

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengukur tingkat hubungan atau pengaruh dari variabel-variabel yang terdapat dalam populasi. Dengan strategi ini dapat diketahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen (*Gross Profit Margin, Net Profit Margin dan Corporate Social Responcibility*) terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan).

#### **3.2 Populasi Dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiono (2017) “Populasi adalah generalisasi dari objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Dilihat dari pengumpulan data penelitian, penelitian ini menggunakan metode *time series* didalam memperoleh data. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan – perusahaan BUMN dari semua sektor yang ada di BEI tahun 2017 – 2019 sebanyak 44 perusahaan.

##### **3.2.2 Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013), sampel merupakan sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak semua anggota dari sampel mempunyai kesempatan untuk dipilih sebagai anggota dari sampel. Cara pengambilan sampel penelitian dengan metode *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019
2. Perusahaan pertambangan yang mengalami kerugian selama periode pengamatan tahun 2017-2019
3. Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahun 2017-2019
4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan tahun 2017-2019

Berdasarkan kriteria di atas, maka dapat di hitung jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria, sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Perusahaan Yang Memenuhi Kriteria**

<b>No</b>	<b>kriteria</b>	<b>Jumlah perusahaan</b>
1	Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019	44
2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahun 2017-2019	(3)
3	Perusahaan pertambangan yang mengalami kerugian selama periode pengamatan tahun 2017-2019	(22)
	<b>JUMLAH SAMPEL PERUSAHAAN</b>	19
	<b>TAHUN PENELITIAN</b>	3
	<b>JUMLAH SAMPEL PERUSAHAAN SELAMA TAHUN PENELITIAN</b>	57

Sumber: Diolah oleh peneliti

Setelah melakukan *purposive sampling method* kepada sampel penelitian, maka berikut adalah nama-nama perusahaan yang akan dipakai dalam penelitian ini:

**Tabel 3.2 Sampel Penelitian Nama Perusahaan**

No	Nama Perusahaan	Kode
1	Adaro Energy Tbk	ADRO
2	Borneo Olah Sarana Sukses Tbk.	BOSS
3	Baramulti Suksessarana Tbk	BSSR
4	Bayan Resources Tbk	BYAN
5	Darma Henwa Tbk	DEWA
6	Delta Dunia Propertindo Tbk	DOID
7	Golden Energy Mines Tbk	GEMS
8	Harum Energy Tbk	HRUM
9	Resource Alam Indonesia Tbk	KKGI
10	Mitrabara Adiperdana Tbk	MBAP
11	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk	PTBA
12	Petrosea Tbk	PTRO
13	Toba Bara Sejahtra Tbk	TOBA
14	Elnusa Tbk	ELSA
15	Radiant Utama Interinsco Tbk	RUIS
16	Aneka Tambang (Persero) Tbk	ANTM
17	Merdeka Copper Gold Tbk	MDKA
18	J Resources Asia Pasific Tbk	PSAB
19	Kapuas Prima Coal Tbk	ZINC

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### **3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Data**

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2017) pengertian data sekunder adalah : “Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang atau dokumen”. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, laporan historis yang telah tersusun dalam laporan keuangan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan pertambangan subsektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019. Data tersebut diperoleh di situs resmi internet yaitu BEI, *www.sahamok.com*, dan *www.idx.co.id*

#### **3.3.2 Metoda Pengumpulan Data**

Metoda Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dokumentasi mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti dan melakukan Riset Internet (*Online Research*) untuk memperoleh berbagai data dan informasi tambahan dari situs-situs yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data sekunder, dimana laporan tahunan diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu *www.idx.com*, *www.sahamok.co.id* dan lain sebagainya.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Operasional variabel diperlukan untuk menjabarkan penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Pada penelitian ini yang digunakan dalam operasional variabel adalah sebagai berikut :

#### **a. Variabel Dependen – Terikat (Y)**

Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER) yaitu rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima (Harahap, 2013:311). PER pada penelitian ini merupakan harga saham terhadap laba

per lembar saham pada perusahaan pertambangan sub sektor otomotif dan komponen di BEI tahun 2011-2014.

**b. Variabel Independen – Bebas (X)**

Variabel independen dalam pengukuran nilai perusahaan adalah:

1. Menurut Hery (2015:231), *Gross Profit Margin* ( $X_1$ ) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih.

$$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Total Penjualan}}$$

2. *Operating Profit Margin* ( $X_2$ ) Menurut Harningsih (2012) merupakan rasio antara laba bersih operasi terhadap total penjualan.

$$OPM = \frac{\text{Pendapatan Operasional}}{\text{Total Penjualan}}$$

3. *Net Profit Margin* ( $X_3$ ) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih.

$$NPM = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Total Penjualan}}$$

4. *Corporate Social Responcibility* ( $X_4$ ). Menurut Mardikanto (2014) *Corporate Social Responcibility* adalah kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang disebut sebagai *triple bottom lines*. Konsep ini mengandung makna bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari laba (*profit*), tetapi juga turut mensejahterakan masyarakat (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup (*planet*). Pengungkapan CSR menurut *Global Reporting Initiative* diukur dengan proksi *Corporate Social Responcibility Disclosure Index* (CSRDI). Rumus yang digunakan dalam perhitungan CSRDI adalah :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{T_{nj}}$$

Keterangan :

$CSRDI_j$  = *Corporate Social Responcibility Disclosure Index* Perusahaan

$\sum X_{ij}$  = Jumlah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan

$n_j$  = Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 91$  sehingga  $0 \leq CSRI_j \leq 1$

**Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<p><i>Gross Profit Margin</i> (X<sub>1</sub>)  (GPM)</p>	<p>Menurut Prastowo (2015:86) <i>ratio gross profit margin</i> ini mengukur efisiensi produksi dan penentuan harga jual. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan, dan rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai bagian produksi (Sudana, 2015:26).</p>	$GPM = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Total Penjualan}}$	Rasio
<p><i>Operating Profit Margin</i> (X<sub>2</sub>)  (OPM)</p>	<p>Menurut Sudana (2015:26) rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan, rasio ini menunjukkan efisiensi</p>	$OPM = \frac{\text{Pendapatan Operasional}}{\text{Total Penjualan}}$	Rasio

	bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba		
<i>Net Profit Margin</i> (X <sub>3</sub> )  (NPM)	Rasio ini menunjukkan untuk mengukur margin laba bersih sesudah pajak yang dihasilkan oleh perusahaan  (Harahap:2011)	$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X <sub>4</sub> )  (CSR)	Konsep ini mengandung makna bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari laba ( <i>profit</i> ), tetapi juga turut mensejahterakan masyarakat ( <i>people</i> ) dan menjamin keberlangsungan hidup ( <i>planet</i> ).	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)  (PER)	Rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham  (Harahap: 2013)	$PER = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$	Interval

### 3.5 Metode Analisis Data

Pengolahan data kuantitatif dalam penelitian ini, penulis menggunakan *software* berupa *Ms. Excel 2013* dan *Eviews 10.0* dengan menggunakan analisis data panel. Data panel adalah gabungan data *cross section* dan *time series*. Penelitian ini menggunakan data panel dikarenakan jumlah objek penelitian tiga puluh dan dalam waktu tiga tahun atau dalam periode 2017-2019. Regresi yang digunakan dalam data panel disebut regresi data panel (Widarjono,2013:354).

### 3.5.1 Analisis Regresi Data Panel

Menurut Widarjono (2013:354), persamaan model regresi data panel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon_i \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan:

Y = *Price Earning Ratio* (PER)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$  = Koefisien regresi variabel bebas

X<sub>1</sub> = *Gross Profit Margin* (GPM)

X<sub>2</sub> = *Operating Profit Margin* (OPM)

X<sub>3</sub> = *Net Profit Margin* (NPM)

X<sub>4</sub> = *Pengungkapan Corporate Social Responsibility* (CSR)

$\varepsilon$  = Variabel Pengganggu

i = 19 Perusahaan Sampel

t = Periode observasi 2017-2019

Dalam mengestimasi parameter model dengan data panel, terdapat tiga teknik yang dapat digunakan yaitu *Ordinary Least Square* (OLS) atau *Common Effect*, model *Fixed Effect*, dan model *Random Effect* (Nachrowi dan Usman (2013:311) Adapun penjelasannya seperti berikut:

#### 1. *Ordinary Least Square* (OLS) atau *Common Effect*

Dalam menganalisis regresi dengan data panel dapat menggunakan analisis model *Ordinary Least Square* (OLS) atau disebut model *Common Effect*. Nachrowi dan Usman (2012:311) menjelaskan bahwa teknik ini tidak ubahnya dengan membuat regresi dengan data *cross section* atau *time series*. Menurut Widarjono (2013:355) pendekatan *Common Effect* adalah teknik paling sederhana untuk mengestimasi data panel hanya dengan cara mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Dengan hanya menggabungkan data tersebut tanpa melihat perbedaan antar waktu dan individu maka dapat digunakan metode OLS untuk

mengestimasi model data panel. Kelemahaan model ini adanya ketidaksesuaian dengan keadaan yang sesungguhnya karena waktu dari perusahaan yang berbeda-beda.

Persamaan regresi dengan metode *Ordinary Least Square* dapat ditulis dengan:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat
- $\alpha$  = *Intercept* yang nilainya konstan
- B = Koefisien regresi variabel bebas
- X = Variabel bebas
- $\varepsilon$  = Komponen *error*
- I = Individu yang diteliti
- T = Waktu

## 2. Model *Fixed Effect*

Menurut Nachrowi dan Usman (2012:313) metode efek tetap ialah metode yang memungkinkan adanya perubahan  $\alpha$  pada setiap individu (i) dan waktu (t). Secara matematis model panel data yang menggunakan pendekatan *Fixed Effect* menurut Rosadi (2012:272) adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta X_{it} + c_i + d_t + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat
- $\beta$  = Koefisien regresi variabel independen
- X = Variabel bebas
- $c_i$  = Konstanta yang bergantung kepada unit i, tetapi tidak kepada waktu t
- $d_t$  = Konstanta yang bergantung kepadawaktu t, tapi tidak kepada unit i
- $\varepsilon$  = Komponen *error*
- i = Individu yang diteliti
- t = Waktu

Adanya variabel-variabel yang tidak semuanya masuk dalam persamaan model memungkinkan adanya *intercept* yang tidak konstan atau dengan kata lain, *intercept*-nya ini mungkin berubah untuk setiap individu dan waktu. Pemikiran

inilah yang menjadi dasar pemikiran pembentukan model diatas (Nachrowi dan Usman, 2012:311).

### 3. Model *Random Effect*

Model efek random menggambarkan perbedaan karakteristik individu dan waktu dengan *error* model (Nachrowi dan Usman, 2012:316). Karena ada dua komponen yang mempunyai kontribusi pada pembentukan *error*, yaitu individu dan waktu, maka random *error* pada metode efek random juga perlu diurai menjadi *error* untuk komponen individu, *error* komponen waktu dan *error* gabungan

Persamaan model efek random dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it} \dots\dots\dots(3.4)$$

Dimana:

$$\varepsilon_{it} = u_i + v_t + w_{it} \dots\dots\dots(3.5)$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat
- $\alpha$  = *Intercept* yang nilainya konstan
- $\beta$  = Koefisien regresi variabel bebas
- X = Variabel bebas
- $\varepsilon$  = Komponen *error*
- i = Individu yang diteliti
- t = Waktu
- $\mu_i$  = *Error cross section*
- $v_t$  = *Error time series*
- $w_{it}$  = *Error* gabungan

#### 3.5.2 Pemilihan Teknik Model Estimasi Data Panel

Dalam mengestimasi regresi data panel terdapat tiga model yaitu *Common Effect*, *Fixed Effect*, dan *Random Effect*. Dari ketiga model data panel tersebut akan dipilih model yang sebaiknya digunakan untuk persamaan regresi data panel. Oleh karena itu, digunakanlah tiga uji untuk menentukan model yang paling tepat

Adapun penjelasan dari masing-masing uji regresi dalam pemilihan teknik data panel sebagai berikut:

### 3.5.2.1 *Chow Test (Uji Chow)*

Uji *Chow* digunakan untuk memilih model yang digunakan apakah sebaiknya menggunakan model *Common Effect* atau model *Fixed Effect*. Hipotesis dari uji *chow* adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Model mengikuti *Common Effect*

$H_a$  : Model mengikuti *Fixed Effect*

Adapun dasar dalam mengambil keputusan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ 
  - Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa model yang digunakan penelitian menggunakan *Fixed Effect*.
  - Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa model yang akan digunakan dalam penelitian adalah *Common Effect*.
2. Berdasarkan nilai probabilitas
  - Jika nilai probabilitas (*p-value*)  $< \alpha$  (0.05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa model yang digunakan penelitian menggunakan *Fixed Effect*.
  - Jika nilai probabilitas (*p-value*)  $> \alpha$  (0.05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa model yang akan digunakan dalam penelitian adalah *Common Effect*.

### 3.5.2.2 *Uji Hausman*

Uji *Hausman test* dilakukan untuk memilih model mana yang lebih baik, apakah menggunakan model *Random Effect* atau model *Fixed Effect*. Hipotesis dalam pengujian uji *Hausman* adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Model mengikuti *Random Effect*

$H_a$  : Model mengikuti *Fixed Effect*

Adapun dasar dalam mengambil keputusan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan perbandingan  $Chi-Square_{hitung}$  dengan  $Chi-Square_{tabel}$ 
  - Jika  $Chi-Square_{hitung} > Chi-Square_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa model yang digunakan penelitian menggunakan *Fixed Effect*.

- Jika  $Chi-Square_{hitung} < Chi-Square_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa model yang akan digunakan dalam penelitian adalah *Random Effect*.

2. Berdasarkan nilai probabilitas

- Jika nilai probabilitas ( $p-value$ )  $< alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa model yang digunakan penelitian menggunakan *Fixed Effect*.

Jika nilai probabilitas ( $p-value$ )  $> alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti bahwa model yang akan digunakan dalam penelitian adalah *Random Effect*

### 3.5.2.3 Uji Langrage Multiplier (LM Test)

Uji *Langrage Multiplier* (LM) digunakan untuk mengetahui model mana yang lebih baik, apakah lebih baik diestimasi dengan menggunakan model *Common effect* atau dengan model *Random effect*. Hipotesis yang digunakan dalam uji LM adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Model mengikuti *Common Effect*

$H_a$  : Model mengikuti *Random Effect*

Rumus yang digunakan dalam test ini menurut Chadidjah dan Elfiyan (2009:727) yaitu :

$$LM = \frac{N \times T}{2 \times (T - 1)} \left[ \frac{T^2 \times \bar{e}'\bar{e}}{e'e} - 1 \right]^2$$

Keterangan:

LM = *Lagrange Multiplier test*

N = Jumlah individu

T = Jumlah periode waktu

$e'e$  = Nilai jumlah kuadrat residual metode *Common Effect*

$\bar{e}'\bar{e}$  = Nilai jumlah kuadrat dari rata-rata residual metode *Common Effect*

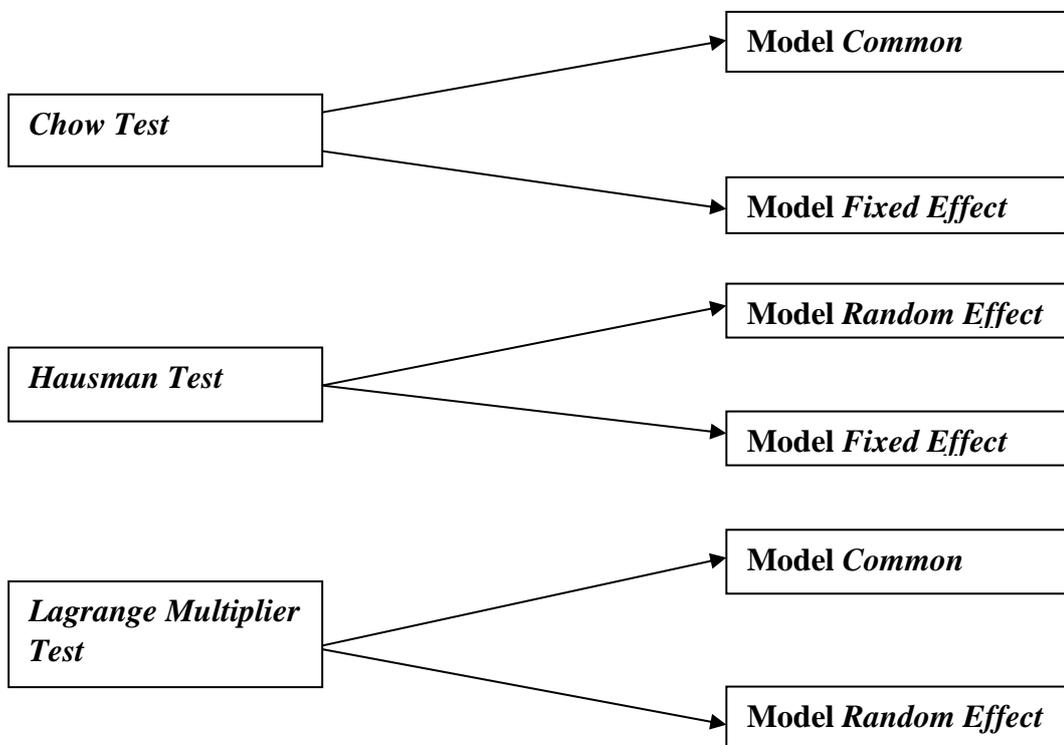
n = Jumlah individu

T = Jumlah periode waktu

e = Residual dari model OLS

Uji LM didasarkan pada *Chi-Squares* dengan *Degree of Freedom* (df) sebesar jumlah variabel bebas. Jika *LM-test* lebih kecil dari nilai *Chi-Squares* tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sehingga model yang digunakan adalah *Common Effect*. Akan tetapi, jika *LM-test* lebih besar dari nilai *Chi-Squares* tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini, berarti model yang digunakan adalah model *Random Effect*

**Gambar 3.5**  
**Teknik Estimasi Data Panel**



Sumber: Peneliti (2016)

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan model regresi, uji hipotesis harus menghindari adanya kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi-asumsi klasik. Dalam penelitian ini, asumsi klasik yang dianggap paling penting yaitu:

1. Memiliki distribusi normal
2. Tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas
3. Tidak terjadi heteroskedastisitas atau *variance* yang tidak konstan

4. Tidak terjadi autokorelasi antar residual setiap variabel bebas

Maka perlu dilakukan pengujian beberapa asumsi regresi model klasik, yaitu sebagai berikut:

### 3.5.3.1 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:36) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji *correlation* dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dengan menggunakan matriks korelasi. Sebagai dasar acuan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Jika koefisien korelasi  $> 0,8$  maka terdapat multikolinieritas
- Jika koefisien korelasi  $< 0,8$  maka tidak terdapat multikolinieritas

### 3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal itu sering terjadi pada data yang bersifat data silang (*cross section*), karena data panel mengandung data *cross section* maka dicurigai terdapat heteroskedastisitas (Nachrowi dan Usman, 2012:330).

Untuk melihat apakah model memiliki masalah heteroskedastisitas maka dilakukan uji *White* (*White's General Heteroscedasticity Test*). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan hasil  $Chi-Square_{hitung}$  dengan  $Chi-Square_{tabel}$  (Widardjono, 126:2013).

$H_0$  : Tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

$H_a$  : Terjadi masalah heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal itu sering terjadi pada data yang bersifat data silang (*cross section*), karena data panel mengandung data *cross section* maka dicurigai terdapat heteroskedastisitas (Nachrowi dan Usman, 2012:330).

Untuk melihat apakah model memiliki masalah heteroskedastisitas maka dilakukan uji *White* (*White's General Heteroscedasticity Test*). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan hasil  $Chi-Square_{hitung}$  dengan  $Chi-Square_{tabel}$  (Widardjono, 2013:126).

$H_0$  : Tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

$H_a$  : Terjadi masalah heteroskedastisitas

Adapun dasar dalam mengambil keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $Chi-Square_{hitung} > Chi-Square_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 2) Sebaliknya, Jika nilai  $Chi-Square_{hitung} < Chi-Square_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 3) Jika nilai  $Chi-Square_{hitung} > Chi-Square_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 4) Sebaliknya, Jika nilai  $Chi-Square_{hitung} < Chi-Square_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 3.5.4 Pengujian Secara Simultan

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas *Gross Profit Margin* (GPM), *Operating Profit Margin* (OPM), *Net Profit Margin* (NPM) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel terikat, yaitu Nilai Perusahaan secara simultan (uji F).

Hipotesis dalam pengujian ini adalah:

$H_0$  : *Gross Profit Margin* (GPM) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_a$  : *Gross Profit Margin* (GPM) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_0$  : *Operating Profit Margin* (OPM) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_a$  : *Operating Profit Margin* (OPM) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_0$  : *Net Profit Margin* (NPM) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_a$  : *Net Profit Margin* (NPM) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_0$  : Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_a$  : Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* (CSR) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Uji F mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan  $H_0$  sebagai berikut:

- $H_0$  diterima jika  $\text{sig } F > \alpha = 0,05$
- $H_0$  ditolak jika  $\text{sig } F < \alpha = 0,05$

### 3.5.5 Pengujian Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu 0 hingga 1, artinya jika nilai koefisien determinasi mendekati 0 menunjukkan semakin lemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika koefisien determinasi mendekati 1 maka menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Kuncoro (2013:247), setiap tambahan suatu variabel independen maka  $R^2$  akan meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* atau tidak. Koefisien determinasi untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas disarankan untuk menggunakan *adjusted*  $R^2$ . Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan *adjusted*  $R^2$  untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.6 Pengujian Hipotesis

Untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis-hipotesis yang akan dianalisis, perlu dilakukan analisis regresi melalui uji t. Uji t atau uji signifikansi parsial digunakan untuk meng uji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

Hipotesis dalam uji t adalah sebagai berikut:

$H_0$  : GPM secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

$H_a$  : GPM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

$H_0$  : OPM secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

$H_a$  : OPM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H<sub>0</sub>: NPM secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H<sub>a</sub>: NPM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H<sub>0</sub>: Pengungkapan CSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

H<sub>a</sub>: Pengungkapan CSR secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Uji t mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan H<sub>0</sub> sebagai berikut:

- H<sub>0</sub> ditolak jika  $\text{sig } t < \alpha = 0,05$
- H<sub>0</sub> diterima jika  $\text{sig } t > \alpha = 0,05$