380. Ini berarti bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA karena nilai  $0,4380 > 0,05$ .

✓ Aktivitas terhadap ROA

Untuk hasil uji pengaruh ROA Koefisein -0,0658 dan tingkat signifikansi 0,0388. Ini berarti bahwa aktivitas



berpengaruh secara signifikan terhadap ROA karena nilai  $0,0388 < 0,05$ .

✓ Ukuran perusahaan terhadap ROA

Untuk hasil uji pengaruh ROA Koefisien 0,3954 dan tingkat signifikansi 0,0134. Ini berarti bahwa size berpengaruh secara signifikan terhadap ROA karena nilai  $0,0134 < 0,05$ .

**Kesimpulannya dari hasil uji diatas variabel Likuiditas dan Leverage tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan untuk variabel Aktivitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan. Jadi dari keempat variabel yang diuji secara parsial terdapat dua variabel berpengaruh secara parsial (aktivitas dan ukuran perusahaan) dan dua variabel tidak berpengaruh secara parsial (likuiditas dan leverage).**

c. ROE

✓ Likuiditas terhadap ROE

Dari hasil uji t pada tabel 4.13 pengaruh ROE Koefisien -0,0333 dan tingkat signifikansi 0,4262. Ini berarti bahwa likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROE karena nilai  $0,4262 > 0,05$ .

✓ Leverage terhadap ROE

Untuk hasil uji pengaruh ROE Koefisein 0,2411 dan tingkat signifikansi 0,1479. Ini berarti bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROE karena nilai  $0,1479 > 0,05$

✓ **Aktivitas terhadap ROE**

Untuk hasil uji pengaruh ROE Koefisein -0,0390 dan tingkat signifikansi 0,4741. Ini berarti bahwa aktivitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROE karena nilai  $0,4741 > 0,05$

✓ **Ukuran Perusahaan terhadap ROE**

Untuk hasil uji pengaruh ROE Koefisein 0,6945 dan tingkat signifikansi 0,0153. Ini berarti bahwa size berpengaruh secara signifikan terhadap ROE karena nilai  $0,0153 < 0,05$

**Kesimpulannya dari hasil uji diatas variabel Likuiditas, Leverage dan Aktivitas tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan untuk variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan. Jadi dari keempat variabel yang diuji secara parsial hanya terdapat satu variabel yang berpengaruh secara parsial (ukuran perusahaan) dan tiga variabel tidak berpengaruh secara parsial (likuiditas leverage dan aktivitas).**

### **3. Uji signifikasi pengaruh simultan**

Untuk uji silmultan nilai yang diperlukan ialah membandingkan antara nilai F tabel dengan F hitung. Nilai F hitung diperoleh dari model

regresi yang terpilih dari setiap variabel yang diuji, sedangkan untuk mendapatkan nilai F tabel dapat dicari dengan rumus

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

di mana:

k = banyaknya variabel (dependen dan independen)

n = banyaknya observasi

$$df1 = 7 - 1$$

$$df1 = 6$$

$$df2 = 30 - 7$$

$$df2 = 27$$

jadi nilai F tabelnya ialah 2,46 nilai di dapat dari nilai distribusi F tabel (lihat lampiran nilai pada F tabel).

maka dapat dijabarkan yaitu:

1) *Net Profit Margin (NPM)*

Hasil uji f pada tabel 4.5 diketahui nilai F hitung sebesar 1,2072 dengan tingkat signifikansi 0,3325.

Jadi F hitung = 1,2072 dan nilai F tabel 2,46.

F hitung 1,2072 < F tabel 2,46 dengan tingkat signifikansi 0,3325 > dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak ini berarti variabel bebasnya yaitu *Likiuditas, Leverage, Aktivitas, Ukuran perusahaan* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Net Profit Margin*

1) *Return on Assets (ROA)*

Hasil uji f pada tabel 4.9 diketahui nilai F hitung sebesar 7,2164 dengan tingkat signifikansi 0,0227. Dan nilai F tabelnya sebesar 2,46. F hitung  $3,4342 > F$  tabel 2,46 dengan tingkat signifikansi  $0,0001 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima ini berarti variabel bebasnya yaitu *Likiuditas*, *Leverage*, *Aktivitas*, Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *Return on Assets*

2) *Return on Equity (ROE)*

Hasil uji f pada tabel 4.13 diketahui nilai F hitung sebesar 24,6954 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dan nilai F tabelnya sebesar 2,46. F hitung  $24,6954 > F$  tabel 2,46 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima ini berarti variabel bebasnya yaitu *Likiuditas*, *Leverage*, *Aktivitas* dan Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *Return on Equity*