

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, PEMBAHASAN.

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum Perusahaan

Nama : PT. Unilever Indonesia, tbk

Kode : UNVR

Alamat Kantor : Graha Unilever Jl.Jend. Gatot Subroto Kav.15
Jakarta

Alamat E-mail : unvr.indonesia@unilever.com

Telepon : 021-526-21-12

Fax : 021-5264020

NPWP : 01.001.701.0-092.000

Situs : www.unilever.com

Tanggal Pencatatan : 11 Januari 1982

Papan : Utama

Bidang Usaha Utama : Industri Cosmetik

Sektor : Consumer Goods Industry

Sub Sektor : Foods & Refresment, Home Care, Peronal Care,
brand Bertujuan Mulia.

Biro Adm. Efek : PT Sharestar Indonesia

2. Sejarah Perusahaan Unilever

Unilever Indonesia pertama kali didirikan pada 5 Desember 1933 dengan nama “Lever’s Zeepfabrieken N.V.” yang bertempat di daerah Angke, Jakarta utara. Akta ini disetujui oleh Jenderal Geoual van Nederlandsch-Indie berdasarkan surat No. 14 pada 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada 22 Desember 1933 dan diterbitkan dalam Javasche Courant pada 9 Januari 1934. Tambahan No 3.¹

Pada Juli 1980, perusahaan mengalami pergantian nama menjadi PT Unilever Indoneisa dengan akta yang sudah tercatat di notaris Ny. Kartini Muljadi SH. Perubahan juga terjadi lagi pada 30 Juni 1997 menjadi Pt unilever Inodnesia tbk” dengan akta No. 92 notaris publik Bp. Mudofir Hadi SH. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan surat keputusan No.C2-1.049HT.01.04 TH.98 tanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998, Tambahan No. 39.²

Tabel 3.1

Tahun Bersejarah PT. Unilever Indonesia, tbk

No	Peristiwa	Tahun
1	Unilever indonesia pertama kali didirikan dengan nama Lever’s Zeepfabrieken N.V di daerah Angke, Jakarta Utara	1933
2	Sabun mandi lux dan margarin Blue Band sudah mulai dipasarkan di Indonesia	1936
3	Unilever Indonesia sudah menjadi perusahaan yang terbuka dan menerbitkan saham sebesar 15% di BEI	1982
4	Mengakuisisi perusahaan Sari Wangi dan mulai membuka cabang usaha di bidang makanan serta membuat pabrik Personal Care di Rungkut Surabaya	1990

¹“Sejarah UNVR,” Siapa Kami, Unilever Indonesia, diakses 01 Maret 2021 <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-history/>

² “Sejarah UNVR,”

5	Pabrik Es krim Wall's di buka di cikarang dan muncul brand es krim terkenal seperti cornetto dan paddle pop	1992
6	Mengakuisisi perusahaan kecap bango	2000
7	Memindahkan pabrik rambut dari rungkut ke cikarang. Dan merek knorr diakuisisi dari unilever Overseas Holding Ltd dan menggabungkannya dengan Unilever Indonesia.	2004
8	Membangun pabrik skin care terbesar se-asia dan terletak di cikarang. Mulai memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi brand buavita dan gogo.. Sap sudah Diimplementasikan ke seluruh Perusahaan Unilever Indonesia.	2008
9	Dengan memperingti 80 tahun Perusahaan unilever berjalan maka meluncurkan Project sunlight untuk menginspirasi masyarakat untuk menciptakan masa depan yang lebih cerah bagi masa mendatang.	2013
10	Meluncurkan produk bitobe untuk indoensia sebagai wujud komitmen jangka panjang barang lifebuoy untuk menjaga dan memelihara kesehatan masyarakat	2014
11	Membuka pabrik ke-9 dari unilever seluas 6 hektar yang terletak di cikarang, yang bias memproduksi 7 juta unit bumbu masak dan kecap setiap tahunnya	2015
12	Memindahkan kantor pusat ke gedung baru seluas 3 hektar di BSD City Tangerang. Kantor baru ini ditempati oleh 1.200 karyawan dan diresmikan pada tahun 2017	2016
13	Meluncurkan kategori bari saos sambal dengan mempersembahkan saus sambal jawara dan meluncurkan brand perawan tubuh baru korea glow.	2018

Sumber : <https://www.unilever.co.id/about/who-we-are/our-history/>

Perusahaan unilever Indonesia sudah menemani masyarakat indoneisa kurang lebih 85 tahun. Dengan adanya perusahaan ini kebutuhan sehari hari msyarakat dapat terpenuhi dari berbagai macam bahan pangan maupun kebutuhan kulit dan bias mengatasi kemiskinan yang berada di Indonesia dengan memebrikan pengaruh yang baik bagi pertumbuhan ekonomi yang terjadi di indonesia.

Tabel 3.2
Pencatatan Harga Saham

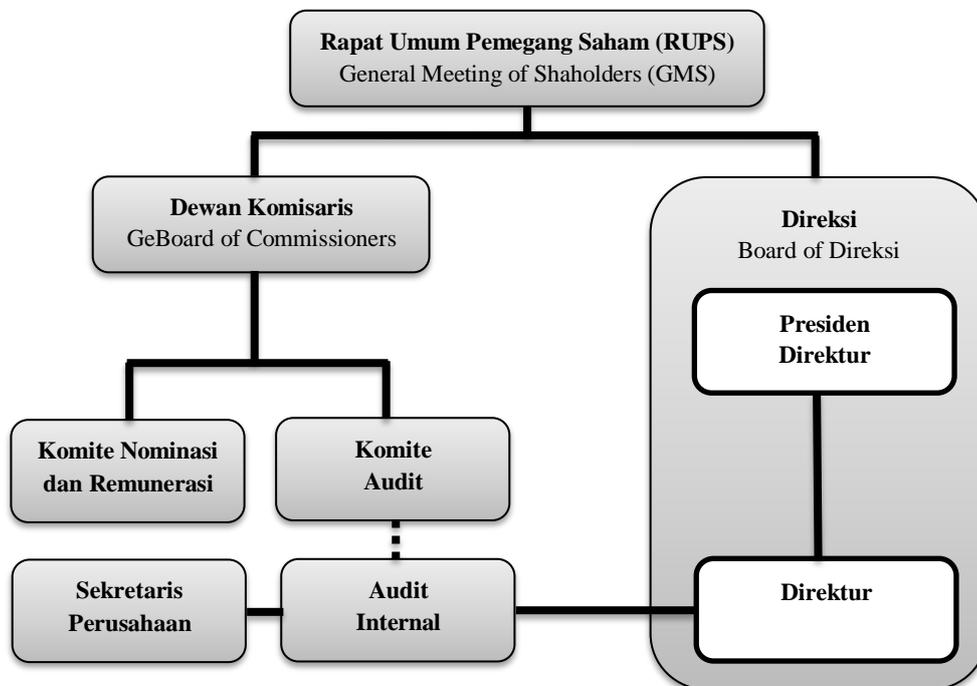
Jenis Pencatatan	Saham	Tgl Pencatatan
Saham Perdana @ Rp3.175,-	9.200.000	11-Jan-1982
Saham Bonus (Bonus Shares)	1.533.334	15-Des-1989
Saham Bonus (Bonus Shares)	717.891	22-Sep-1993
Pencatatan Saham Pendiri	64.848.775	02-Jan-1993
Pemecahan Saham (Stock Split) 1 : 10	686.700.000	06-Nop-2000
Pemecahan Saham (Stock Split) 1 : 10	6.867.000.000	09-Sep-2003

Sumber : <https://pintarsaham.id/profil-perusahaan-unilever-indonesia-unvr/>

3. Profil Prusahaan Unilever

a. Struktur Organisasi Perusahaan Unilever, tbk

Gambar 3.1
Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia, tbk



Sumber : <https://www.unilever.co.id/investor-relations/struktur-tatakelola/struktur-organisasi.html>

b. Visi, Misi dan Nilai PT. Unilever Indonesia, Tbk.

1) Visi : untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

2) Misi :

a) Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap harinya.

b) Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik baik mereka dan orang lain.

c) Kami menginspirasi masyarakat Indonesia untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bias mewujudkan perubahan besar bagi dunia.

d) Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kamu tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan dan meningkatkan dampak sosial masyarakat.

3) Nilai-nilai :

a) Integritas

Kami berkomitmen terhadap integritas karena hal itu membangun reputasi kami, karena itu kami tidak pernah mengenal kompromi, integritas menentukan bagaimana kamu berperilaku, dimana pun kami berada. Integritas memandu kami melakukan tindakan yang benar untuk keberhasilan jangka panjang Unilever.

b) Respek

Kami berkomitmen untuk saling menghormati karena setiap orang harus diperlakukan secara hormat, jujur dan adil kami menghargai keberagaman dan kami menghormati orang atas dasar siapa mereka dan apa yang mereka lakukan.

c) Tanggung Jawab

Kami berkomitmen terhadap tanggung jawab karena kami ingin menjaga konsumen, lingkungan dan masyarakat dimana kami beroperasi. Kami mengemban tanggung jawab tersebut secara pribadi dan senantiasa melaksanakan apa yang kami katakan.

d) Semangat kepoloporan

Kami berkomitmen untuk menjalankan semangat kepoloporan karena hal itulah yang awalnya membuat bisnis kami ada, dan hal itulah yang sampai saat ini masih menjadi penggerak kami untuk terus tumbuh. Semangat ini memberikan kami gairah untuk menang dan untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Artinya, kami senantiasa siap untuk mengambil resiko secara cerdas.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik Pada penelitian Ini terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi dan Uji Heteroskedastisitas. Uji Asumsi Klasik dilakukan sebagai syarat agar penelitian ini dapat melakukan analisis regresi linear berganda secara akurat.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk penelitian ini menggunakan model kolmogrov smirnov yang merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji Normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residul berdistribusi Normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi Normal. Dasar pengambilan keputusan Uji Normalitas kolmogrov smirnov adalah jika nilai signifikan $> 0,05$ maka nilai residul berdistribusi normal, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka nilai residul tidak berdistribusi normal. Berikut *Output* dari Uji Normalitas dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

1) Kolmogrov Smirnov

Tabel 4.1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06242153
Most Extreme Differences	Absolute	,136
	Positive	,136
	Negative	-,109
Test Statistic		,136
Asymp. Sig. (2-tailed)		,026 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

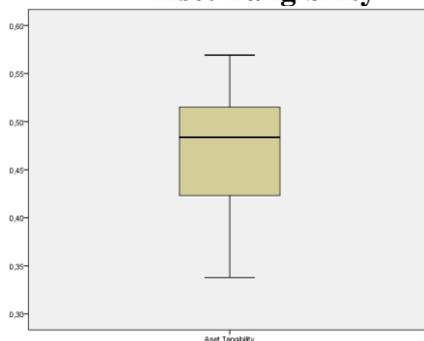
Sumber : *Output* SPSS 24, 2021

Berdasarkan Uji Normalitas Model Kolmogorov-Smirnov Test pada Tabel 4.1 di atas, telah terlihat Nilai Signifikan dari Nilai Residual $0,026 < 0,05$. Maka

dapat di putuskan bahwa Hasil Pengujian Statistik Normalitas ini menunjukkan bahwa nilai residual dari Variabel penelitian ini tidak berdistribusi Normal.

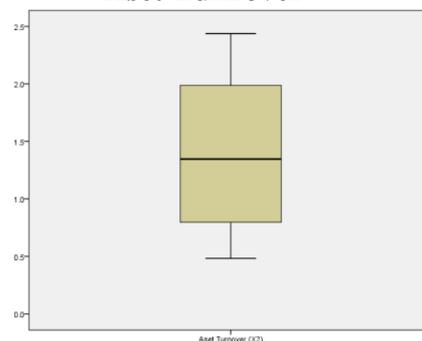
Pada hasil penjelasan hasil Uji Normalitas di Tabel 4.1 diketahui bahwa model regresi yang baik tidak terpenuhi dengan alasan nilai signifikannya (sig) lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu peneliti memutuskan dengan membuang *Outlier* (Memiliki nilai ekstrem) pada sampel dengan cara melakukannya di menu *Analyze – Descriptive Statistics – Explore*. Kemudian kita masukkan variabel yang dinyatakan tidak normal ke kotak *Dependen List* lalu menu *Statistics* dan centang bagian *Outliers*, jika sudah klik *Continue* dan *OK*. Maka akan muncul gambar seperti berikut :

Gambar 4.1
Aset Tangibility



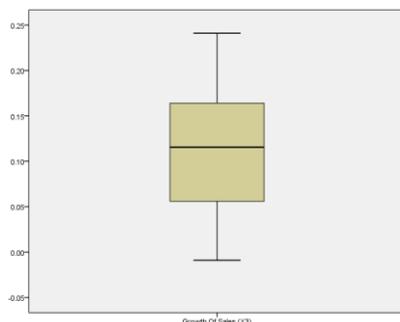
Sumber : Output SPSS 24, 2021

Gambar 4.2
Aset Turnover



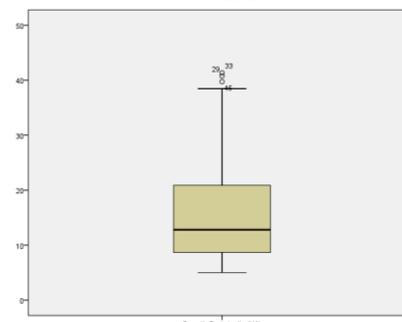
Sumber : Output SPSS 24, 2021

Gambar 4.3
Growth of Sales



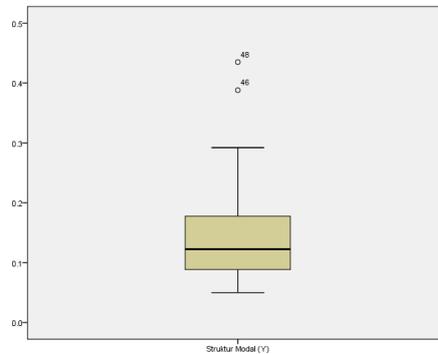
Sumber : Output SPSS 24, 2021

Gambar 4.4
Growth Opportunity



Sumber : Output SPSS 24, 2021

Gambar 4.5
Struktur Modal



Sumber : Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pada variabel Growth Opportunity di sampel nomer 29, 33 dan 45. Sedangkan di Variabel struktur Modal Juga terletak data Outlers di sampel nomer 46 dan 48, maka dari itu sampel yang sudah diketahui memiliki data outlers harus dihapus dari sampel sehingga yang awalnya sampel berjumlah 48 menjadi 43.

Dengan di buangnya data Outlers maka bisa dilakukannya Uji Normalitas lagi dengan Model Kolmogorov-Smirnov yang akan menghasilkan Output seperti di bawah ini :

Tabel 4.2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,0081018
	Std. Deviation	,04874605
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,067
	Negative	-,085
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

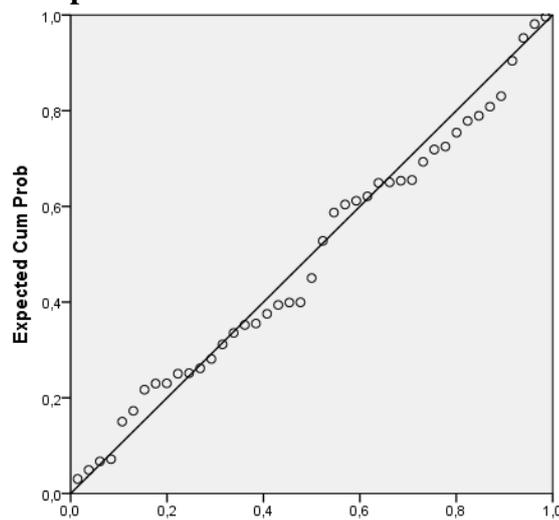
Sumber : Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Uji Normalitas Model Kolmogorov-Smirnov Test pada Tabel 4.2 di atas, telah terlihat Nilai Signifikan dari Nilai Residual $0,200 > 0,05$. Maka dapat di putuskan bahwa Hasil Pengujian Statistik Normalitas ini menunjukkan bahwa nilai residual dari Variabel penelitian ini berdistribusi Normal.

2) Probability Plot

Uji Normalitas model ini biasa di sebut dengan Model P Plot dengan SPSS. Sama seperti sebelumnya Pengujian dalam Model ini menguji Nilai Residual Apakah Berdistribusi Normal atau Tidak, tapi yang membedakan Model Ini dalam Pengujiannya berfokus pada Model Regresi bersdistribusi Normal atau Tidak. Dasar pengambilan Keputusan dalam Model Ini adalah data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal jika data atau titik-titik tidak menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti arah diagonal. Berikut *Output* pada Uji Normalitas *Probability Plot* pada tabel di bawah ini :

Gambar 4.6
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable : Struktur Modal



Sumber : Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Dari Tabel hasil *Output Uji Normalitas Probability Plot* di atas. Dapat di simpulkan bahwa data atau titik-titik pada gambar di atas menyebar dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat putuskan bahwa Nilai residual pada Model Regresi ini berdistribusi Normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah bagian dari uji Asumsi Klasik dalam analisis regresi linear berganda. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi Interkolerasi (Hubungan yang kuat) antar variabel Independent. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independent (tidak terjadi gejala Multikolinearitas). Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan metode tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) . Dasar pengambilan keputusan metode ini adalah jika nilai tolerance Lebih besar dari $> 0,10$ maka tidak terjadi

Multikolinearitas, dan apabila nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas.

Tabel 4.3
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,028	,080		,355	,725		
	Aset Tangibility	,205	,195	,235	1,051	,300	,317	3,159
	Aset Turnover	,016	,027	,184	,597	,554	,167	5,974
	Growth of Sales	-,315	,148	-,353	-2,128	,040	,578	1,731
	Growth Opportunity	,002	,002	,231	,800	,429	,190	5,255

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber : Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Pengujian Multikolinearitas pada Tabel di atas, telah diperlihatkan nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) dari setiap Variabel Bebas kurang dari 10 dari masing-masing variabel dan juga diperlihatkan Nilai Tolerance lebih besar dari 0,10. Hasil pengujian statistik multikolinearitas ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak mengalami gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan bagian dari Uji Asumsi Klasik yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi atau hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Pengertian sederhananya adalah penelitian ini ada tidaknya korelasi dengan penelitian sebelumnya. Pada Uji Autokorelasi penelitian menggunakan

model Durbin Watson (d). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson adalah apabila nilai d (Durbin Watson) $> d_u$ maka tidak terdapat autokorelasi positif atau jika $(4 - d) > d_u$ maka tidak terdapat gejala autokorelasi negatif.

Tabel 4.4
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,630 ^a	,397	,334	,0467767921	1,632
a. Predictors: (Constant), Growth Opportunity, Aset Tangibility, Growth of Sales, Aset Turnover					
b. Dependent Variable: Struktur Modal					

Sumber : Output SPSS 24, 2021

Dari Tabel 4.4 di atas diketahui bahwa nilai dari Model Durbin-Watson adalah 1,632. Jika di interpretasikan kedalam rumus dan juga di sesuaikan dengan tabel durbin Watson maka dapat di simpulkan bahwa tidak terdapat gejala Autokorelasi Negatif, karena nilai $(4 - d)$ lebih besar dari Nilai d_u , $2,368 > 1,7200$.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heretoskedastisitrans merupakan bagian dari Uji Asumsi Klasik dalam model Regresi. Uji Ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model ini juga menjadi faktor yang menyebabkan model regresi linier tidak efisien dan akurat. Salah satu cara yag paling akurat untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan Uji Gletser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas jika nilai sig antara variabel independent dengan absolut

residual > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berikut *Output* dari Uji Gletser yang akan di paparkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.5
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,044	,043		1,021	,314
	Aset Tangibility	,177	,104	,430	1,707	,096
	Aset Turnover	-,029	,015	-,686	-1,916	,063
	Growth of Sales	-,112	,079	-,269	-1,423	,163
	Growth Opportunity	-,002	,001	-,740	-2,178	,036

a. Dependent Variable: RES2

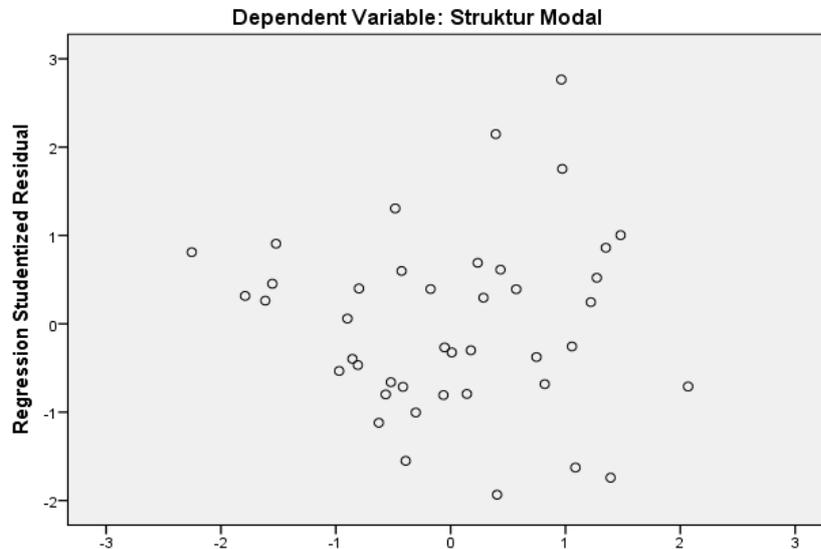
Sumber : *Output* SPSS 24, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dari hasil *Output* uji Gletser di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan (sig) dari *Aset Tangibility* adalah 0,096, *Aset Turnover* memperoleh Nilai 0,063, sedangkan *Growth of sales* nilainya 0,163 dan *Growth opportunity* memperoleh nilai 0,036. Dapat di simpulkan bahwa variabel *Growth opportunity* gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai sig < 0,05 sedangkan variabel *Aset Tangibility*, *Aset Turnover* dan *Growth of sales* tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai sig > 0,05.

Pada penjelasan Uji gletser dengan *Output* Tabel 4.5 di atas di ketahui bahwa penelitian ini tidak memenuhi syarat dalam model regresi yang baik dengan alasan pada variabel *Growth opportunity* nilai Signifikannya lebih kecil dari 0,05. maka peneliti melakukan alternatif lain dengan cara menggunakan metode *Scatter Plot* yang diketahui pada tabel di bawah ini :

Gambar 4.7

Scatterplot



Sumber : Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Gambar 4.6 di atas diketahui bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan penyebaran titik-titik tersebut tidak membentuk pola melebar dan menyempit sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan metode scatterplot ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Model Regresi

Tabel 4.6
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,030	,082		,365	,717
	Aset Tangibility	,206	,198	,233	1,043	,304
	Aset Turnover	,015	,028	,173	,542	,591
	Growth of Sales	-,313	,150	-,351	-2,805	,044
	Growth Opportunity	,002	,002	,227	,751	,458

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber : Output SPSS 24, 2021

Melihat pada hasil *Output* dari Model Regresi di atas jika dilihat dari *Standardized Coefficients beta* maka dapat diperoleh interpretasi dari persamaan Struktural antara variabel *Aset Tangibility*, *Aset Turnover*, *Growth of Sales*, *Growth Opportunity* terhadap Struktur Modal sebagai berikut :

$$\text{Struktur Modal} = a + 0,233\text{Aset Tangibility} + 0,173\text{Aset Turnover} + -0,351\text{Growth of Sales} + 0,227\text{Growth Opportunity} + e$$

- 1) *Aset Tangibility* (b_1) memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,233 yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan *Aset Tangibility* sebesar 1%, maka Struktur Modal akan meningkat juga sebesar 0,233 atau 23,3% dengan asumsi variabel yang lebih konstan.
- 2) *Aset Turnover* (b_2) memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,173 yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan *Aset Turnover* sebesar 1% maka struktur Modal akan meningkat juga sebesar 0,173 atau 17,3% dengan asumsi variabel yang lebih konstan.
- 3) *Growth of Sales* (b_3) memiliki koefisien regresi bertanda negatif sebesar 0,351 yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan *Growth of Sales* sebesar 1% maka struktur Modal akan Mengalami penurunan sebesar 0,351 atau 35,1% dengan asumsi variabel yang lebih konstan.
- 4) *Growth Opportunity* (b_4) memiliki koefisien regresi bertanda positif Sebesar 0,227 yang dapat diartikan bahwa setiap kenaikan

Growth Opportunity sebesar 1% maka struktur Modal akan Mengalami kenaikan juga sebesar 0,227 atau 22,7% dengan asumsi variabel yang lebih konstan.

5) *Error (e)* Dapat di interpretasikan dengan rumus $e =$

$$\sqrt{(1-0,380)} = 0,787$$

b. Uji T (Parsial)

Uji T merupakan bagian dari analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk melihat ada tidaknya pengaruh secara Parsial atau secara individual yang diberikan Variabel bebas kepada variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam Uji T adalah jika nilai Signifikan (Sig) < 0,05, atau $T_{hitung} > T_{Tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, sedangkan jika nilai Signifikan (Sig) > 0,05, atau $T_{hitung} < T_{Tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh secara parcial variable bebas kepada variabel terikat. Berikut Hasil *Output* Analisis Regresi Linear Berganda pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,030	,082		,365	,717
	Aset Tangibility	,206	,198	,233	1,043	,304
	Aset Turnover	,015	,028	,173	,542	,591
	Growth of Sales	-,313	,150	-,351	-2,805	,044
	Growth Opportunity	,002	,002	,227	,751	,458

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber : *Output* SPSS 24, 2021

1) Interpretasi Uji T *Aset Tangibility*

Hasil dari perhitungan Tabel 4.7, dapat diketahui bahwa nilai t_{Hitung} pada variabel *Aset Tangibility* 1.043. dan nilai signifikannya (sig) 0,304. Sedangkan nilai t_{Tabel} dari rumus $t(a/2 : n - k - 1)$ dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ di peroleh 2.3337 (hasil perhitungan). dengan demikian $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ atau $1.043 < 2,3337$ dan nilai Sig $0,304 > 0,05$. maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas *Aset Tangibility* tidak Berpengaruh secara parcial terhadap *Struktur Modal*.

2) Interpretasi Uji T *Aset Turnover*

Hasil dari perhitungan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t_{Hitung} pada variabel *Aset Turnover* 0,542 dan nilai signifikannya (sig) 0,591. Sedangkan nilai t_{Tabel} dari rumus $t(a/2 : n - k - 1)$ dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ di peroleh 2,3337 (hasil perhitungan). Dengan demikian $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ atau $0,542 < 2,3363$ dan nilai Sig $0,591 > 0,05$. maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas *Aset Turnover* tidak terdapat pengaruh secara parcial terhadap *Struktur Modal*.

3) Interpretasi Uji T *Growth of Sales*

Hasil dari perhitungan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t_{Hitung} pada variabel *Growth of Sales* 2,085 dan nilai signifikannya (sig) 0,044. Sedangkan nilai t_{Tabel} dari rumus $t(a/2 : n - k - 1)$ dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ di peroleh

2,3337 (hasil perhitungan). Dengan demikian $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ atau $2,805 > 2,3337$ dan nilai Sig $0,044 < 0,05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas *Growth of Sales* terdapat pengaruh secara parcial terhadap *Struktur Modal*.

4) Interpretasi Uji T *Growth Opportunity*

Hasil dari perhitungan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t_{Hitung} pada variabel *Growth Opportunity* 0,751 dan nilai signifikannya (sig) 0,458. Sedangkan nilai t_{Tabel} dari rumus $t(a/2 : n - k - 1)$ dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ di peroleh 2,3337 (hasil perhitungan). Dengan demikian $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ atau $0,751 < 2,3337$ dan nilai Sig $0,458 > 0,05$. maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas *Growth Opportunity* tidak terdapat pengaruh secara parcial terhadap *Struktur Modal*.

c. Uji F (Simultan)

Uji f atau Simultan digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama (simultan) terhadap variabel terikat. Sehingga dapat diketahui dalam model penelitian ini dalam persamaannya layak atau tidak. Dasar pengambilan keputusan jika nilai sig $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersamaan terhadap variabel terikat, dan apabila nilai sig $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan atau secara bersamaan terhadap variabel terikat. Berikut hasil Output Uji f atau simultan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.8
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,051	4	,013	5,662	,001 ^b
	Residual	,083	37	,002		
	Total	,134	41			
a. Dependent Variable: Struktur Modal						
b. Predictors: (Constant), Growth Opportunity, Aset Tangibility, Growth of Sales, Aset Turnover						

Sumber : Output SPSS 24, 2021

Dari hasil perhitungan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa f_{hitung} 5,662 dan f_{Tabel} dengan rumus $f(k : n-k)$ menghasilkan $f(4 : 39)$ maka diketahui f_{tabel} 2,610 dan juga diketahui nilai sig 0,001. Dengan demikian $f_{hitung} > f_{Tabel}$ atau $5,662 > 2,610$ dan nilai Sig $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti semua variabel bebas *Aset Tangibility*, *Aset Turnover*, *Growth of Sales* dan *Growth Opportunity* terdapat pengaruh secara bersamaan (Simultan) terhadap *Struktur Modal*.

d. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi merupakan bagian dari Uji Hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Berikut Hasil *Output* Uji Koefisien Determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.9
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,616 ^a	,380	,313	,0473935141

a. Predictors: (Constant), Growth Opportunity, Aset Tangibility, Growth of Sales, Aset Turnover

Sumber : Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas diketahui bahwa nilai R^2 diketahui sebesar 0,380. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel *Aset Tangibility*, *Aset Turnover*, *Growth of Sales*, *Growth Opportunity* secara simultan terhadap variabel terikat yaitu *Struktur Modal* adalah sebesar 38% kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Berarti terdapat 62% varians variabel yang dijelaskan oleh faktor lain.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Aset Tangibility* terhadap *Struktur Modal*

Pada Hipotesis Pertama Disimpulkan “*Aset Tangibility* Berperngaruh Positif terhadap Struktur Modal Perusahaan Unilever Indonesia Periode 2008-2019” atau bisa dikatakan Variabel *Aset Tangibility* secara parsial terdapat Pengaruh terhadap *Struktur Modal*. dalam uji statistik di atas dapat diketahui bahwa $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ atau $1,043 < 2,3337$ dan nilai Sig $0,304 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel *Aset Tangibility* Secara Parsial tidak terdapat pengaruh terhadap struktur Modal dengan nilai *Coefisiens Beta* Sebesar 0,233 untuk pengaruh langsungnya.

Hal ini di sebabkan karena jenis aset perusahaan yang dapat menjadi jaminan untuk pinjaman, maka aset tetap yang dimiliki oleg perusahaan bukan merupakan aset multiguna yang tidak begitu baik untuk menjadi jaminan kepada pihak kreditur. Maka dari itu kreditur lebih memilih opsi lain atau perjanjian

lainnya sebagai acuan dalam memebrikan kredit kepada perusahaan Unilever Indonesia seperti Saham, Sertifikat kepemilikan, Akta Cash, Persediaan, Piutang, Mesin, Peralatan, Penerimaan, rekening Bank, Deposito dan Kontrak Jual Beli.

Hasil penelitian Ini sejalan dengan Penelitian Bonifasius Tommy Kurniawan Admaja dengan judul penelitian “pengaruh *Profitability, Tangibility, Growth Opportunity, Corporate Tax, Non-Debt Tax Shield, dan Inflation Rate* terhadap *Struktur Modal* pada perusahaan manufaktur (Penelitian pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2006 - 2009)” yang mendapat hasil pengujian statistik dengan mendapat nilai Sig 0,313 > 0,05 yang berarti *Tangibility* tidak berpengaruh terhadap *Struktur Modal*.

2. Pengaruh *Aset Turnover* terhadap *Struktur Modal*

Dilihat dari Hipotesis Kedua dalam penelitian ini adalah “*Aset Turnover* Berperngaruh Positif terhadap *Struktur Modal* Perusahaan Unilever Indonesia Periode 2008-2019” ada dapat diartikan bahwa *Aset Turnover* Memiliki pengaruh terhadap *Struktur Modal*. di lihat dari Uji statistik di atas dapat diketahui bahwa $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ atau $0,542 < 2,3337$ dan nilai Sig $0,591 > 0,05$. Dengan Uji tersebut dapat diputuskan bahwa *Aset Turnover* secara parcial tidak terdapat pengaruh terhadap *Struktur Modal* dengan nilai *Coefisiens Beta* Sebesar 0,173 untuk pengaruh langsungnya.

Rendahnya nilai Variabel *Aset Turnover* memberikan informasi kalau perusahaan Unilever Kurang efektif dalam kinerjanya karena rendahnya pengelolaan aset-aset yang dimilikinya, biasanya dengan pengelolaan *Aset*

Turnover yang tetap memberikan pengaruh besar dalam kinerja suatu perusahaan, penelitian ini sama dengan Saraswati dengan judul “pengaruh pertumbuhan penjualan, *Tangibility*, *Asset Turnover* Dan *Profitabilitas* terhadap struktur modal perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016”. Yang mendapatkan Uji Statistik dengan Nilai sig $0,804 > 0,05$ yang berarti *Aset Turnover* tidak terdapat pengaruh terhadap *Struktur Modal*.

3. Pengaruh *Growth of Sales* terhadap *Struktur Modal*

Hipotesis Ketiga dalam Penelitian Ini adalah “*Growth Of Sales* Berpengaruh Negatif terhadap *Sruktur Modal* Perusahaan Unilever Indonesia Periode 2008-2019”. Dalam Uji Statistik penelitian mendapatkan $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ atau $2,805 < 2,3337$ dan nilai Sig $0,044 < 0,05$. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa *Growth of Sales* terdapat pengaruh negatif Signifikan terhadap *Struktur Modal* dengan nilai *Coefisiens Beta* Sebesar $-0,351$ untuk pengaruh langsungnya.

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi sangat memungkinkan mengalami kekurangan pendanaan kegiatan investasi dan operasi perusahaan. Dijelaskan dalam *Pecking Order Theory* bahwa ketika dana yang bersumber dari internal perusahaan yang tidak mencukupi untuk membiayai investasi, maka perusahaan memelurkan dana dari pihak luar, maka perusahaan akan cenderung memilih menggunakan hutang terlebih dahulu dibandingkan menerbitkan saham baru. Namun dengan begini akan tidak optimal di keputusan struktur modal karena perusahaan lebih utama menggunakan hutang sehingga tidak seimbang penggunaan modal sendiri dan modal asingnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryan Dwi Putranto dengan Judul Penelitian “*Pengaruh Struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan, Return of Asset dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal perusahaan sektor manufaktur*” yang mendapatkan nilai sig $0,000 < 0,05$ yang berarti *Pertumbuhan Penjualan* terdapat pengaruh terhadap *Struktur Modal*.

4. Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap *Struktur Modal*

Pada Hipotesis keempat penelitian ini adalah “*Growth Opportunity Berpengaruh Positif terhadap Struktur Modal Perusahaan Unilever Indonesia Periode 2008-2019*”. Namun dalam Uji Statistik SPSS diketahui bahwa Dengan demikian $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ atau $0,751 < 2,3337$ dan nilai Sig $0,458 > 0,05$ yang berarti *Growth Opportunity* secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap *Struktur Modal* perusahaan Unilever Indonesia *Coefisiens Beta* Sebesar $0,227$ untuk pengaruh langsungnya.

Pertumbuhan aset yang tidak diikuti oleh peningkatan laba maka tidak akan berdampak terhadap Struktur Modal Perusahaan. Kondisi seperti ini menunjukkan bahwa perusahaan pada aset yang tinggi cenderung memanfaatkan aset tersebut untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan, terjadinya peningkatan aset tyang diikuti peningkatan hasil operasional akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan. Dengan kepercayaan tersebut maka proporsi hutang akan semakin lebih besar dari pada modal sendiri. Hal ini menjukkan bahwa kesempatan tumbuhnya perusahaan di masa depan tidak berpengaruh terhadap struktur modal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imamuddin afiyan (2018) dengan judul “Pengaruh *Struktur Aktiva, Growth Opportunity, Risiko* dan *Umur Perusahaan* terhadap *Struktur Modal* Bank Syariah (periode tahun 2012-2016)”. Diketahui nilai signifikannya dari penelitian ini adalah $\text{sig } 0,8761 > 0,05$ sehingga dapat diartikan *Growth Opportunity* tidak terdapat pengaruh terhadap *Struktur Modal*.

5. Pengaruh *Aset Tangibility, Aset Turnover, Growth of Sales dan Growth Opportunity* Terhadap *Struktur Modal*

Pada Hipotesis Kelima penelitian ini adalah “*Aset Tangibility, Asset Turnover, Growth Of Sales dan Growth Opportunity* Berpengaruh secara simultan terhadap *Struktur Modal* pada perusahaan Unilever Indonesia Periode 2008-2019”. Dalam Uji Statistik SPSS diketahui bahwa $f_{\text{tabel}} 2,610$ dan juga diketahui nilai $\text{sig } 0,001$. Dengan demikian $f_{\text{Hitung}} > f_{\text{Tabel}}$ atau $5,662 > 2,610$ dan nilai $\text{Sig } 0,001 < 0,05$. Sehingga mendapat keputusan bahwa *Aset Tangibility, Asset Turnover, Growth Of Sales dan Growth Opportunity* Berpengaruh secara simultan terhadap *Struktur Modal*. Dalam Uji Koefisien Determinasi (R^2) mendapat nilai sebesar 0,380.

Nilai ini menunjukkan *Struktur Modal* yang terjadi pada perusahaan Unilever Indonesia di pengaruhi sebesar 38% oleh variabel *Aset Tangibility, Asset Turnover, Growth Of Sales dan Growth Opportunity* sedangkan sisanya sebesar 62% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dijelaskan di penelitian ini namun dijelaskan di penelitian lain seperti *Credit Rating, Profitability, Short-term Investment, Long-term Investment, Likuiditas dan Non-Debt Tax Shield*