

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Dalam melakukan penelitian, perlu adanya suatu metode, cara atau taktik sebagai langkah-langkah yang harus ditempuh oleh peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai tujuan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2015:53) adalah:

“Metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

Sedangkan metode verifikatif menurut Moch. Nazir (2011:91) adalah sebagai berikut:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis dan melalui suatu perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh agresivitas pajak dan *media exposure* dan *corporate social responsibility (csr)* perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016.

Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut dan melihat Pengaruh Agresivitas Pajak dan *Media Exposure Terhadap Corporate Social Responsibility*.

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah objek yang diteliti dan dianalisis. Dalam penelitian ini, lingkup objek yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang diteliti adalah agresivitas pajak, *media exposure* dan *corporate social responsibility (csr)* pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2016.

3.1.2 Unit Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi unit penelitian adalah perusahaan atau institusi yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Dalam hal ini perusahaan yang diteliti adalah perusahaan sektor manufaktur yang telah mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang diselenggarakan Kementerian Lingkungan Hidup secara berturut-turut tahun 2012-2016 dan mempublikasikan kegiatan perusahaan berkaitan dengan tanggung jawab sosialnya.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39) bahwa:

“Varabel bebas (X) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predicator*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) variabel independen atau bebas”.

Variabel bebas dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Agresivitas Pajak (X_1)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi agresivitas pajak menurut Sari dan Martini (2010), pengertian agresivitas pajak adalah:

“Agresivitas pelaporan pajak adalah situasi ketika perusahaan melakukan kebijakan pajak tertentu dan suatu hari terdapat kemungkinan tindakan pajak tersebut tidak diaudit atau dipermasalahkan dari sisi hukum, namun tindakan ini beriko karena ketidakjelasan posisi akhir (apakah tindakan pajak tersebut melanggar atau tidak melanggar hukum yang berlaku)”.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah indikator menurut Hlaing (2012) yaitu:

$$\text{Effective Tax Rate (ETR) it} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan it}}{\text{Pendapatan sebelum pajak it}}$$

Keterangan:

ETR_{it} : Rasio pembayaran beban pajak atas laba sebelum pajak perusahaan pada periode berjalan.

Beban Pajak Penghasilan it : Pembayaran beban pajak yang terdapat dalam laporan laba rugi perusahaan pada periode berjalan.

Pendapatan Sebelum Pajak it : Laba/pendapatan sebelum pajak perusahaan pada periode berjalan.

b) *Media Exposure (X₂)*

Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi *media exposure* menurut Reverte (2009) pengertian *media exposure* adalah:

“Media exposure is also examined in the view of the legitimacy theory. The firm’s visibility is raised by the total amount of the media coverage, which leads to a higher public attention. It shows the positive relationship between the media exposure and disclosure. Higher the corporation is exposed to media, more it will be disclosing information.”

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini menurut penelitian Andreas Desmiyawati., dkk (2015), yaitu jumlah tentang pemberitaan CSR setiap perusahaan pada *website* Koran Bisnis Indonesia, Kompas dan Republika.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39) definisi variabel terikat adalah:

“Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau dependen (*Y*) adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut (Sembiring, 2005 dalam Rahmawati, 2012:183) bahwa:

“Pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting, atau corporate social* atau *corpoarate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.

Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini yaitu:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan *j*

$\sum X_{ij}$: *dummy variabel*: 1= jika *item i* diungkapkan; 0 = jika *item i* tidak diungkapkan

n_j : jumlah *item* perusahaan *j*, $n_j \leq 79$

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, proses ini juga dimaksud untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel

sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan secara benar. Berikut adalah operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Independen (X)

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Agresivitas Pajak (X ₁)	“Agresivitas pajak adalah kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif.” (Hlaing , 2012)	<i>Effective Tax Rate (ETR) =</i> $\frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Pendapatan sebelum pajak}}$ (Frank et al., (2009) dalam Fertika (2014))	Rasio
2.	Media Exposure (X ₂)	“ <i>Media exposure is also examined in the view of the legitimacy theory. The firm’s visibility is raised by the total amount of the media coverage, which leads to a higher public attention. It shows the positive relationship between the media exposure and disclosure. Higher the corporation is exposed to media, more it will be disclosing information.</i> ” (Reverte, 2009)	Jumlah tentang pemberitaan CSR setiap perusahaan pada <i>website</i> Koran Bisnis Indonesia, Kompas dan Republika. Andreas Desmiyawati, dkk (2015)	Rasio

Sumber: Data yang diolah kembali

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Dependen (Y)

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (Y)	<p>“Pengungkapan tanggung jawab social perusahaan yang sering juga disebut sebagai <i>social disclosure</i>, <i>corporate social reporting</i>, <i>social accounting</i>, atau <i>corporate social</i> atau <i>corpoarate social responsibility</i> merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan”.</p> <p>(Sembiring, 2005 dalam Rahmawati, 2012:183)</p>	$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$ <p>Sumber: <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI)</p>	Rasio

Sumber: Data yang diolah kembali

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:115), menyatakan bahwa populasi adalah:

“Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) bahwa:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representative* (mewakili)’.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling menurut Sugiyono (2015:81) adalah sebagai berikut:

“Teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan”.

Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*.

Menurut Sugiyono (2015:84) pengertian *Non Probability Sampling* adalah:

“Teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya penulis menggunakan Teknik *Purposive Sampling*.

Menurut Sugiyono (2015:84) bahwa:

“*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2015:116), bahwa:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Sampel yang digunakan harus representatif, yakni mewakili populasi yang berarti semua ciri-ciri atau karakteristik yang ada hendaknya tercermin dalam sampel tersebut. Kriteria yang ditetapkan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur yang *listing* berturut-turut di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016.
2. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan telah mengikuti PROPER selama periode 2012-2016.

3. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berturut-turut selama periode 2012-2016.

Tabel 3.3
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2012-2016.	157
2.	Pengurangan sampel kriteria 1: Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut selama periode 2012-2016.	(37)
3.	Pengurangan sampel kriteria 2: Perusahaan manufaktur yang tidak mengikuti PROPER secara berturut-turut selama periode 2012-2016.	(92)
4.	Pengurangan sampel kriteria 3: Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan CSR pada periode 2012-2016.	(19)
Jumlah Sampel Penelitian		10

Sumber: Diolah oleh penulis

Berikut ini adalah nama perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 yang menjadi sampel penelitian setelah menggunakan *purposive sampling*, yaitu:

Tabel 3.4
Daftar Perusahaan Manufaktur yang
Dijadikan Sampel Penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1.	INTP	Indocement Tunggal Prakasa Tbk
2.	SMGR	Semen Indonesia Tbk <i>d.h Semen Gresik Tbk</i>
3.	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
4.	TPIA	Chandra Asri Petrochemical
5.	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
6.	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
7.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
8.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
9.	KAEF	Kimia Farma Tbk
10.	KLBF	Kalbe Farma Tbk

Sumber: www.idx.co.id (data diolah)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian yang digunakan oleh penulis adalah data sekunder.

Menurut Sugiyono (2015:193) pengertian data sekunder adalah:

“Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari melalui situs web www.idx.co.id.

Menurut Sugiyono (2015:224) teknik pengumpulan data adalah:

“Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik penelitian data, maka penelitian tidak akan mendapatkan yang memenuhi standar data yang ditetapkan”.

Untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini, penulis memerlukan sejumlah data baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Adapun

cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan (*Libraary Sesearch*)

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan informasi dengan cara studi keputakaan, meneliti, mengkaji, dan menelaah literatur-literatur berupa buku, jurnal,bulletin, hasil symposium yang berhubungan dengan penelitian untuk dijadikan landasan teori.

2. Dokumentasi (*Documentation*)

Mengumpulkan data-data dengan mempelajari dokumen-dokumen serta catatan-catatan pada bagian yang terkait berupa laporan tahunan perusahaan, jurnal-jurnal, dan literature terkait secara *online*.

3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Dalam suatu penelitian, analisis data merupakan bagian dari langkah terpenting untuk mencapai tujuan penelitian.

Menurut Sugiyono (2014:206) bahwa:

“Analisis data merupakan suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif.

Menurut Sugiyono (2015:206) bahwa:

“Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”.

Analisis deskriptif yang digunakan adalah nilai maksimum, nilai minimum dan *mean* (nilai rata-rata). Sedangkan untuk menentukan kategori penilaian setiap nilai rata-rata perubahan pada variabel penelitian, maka dibuat tabel distribusi.

a. Agresivitas Pajak

Untuk dapat melihat agresivitas pajak dapat dilihat dari tabel kriteria penilaian dibawah ini. Berikut langkah-langkahnya:

1. Menentukan beban pajak penghasilan tahun berjalan pada laporan keuangan di perusahaan-perusahaan yang diteliti.
2. Menentukan pendapatan atau laba sebelum pajak tahun berjalan pada laporan keuangan di perusahaan-perusahaan yang diteliti.
3. Menghitung nilai *effective tax rate* tahun berjalan dengan cara membagi beban pajak penghasilan tahun berjalan dengan pendapatan atau laba sebelum pajak tahun berjalan.

Tabel 3.5
Kriteria Penilaian Agresivitas Pajak

(Batas Atas 4) + 0,01	(Range)	Batas Atas 5 (nilai maks)	Sangat Rendah
(Batas Atas 3) + 0,01	(Range)	Batas Atas 4	Rendah
(Batas Atas 2) + 0,01	(Range)	Batas Atas 3	Sedang
(Batas Atas 1) + 0,01	(Range)	Batas Atas 2	Tinggi
Batas Bawah (Nilai Minimum)	(Range)	Batas Atas 1	Sangat Tinggi

Sumber: Frank et al., (2009) dalam Fertika (2014)

Keterangan:

Batas atas 1 = Batas bawah (nilai min) + (range)

Batas atas 2 = (Batas 1 + 0,01) + (range)

Batas atas 3 = (Batas 2 + 0,01) + (range)

Batas atas 4 = (Batas 3 + 0,01) + (range)

Batas atas 5 = (Batas 4 + 0,01) + (range) = Nilai Maksimum

4. Menarik kesimpulan.

b. *Media Exposure*

Langkah-langkah dalam melakukan penilaian *media exposure* yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah kriteria yaitu kriteria.
2. Menentukan selisih nilai maksimum dan minimum = (Nilai maks – Nilai Min).
3. Menentukan *range* (jarak interval kelas) = $\frac{\text{Nilai maks} - \text{Nilai min}}{5 \text{ kriteria}}$
4. Menentukan nilai rata-rata perubahan pada setiap variabel penelitian.

5. Membuat daftar tabel frekuensi nilai perubahan untuk setiap variabel penelitian.
6. Membuat rata-rata berada pada kriteria yang sama.

Tabel 3.6

Kriteria Penilaian *Media Exposure*

(Batas Atas 4) + 0,01	(<i>Range</i>)	Batas Atas 5 (nilai maks)	Sangat Tinggi
(Batas Atas 3) + 0,01	(<i>Range</i>)	Batas Atas 4	Tinggi
(Batas Atas 2) + 0,01	(<i>Range</i>)	Batas Atas 3	Sedang
(Batas Atas 1) + 0,01	(<i>Range</i>)	Batas Atas 2	Rendah
Batas Bawah (Nilai Minimum)	(<i>Range</i>)	Batas Atas 1	Sangat Rendah

Keterangan:

Batas atas 1 = Batas bawah (nilai min) + (range)

Batas atas 2 = (Batas 1 + 0,01) + (*range*)

Batas atas 3 = (Batas 2 + 0,01) + (*range*)

Batas atas 4 = (Batas 3 + 0,01) + (*range*)

Batas atas 5 = (Batas 4 + 0,01) + (*range*) = Nilai Maksimum

7. Menarik kesimpulan

c. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. Menentukan laporan *Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure* pada perusahaan.

2. Memberi *score* 1 item yang diungkapkan, dan 0 untuk yang tidak diungkapkan menggunakan metode *content analyze* dengan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) sebanyak 79 item.
3. Menentukan penilaian *Corporate Social Responsibility*.

Tabel 3.7

Kriteria Penilaian *Corporate Social Responsibility*

Kriteria	Interval
Sangat Rendah	0,00% - 20,00%
Rendah	21,00% - 40,00%
Sedang	41,00% - 60,00%
Tinggi	61,00% - 80,00%
Sangat Tinggi	81,00% - 100,00%

Sumber: *Global Reporting Initiative* (GRI)

4. Menarik kesimpulan.

3.5.2 Analisis Asosiatif (Verifikatif)

Menurut Mashuri dan M. Zainudin (2008:45) analisis verifikatif yaitu:

“Memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan”.

Dalam penelitian ini analisis verifikatif bermaksud untuk menguji kebenaran hipotesis yang berarti teori yang sudah ada, yaitu dengan menganalisa

untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Agresivitas Pajak dan *Media Exposure* Terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2016.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linier, yaitu penaksir tidak bias dan terbaik atau sering disingkat BLUE (*Best Linier Unbias Estimate*). Ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi linier berganda) dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian setara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Tes Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS.

Menurut Ghozali (2011:160) bahwa:

“Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal”.

Menurut Singgih Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat angka probabilitasnya, yaitu:

- Jika Probabilitas > 0.05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- Jika Probabilitas < 0.05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105) mengemukakan bahwa:

“Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (bebas). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortHogonal. Variabel ortHogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol”.

Menurut Gujarati (2012:432) bahwa:

“Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1, batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas”.

Menurut Singgih Santoso (2012:236) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \text{ atau } Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterodastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heterodastisitas. Untuk menguji Heterokedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik *scatterplot* pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas juga bisa menggunakan uji *rank-Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual hasil regresi. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolute dari residual signifikan, maka kesimpulanya terdapat heteroskedastisitas (variens dari residual tidak Homogen), (Ghozali, 2011:139).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antar observasi yang diukur berdasarkan kebijakan waktu dalam model regresi atau dengan kata lain error dari observasi tahun berjalan dipengaruhi oleh error dari observasi tahun sebelumnya. Pada pengujian autokorelasi digunakan uji *Durbin-Watson*. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi dan berikut nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh melalui hasil estimasi model regresi. Untuk mengetahui apakah model pada model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan *DW (Durbin Watson)*. Menurut Singgih Santoso (2001) kriteria autokorelasi ada 3, yaitu:

- Nilai *D-W* di bawah -2 berarti mengindikasikan ada autokorelasi positif.
- Nilai *D-W* diantara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
- Nilai *D-W* di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negative.

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel

independen. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y : Variabel dependen
 a : Harga Konstanta
 b_1 : Koefisien Regresi Pertama
 b_2 : Koefisien Regresi Kedua
 X_1 : Variabel independen Pertama
 X_2 : Variabel independen Kedua

3.5.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel (independen dan dependen) dan ukuran yang dipakai untuk menentukan derajat atau kekuatan hubungan korelasi tersebut. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *pearson correlation product moment*, untuk menguji hubungan asosiatif/ hubungan bila datanya berbentuk interval atau rasio dan penentuan koefisien analisis juga digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X_1 dan X_2 dengan variabel Y secara bersamaan, adapun rumus korelasi ganda menurut Sugiyono (2016:191) sebagai berikut:

$$R_{y X_1 X_2} = \sqrt{\frac{r^2 y x_1 + r^2 y x_2 - 2 r y x_1 r y x_2 r x_1 x_2}{1 - r^2 x_1 x_2}}$$

Keterangan :

$R_{y X_1 X_2}$: Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

ryx^1 : Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan Y

ryx^2 : Korelasi *Product Moment* antara X_2 dengan Y

$r_{X^1 X^2}$: Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan X_2

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, pebulis menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:184) sebagai berikut:

Tabel 3.8
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40- 0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sugiyono (2016:184)

3.5.6 Tes Statistik untuk Pengujian Hipotesis

a. Uji t atau uji Parsial (t -test)

Pengujian individual menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara simultan secara parsial dalam menerangkan

variabel dependennya. Menurut Sugiyono (2016:184) uji signifikansi t dapat dilakukan dengan rumus statistik sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

t : Nilai uji t yang dihitung

r : Koefisien Korelasi

r^2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan:

- a) Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 0,05$
- b) Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau jika $\alpha < 0,05$

b. *F test*

Menurut Ariefianto (2012:22) bahwa uji hipotesis berganda bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Pengujian *Fht* dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$Fht = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

Kriteria Pengambilan Keputusan:

a) H_0 ditolak jika F statistik $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$

b) H_0 diterima jika F statistik $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$

c. Koefisien Determinasi

Menurut Kurniawan (2014:1860) bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap dependen baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien determinasi

R^2 : Koefisien korelasi yang dikuadratkan

3.5.7 Penetapan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a)

Hipotesis nol (H_0) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan berpengaruh atau tidaknya variabel-variabel independen yaitu Agresivitas Pajak dan *Media Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hipotesis yang dibentuk dari variabel-variabel tersebut baik secara parsial dan simultan adalah sebagai berikut:

$H_01 : \rho_1 = 0$: Agresivitas Pajak tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

$H_{a1} : \rho_1 \neq 0$: Agresivitas Pajak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

$H_02 : \rho_2 = 0$: *Media Exposure* tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

$H_{a2} : \rho_2 \neq 0$: *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3.5.8 Uji Hipotesis

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95% (α 0,05), karena pada umumnya penelitian sosial menggunakan tingkat signifikansi 5%. Tingkat signifikansi 0,05 artinya kemungkinan besar dari hasil

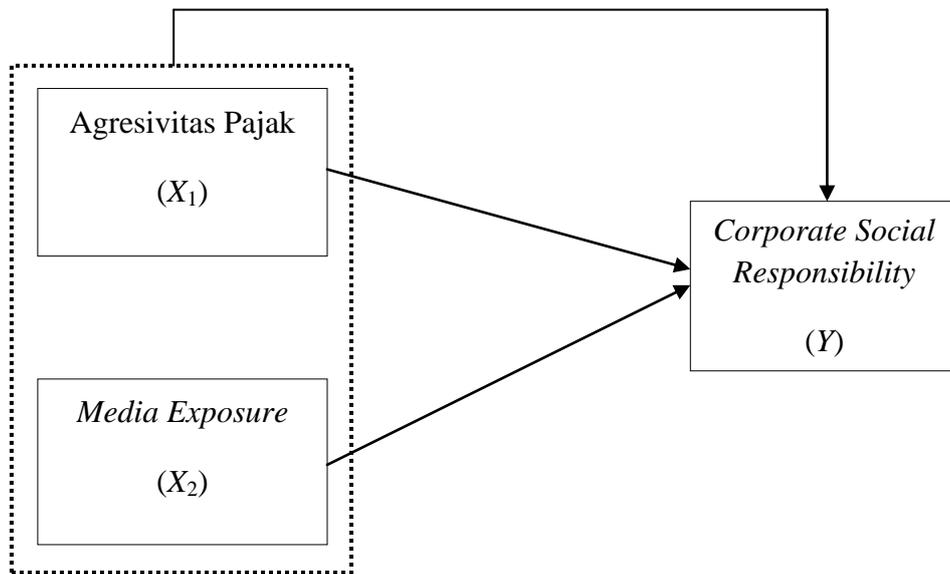
penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan adalah 5%.

3.5.9 Penarikan Kesimpulan

Dari independen-independen yang telah diperoleh, dapat ditarik kesimpulan apakah variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Hal ini ditunjukkan dengan penolakan hipotesis (H_0) atau penerimaan hipotesis alternative (H_a).

3.6 Model Penelitian

Pada sebuah penelitian, model penelitian merupakan abstrak dari fenomena-fenomena yang sedang diteliti, maka untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen penulis memberikan model penelitian yang dapat dinyatakan dalam gambar berikut:



Gambar 3.1 Model Penelitian