

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

##### **3.1.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan apa yang hendak diteliti di dalam kegiatan penelitian untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang terjadi.

Pengertian objek penelitian menurut Sugiyono (2012:13) adalah:

“Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)”.

Objek dalam penelitian ini adalah *Growth Opportunity* dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan *Earnings Response Coefficient* sebagai variabel dependen.

##### **3.1.2 Metode Penelitian**

Pengertian metode penelitian menurut Sugiyono (2015:1) adalah:

“Metode penelitian diartikan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif, untuk menjelaskan bagaimana hubungan dan pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya.

Pengertian metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015:12)

adalah:

“Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Pengertian metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2013:53)

adalah:

“Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).”

Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antar variabel dan menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* dan *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

Pengertian metode penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2014:87)

adalah:

“Penelitian verifikatif pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel  $X_1$ , dan  $X_2$  terhadap  $Y$ . Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak”.

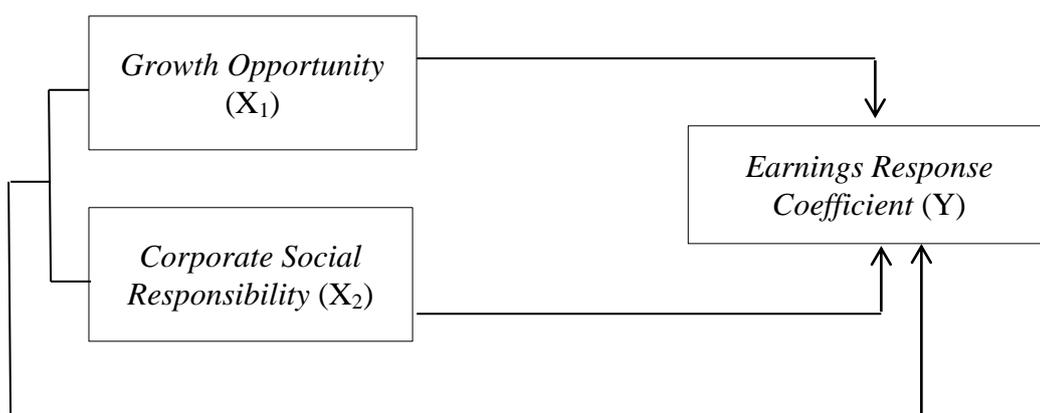
Pengertian metode verifikatif menurut Nazir (2011:91) adalah:

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

Pendekatan metode penelitian verifikatif ini digunakan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

### 3.1.3 Model Penelitian

Model penelitian merupakan abstraksi dari kenyataan-kenyataan atau fenomena-fenomena yang ada dan sedang diteliti. Dalam penelitian ini sesuai dengan judul skripsi yang penulis kemukakan “Pengaruh *Growth Opportunity* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient*”, Untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen, model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.1**

### **Model Penelitian**

## 3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

### 3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2012: 38) adalah:

“Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen, variabel dependen dan variabel kontrol. Variable independen dalam penelitian ini yaitu *Growth Opportunity* dan *Corporate Social Responsibility*, variabel dependennya *Earnings Response Coefficient* serta variabel kontrol Ukuran Perusahaan.

#### 1. Variabel Independen (X)

Variabel independen menurut Sugiyono (2012: 39) adalah:

“Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) adalah *Growth Opportunity* ( $X_1$ ) dan *Corporate Social Responsibility* ( $X_2$ ). Variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. *Growth Opportunity*

Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2011:157) :

“*price to book value* menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. *Price to book value* adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham diperdagangkan di bawah (*undervalued*) atau di atas (*overvalued*) nilai buku saham tersebut. *Price to book value* digunakan untuk memproksi *growth opportunities*”.

Variabel ini diukur dengan *Price to Book Value* masing-masing perusahaan pada akhir periode laporan keuangan. Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012:157), PBV dihitung dengan rumus:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Harga\ Pasar\ Saham}{Nilai\ Buku\ per\ Lembar\ Saham}$$

b. *Corporate Social Responsibility*

Menurut Merta Sari dan Suaryana (2013:249) *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut :

“Suatu program tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan berdiri, maupun untuk lingkungan yang lebih luas lagi”.

Rumus perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut (Merta Sari dan Suaryana, 2013:251):

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

Keterangan :

$CSR_{ij}$ : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

$n_j$  : Jumlah item untuk perusahaan j

$X_i$  : Dummy Variable, 1=jika item diungkapkan, 0=jika item tidak diungkapkan

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen menurut Sugiyono (2012: 40) adalah:

“Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel

terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah *earnings response coefficient*.

*Earnings response coefficient* menurut Suwardjono (2014:493) adalah:

“Kepekaan *return* saham terhadap setiap rupiah laba atau laba kejutan”.

*Earnings response coefficient* merupakan koefisien yang diperoleh dari regresi antara proksi harga saham dan laba akuntansi. Proksi harga saham yang digunakan adalah *Cummulative Abnormal Return* (CAR), sedangkan proksi laba akuntansi adalah *Unexpected Earnings* (UE).

#### a. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

##### 1. Menghitung *Return* Sesungguhnya dan *Return* Pasar

Untuk mendapatkan nilai Abnormal Return ( $AR_{it}$ ), maka terlebih dahulu dicari *actual return* (*return* sesungguhnya), dengan rumus dalam sebagai berikut:

$$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$$

Keterangan :

$R_{it}$  : *Return* sesungguhnya perusahaan i pada hari ke-t

$P_{it}$  : Harga penutupan saham perusahaan i pada hari t

$P_{it-1}$  : Harga penutupan saham perusahaan i pada hari sebelum t

Untuk *return* pasar, dapat diwakili dengan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia. IHSG dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$RM_{it} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan :

$RM_{it}$  : *Return* indeks pasar pada hari ke-t

$IHSG_t$  : Indeks Harga Saham Gabungan pada hari t

$IHSG_{t-1}$  : Indeks Harga Saham Gabungan pada hari sebelum t

## 2. Menghitung *Abnormal Return*

Untuk menghitung *Abnormal Return* ( $AR_{it}$ ) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt}$$

Keterangan :

$AR_{it}$  : *Abnormal Return* perusahaan i pada hari ke-t

$R_{it}$  : *Return* sesungguhnya perusahaan i pada hari ke-t

$R_{mt}$  : *Return* indeks pasar pada hari ke-t

## 3. Menghitung *Cummulative Abnormal Return* (CAR)

CAR pada saat laba akuntansi dipublikasikan dihitung dalam jendela selama 7 hari peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan (3 hari sebelum peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan, 1 hari peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan, dan 3 hari setelah

peristiwa tanggal publikasi laporan keuangan). CAR dirumuskan sebagai berikut:

$$CAR_{it} = CAR_{it(-3,+3)} = \sum_{t=-3}^{+3} AR_{it}$$

Keterangan :

$CAR_{it}$  : *Cummulative Abnormal Return* perusahaan i pada tahun t

$CAR_{it(-3,+3)}$  : *Abnormal Return* Kumulatif perusahaan I selama periode jendela  $\pm 3$  hari dari tanggal publikasi laporan keuangan

$AR_{it}$  : *Abnormal Return* untuk saham perusahaan i pada hari t

#### **b. Menghitung Nilai *Unexpected Earnings* (UE)**

$$UE_{it} = \frac{E_{it} - E_{it-t}}{E_{it-t}}$$

Keterangan :

$UE_{it}$  : *Unexpected Earning* perusahaan i pada tahun t

$E_{it}$  : Laba akuntansi aktual (laba setelah pajak) perusahaan i pada tahun t

$E_{it-1}$  : Laba akuntansi aktual (laba setelah pajak) pada perusahaan i pada tahun sebelum t

#### **c. Menghitung *Earnings Response Coefficient* Masing-masing Sampel.**

Setelah nilai CAR dan UE diperoleh maka tahap selanjutnya menghitung *earnings response coefficient*, *earnings response coefficient* diperoleh dari regresi antara CAR dan UE, yang pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it} + \varepsilon_{it} \quad \text{Atau} \quad \beta = \frac{CAR_{it} - \alpha}{UE_{it}}$$

Keterangan :

$CAR_{it}$  : Akumulasi *Abnormal Return* dari perusahaan i

$UE_{it}$  : Laba kejutan untuk perusahaan i pada tahun t

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien respon laba

$\varepsilon_{it}$  : Kesalahan Residu

### 3. Variabel Kontrol

Variabel kontrol menurut Sugiyono (2012:42) adalah:

“Variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti.”

Dalam penelitian ini terdapat variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan.

Menurut Hartono (2013:282) ukuran perusahaan adalah:

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*), penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan,”

Rumus perhitungan ukuran perusahaan menurut Hartono (2013:282):

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Total Aktiva}$$

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menurut Sugiyono (2012:31) adalah:

“Penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur”.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian ke dalam konsep indikator serta skala dari variabel-variabel yang bertujuan untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Operasional variabel independen dalam penelitian ini adalah *growth opportunity* dan *corporate social responsibility*. Sedangkan operasional variabel dependen dalam penelitian ini adalah *earnings response coefficient*, serta operasional variabel kontrol adalah ukuran perusahaan.

Operasionalisasi atas variabel independen, dependen dan kontrol dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

#### **Operasionalisasi Variabel Independen**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<i>Growth Opportunity</i> ( $X_1$ )	“ <i>Price to book value</i> menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. <i>Price to book value</i> adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham diperdagangkan di bawah ( <i>undervalued</i> ) atau di atas ( <i>overvalued</i> ) nilai buku	$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Harga\ Pasar\ Saham}{Nilai\ Buku\ per\ Lembar\ Saham}$ Darmadji dan Fakhrudin (2012:157)	Rasio

	saham tersebut. <i>Price to book value</i> digunakan untuk memproksi <i>growth opportunities</i> ”  Darmadji dan Fakhruddin (2011:157)		
<i>Corporate Social Responsibility</i> ( $X_2$ )	“Suatu program tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan berdiri, maupun untuk lingkungan yang lebih luas lagi”.  Merta Sari dan Suaryana (2013:249)	$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$ <p>Keterangan :</p> <p><math>CSR_{ij}</math> : <i>Corporate Social Responsibility Disclosure Index</i> perusahaan j</p> <p><math>n_j</math> : Jumlah item untuk perusahaan j</p> <p><math>X_i</math> : Dummy Variable, 1=jika item diungkapkan, 0=jika item tidak diungkapkan</p> <p>Merta Sari dan Suaryana (2013:251)</p>	Rasio

Tabel 3.2

## Operasionalisasi Variabel Dependen

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<i>Earnings Response Coefficient</i> (Y)	“Kepekaan <i>return</i> saham terhadap setiap rupiah laba atau laba kejutan”.  Suwardjono (2014:493)	$CAR_{it} = CAR_{it(3,+3)} = \sum_{t=-3}^{+3} AR_{it}$ <p>Keterangan :</p> <p><math>CAR_{it}</math> : <i>Cummulative Abnormal Return</i> perusahaan i pada tahun t</p> <p><math>CAR_{it(-3,+3)}</math> : <i>Abnormal Return Kumulatif</i> perusahaan I selama periode jendela <math>\pm 3</math> hari dari tanggal publikasi laporan keuangan</p> $UE_{it} = \frac{E_{it} - E_{it-t}}{E_{it-t}}$	Rasio

		<p>Keterangan :</p> <p><math>UE_{it}</math> : <i>Unexpected Earning</i> perusahaan i pada tahun t</p> <p><math>E_{it}</math> : Laba akuntansi aktual (laba setelah pajak) perusahaan i pada tahun t</p> <p><math>E_{i,t-1}</math> :Laba akuntansi aktual (laba setelah pajak) pada perusahaan i pada tahun sebelum t</p> <p><math>CAR_{it} = \alpha + \beta UE_{it} + \varepsilon_{it}</math></p> <p>Keterangan :</p> <p><math>CAR_{it}</math> : Akumulasi Abnormal Return dari perusahaan i</p> <p><math>UE_{it}</math> : Laba kejutan untuk perusahaan i pada tahun t</p> <p><math>\alpha</math> : Konstanta</p> <p><math>\beta</math> : Koefisien respon laba</p> <p><math>\varepsilon_{it}</math> : Kesalahan residu</p> <p>Suwardjono (2014:494)</p>	
--	--	---	--

Tabel 3.3

## Operasionalisasi Variabel Kontrol

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Ukuran Perusahaan	<p>“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (<i>large firm</i>), perusahaan menengah (<i>medium-size</i>) dan perusahaan kecil (<i>small</i>)”</p>	<p>Ukuran perusahaan = Log Total Aktiva</p> <p>Keterangan: Log=Logaritma</p> <p>Jogiyanto Hartono (2013:282)</p>	Rasio

	<p><i>firm</i>), penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan,”</p> <p>Jogiyanto Hartono (2013:282)</p>		
--	---	--	--

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Pengertian Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2015: 167) adalah:

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

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Jumlah populasi adalah sebanyak 68 perusahaan dan tidak semua populasi akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

Populasi penelitian dapat dijabarkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.4**

#### Daftar Populasi

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	ADMG	Polychem Indonesia Tbk
2	AKPI	Argha Karya Prima Ind. Tbk
3	ALDO	Alkindo Naratama Tbk
4	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk
5	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk
6	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
7	APLI	Asaplast Industries Tbk

8	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk
9	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk
10	BRNA	Berlina Tbk
11	BRPT	Barito Pacific Tbk
12	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk
13	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
14	CPRO	Central Proteina Prima Tbk
15	CTBN	Citra Tubindo Tbk
16	DAJK	PT Dwi Aneka Jaya Kemasindo Tbk
17	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
18	EKAD	Ekadharma International Tbk
19	ETWA	Eterindi Wahanatama
20	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
21	FPNI	PT Chemical Titan Tbk
22	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk
23	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk
24	IKAI	Intikeramik Alamasri Industri Tbk
25	IMPC	PT Impack Pratama Industri Tbk
26	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
27	INCI	Intanwijaya Internsaional Tbk
28	INCF	PT Indo Komoditif Korpora Tbk
29	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
30	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk
31	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk
32	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk
33	ISSP	PT Steel Pipe Industry of Indonesia
34	JKSW	Jakarta Kyoei Steel Works Tbk
35	JPFA	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk
36	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk
37	KDSI	Kadawung Setia Industrial Tbk
38	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk
39	KMTR	PT Kirana Megatara Tbk
40	KRAS	Krakatau Steel (Persero) Tbk
41	LION	Lion Metal Works Tbk
42	LMSH	Lionmesh Prima Tbk
43	MAIN	Malindo Feedmill Tbk
44	MARK	PT Mark Dynamics Indonesia Tbk
45	MDKI	PT Emdki Utama Tbk
46	MLIA	Mulia Industrindo Tbk

47	NIKL	Pelat Timah Nusantara Tbk
48	PBID	Panca Budi Idaman Tbk
49	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk
50	SIPD	Sierad Produce Tbk
51	SMBR	PT Semen Baturaja (Persero) Tbk
52	SMCB	Holcim Indonesia Tbk
53	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
54	SPMA	Suparma Tbk
55	SRSN	Indo Acidatama Tbk
56	SULI	PT SLJ Global Tbk
57	TALF	PT Tunas Alfin Tbk
58	TBMS	Tembaga Mulia Semanan Tbk
59	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk
60	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk
61	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk
62	TPIA	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk
63	TRST	Trias Sentosa
64	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk
65	WSBP	PT Waskita Beton Precast Tbk
66	YPAS	Yanaprima Hastapersada Tbk

### 3.3.2 Pengertian Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2012:81) adalah:

“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 representatif (mewakili)”.

### 3.3.3 Teknik Sampling

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.

Menurut Sugiyono (2012: 91) teknik sampling adalah:

“Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian”.

Teknik *sampling* dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling*.

Teknik *nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2015:173) yaitu:

“Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling* sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan *snowball*”.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah teknik *purposive sampling*.

*Purposive sampling* menurut Sugiyono (2015:176) adalah:

“*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu”.

Penulis memilih menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria-kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu :

1. Perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan selama periode 2013-2017.

2. Perusahaan yang melaporkan laba positif selama periode 2013-2017.
3. Perusahaan yang tidak delisting selama periode 2013-2017.

**Tabel 3.5**

**Proses Pemilihan Sampel**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Perusahaan</b>
Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017.	66
<b>Pengurangan Sampel Kriteria 1</b> Perusahaan yang tidak mengungkapkan <i>corporate social responsibility</i> dalam laporan tahunan selama periode 2013-2017.	(7)
<b>Pengurangan Sampel Kriteria 2</b> Perusahaan yang melaporkan laba negatif selama periode 2013-2017.	(29)
<b>Pengurangan Sampel Kriteria 3</b> Perusahaan yang mengalami delisting selama periode 2013-2017.	(8)
<b>Total Sampel</b>	22

Setelah dilakukan pemilihan sampel, maka berikut ini nama-nama perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 yang terpilih dan memenuhi kriteria-kriteria tersebut untuk dijadikan sampel penelitian:

**Tabel 3.6**  
**Daftar Sampel Penelitian**

<b>No.</b>	<b>Kode</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
1	AKPI	Argha Karya Prima Ind. Tbk
2	ALDO	Alkindo Naratama Tbk
3	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
4	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk
5	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
6	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
7	EKAD	Ekadharna International Tbk
8	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk
9	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk
10	INCI	Intanwijaya Internsaional Tbk
11	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
12	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk
13	ISSP	PT Steel Pipe Industry of Indonesia
14	JPFA	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk
15	KDSI	Kadawung Setia Industrial Tbk
16	LION	Lion Metal Works Tbk
17	LMSH	Lionmesh Prima Tbk
18	SMBR	PT Semen Baturaja (Persero) Tbk
19	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
20	SRSN	Indo Acidatama Tbk
21	TPIA	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk
22	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk

### **3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Sumber Data**

Sumber data menurut Sugiyono (2014:3) adalah:

“Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian dari pihak lain.

Sumber data yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah sumber data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017 melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

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

mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono (2013:224).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi tidak langsung. Observasi tidak langsung dilakukan oleh penulis dengan cara mengumpulkan data-data laporan keuangan tahunan, gambaran umum serta perkembangan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia dengan mengakses langsung ke situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis**

#### **3.5.1 Analisis Data**

Analisis data menurut Sugiyono (2012:169) adalah:

“Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan 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”.

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah pengaruh *growth opportunity* dan *corporate social responsibility*. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan rancangan analisis data yang terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi, uji T untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, pengujian hipotesis uji F untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen secara simultan dan analisis koefisien determinasi.

Dalam menganalisis data, penulis melakukan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Mendapatkan data sekunder mengenai variabel-variabel yang terkait yaitu *growth opportunity*, *corporate social responsibility*, *earnings response coefficient*, dan ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
2. Melakukan pengujian hipotesis serta menginterpretasikan dan menganalisis hasil pengujian hipotesis.

Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan analisis verifikatif, yaitu sebagai berikut:

#### **3.5.1.1 Analisis Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif menurut Sugiyono (2015:288) adalah:

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

Tahap-tahap yang dilakukan untuk menganalisis *growth opportunity*, *corporate social responsibility* dan *earnings response coefficient* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana *growth opportunity* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
  - a. Menentukan harga saham perusahaan.

- b. Menentukan nilai buku per lembar saham (nilai ekuitas/jumlah saham beredar).
- c. Membagi harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham.
- d. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- f. Menentukan jarak (jarak interval kelas) =  $(\text{Nilai Maks}-\text{Nilai Min})/(5 \text{ kriteria})$
- g. Menentukan nilai rata-rata setiap variabel penelitian.
- h. Menarik kesimpulan.

**Tabel 3.7**

**Kriteria Penilaian *Growth Opportunity***

<b>Jarak Interval</b>	<b>Kriteria</b>
0,0646 - 2,2618	Sangat Rendah
2,2618 - 4,4590	Rendah
4,4590 - 6,6562	Sedang
6,6562 - 8,8534	Tinggi
8,8534 - 11,0506	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penulis

- 2) Bagaimana *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
  - a. Menghitung item yang diungkapkan dalam periode laporan sesuai dengan tabel indikator *corporate social responsibility*.

- b. Menghitung rata-rata indeks pengungkapan *corporate social responsibility* dengan cara membagi 91 item dari hasil penjumlahan item yang diungkapkan.
- c. Menghitung *corporate social responsibility disclosure index* dengan cara menghitung rata-rata indeks pengungkapan *corporate social responsibility* dikali 100%.
- d. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- e. Menentukan nilai maksimum dan minimum
- f. Menentukan jarak (jarak interval kelas) =  $(\text{Nilai Mak}-\text{Nilai Min})/(5 \text{ kriteria})$
- g. Menentukan nilai rata-rata setiap variabel penelitian.
- h. Menarik kesimpulan.

**Tabel 3.8**

**Kriteria Penilaian *Corporate Social Responsibility***

<b>Jarak Interval</b>	<b>Kriteria</b>
1,10% - 7,03%	Sangat Rendah
7,03% - 12,97%	Rendah
12,97% - 18,90%	Sedang
18,90% - 24,84%	Tinggi
24,84% - 30,77%	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penulis

- 3) Bagaimana *earnings response coefficient* pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
- a. Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dengan mengakumulasikan *return* tidak normal (selisih antara *return* sesungguhnya dengan *return* pasar)
  - b. Menghitung *Unexpected Earnings* (UE) yaitu selisih antara laba akuntansi perusahaan pada tahun ini dan laba akuntansi perusahaan pada tahun sebelumnya.
  - c. Meregresikan antara *Cumulative Abnormal Return* (CAR) dan *Unexpected Earnings* (UE).
  - d. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu 5 kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
  - e. Menentukan nilai maksimum dan minimum
  - f. Menentukan jarak (jarak interval kelas) =  $(\text{Nilai Mak}-\text{Nilai Min})/(5 \text{ kriteria})$
  - g. Menentukan nilai rata-rata setiap variabel penelitian.
  - h. Menarik kesimpulan.

**Tabel 3.9****Kriteria Penilaian *Earnings Response Coefficient***

<b>Jarak Interval</b>	<b>Kriteria</b>
(0,5335) - (0,1139)	Sangat Rendah
(0,1139) - 0,3057	Rendah
0,3057 - 0,7253	Sedang
0,7253 - 1,1449	Tinggi
1,1449 - 1,5645	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah penulis

4) Analisis data Ukuran Perusahaan

- a. Menentukan total aktiva perusahaan.
- b. Menentukan logaritma total aktiva perusahaan pada periode pengamatan.
- c. Menentukan rata-rata (*mean*) ukuran perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai dibagi dengan jumlah tahun.
- d. Menentukan kriteria kesimpulan.
- e. Membandingkan kriteria ukuran perusahaan
- f. Membuat kesimpulan.

Tabel 3.10

**Kriteria Penilaian Ukuran Perusahaan**

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
$0 > \text{Ln TA} \leq 8,864$	Kecil
$8,865 > \text{Ln TA} \leq 15,594$	Menengah
$\text{Ln TA} > 15,594$	Besar

Sumber: Brigham dan Houston (2011:419)

**3.5.1.2 Analisis Verifikatif**

Analisis verifikatif adalah analisis untuk membuktikan dan mencari kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Analisis ini bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*.

**3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan syarat dari analisis regresi linier yaitu penaksir tidak bias atau sering disingkat BLUE (*Best Linier Unbias Estimate*). Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan terlebih dahulu agar kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias, di antaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel dependen untuk setiap nilai variabel independen tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh

nilai error yang berdistribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Menurut Ghozali (2011:160) mengemukakan 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.”

Uji normalitas data dilakukan menggunakan *Test Normality* Kolmogorov-Smirnov dalam program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS).

Menurut Santoso (2012:393) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significanted*) yaitu:

1. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2011:105) adalah:

“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.”

Ghozali (2013:105) menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Jika  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas

0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

3. Multikolinearitas juga dapat dilihat dari: a) *Tolerance Value* dan lawannya b) *Variance Inflation Faktor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:
  - a. *Tolerance value* < 0,10 atau  $VIF > 10$  : terjadi multikolinearitas.
  - b. *Tolerance value* > 0,10 atau  $VIF < 10$  : tidak terjadi multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Sunyoto (2016:90) adalah:

“Dalam persamaan regresi beranda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas”.

Ghozali (2013: 139) menyatakan ada beberapa cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas, yaitu :

“Dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah distudentized. Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur”.

Untuk menguji heteroskedastisitas salah satunya dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik *scatterplot* pada output SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

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

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan Uji Glejser yakni meregresikan nilai mutlakny. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$  {tidak ada masalah heteroskedastisitas}

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  {ada masalah heteroskedastisitas}

Pedoman yang akan digunakan dalam pengambilan kesimpulan uji Glejser adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *probability* < 0,05 maka ditolak, artinya ada masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai *probability* > 0,05 maka diterima, artinya tidak ada masalah heteroskedastisitas.

#### **d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi merupakan pengujian dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan nilai variabel itu sendiri. Baik nilai periode sebelumnya maupun nilai periode sesudahnya.

Uji autokorelasi menurut Sunyoto (2016:97) adalah:

“Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi

tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode  $t$  (berada) dengan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (sebelumnya). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data time series atau data yang mempunyai seri waktu, misalnya data dari tahun 2000 s/d 2012”.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi menurut Sunyoto (2016:98) adalah dengan uji Durbin-Watson (DW) yang ketentuannya sebagai berikut:

1. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah  $-2$  ( $DW < -2$ ).
2. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara  $-2$  dan  $+2$  atau  $-2 < DW < +2$ .
3. Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas  $+2$  atau  $DW > +2$ .

#### 3.5.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi menurut Sunyoto (2016:47) adalah:

“Tujuan analisis regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)”

Analisis korelasi berganda ini berkaitan dengan pengaruh dua variabel atau lebih variabel independen terhadap variabel dependennya yang diukur dengan skala rasio dalam suatu persamaan linear. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *growth opportunity* dan *corporate social responsibility*, sedangkan variabel dependennya adalah *earnings response coefficient*. Serta adanya variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan.

Menurut Sugiyono (2014:256) persamaan umum regresi linier berganda tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = *earnings response coefficient*

$\alpha$  = koefisien konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = koefisien regresi

$X_1$  = *growth opportunity*

$X_2$  = *corporate social responsibility*

$e$  = tingkat kesalahan (error)

### 3.5.1.5 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan.

Menurut Sunyoto (2016:57) menyatakan:

“Tujuan uji kolerasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat ataukah tidak kuat, apakah hubungan tersebut positif tau negatif”.

Menurut Sugiyono (2014:241) terdapat beberapa macam teknik kolerasi yaitu:

1. *Kolerasi product moment* : Digunakan untuk skala rasio
2. *Spearman rank* : Digunakan untuk skala ordinal
3. *Kendall's tau* : Digunakan untuk skala ordinal

Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier) adalah korelasi *Pearson Product Moment* ( $r$ ).

Menurut Sugiyono (2016: 228):

“Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel

berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama”.

Rumus korelasi *Pearson Product Moment* ( $r$ ) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_1 Y_1 - (\sum X_1)(\sum Y_1)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 (\sum X_1)^2\} \{n \sum Y_1^2 (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien Korelasi Product Moment

$X_1$  = Variabel Independen (*growth opportunity*)

$X_2$  = Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*)

$Y$  = Variabel Dependen (*Earnings Response Coefficient*)

$n$  = Banyaknya sampel yang diteliti

Dari hasil yang diperoleh dengan rumus di atas, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel X dan variabel Y. Pada hakikatnya nilai  $r$  dapat bervariasi dari  $-1$  hingga  $+1$ , atau secara sistematis dapat ditulis menjadi  $-1 \leq r \leq +1$ . Hasil dari perhitungan akan memberikan tiga alternatif, yaitu:

1. Bila  $r = 0$  atau mendekati  $0$ , maka korelasi antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Bila  $r = +1$  atau mendekati  $+1$ , maka korelasi antara kedua variabel adalah kuat dan searah, dikatakan positif.
3. Bila  $r = -1$  atau mendekati  $-1$ , maka korelasi antara kedua variabel adalah kuat dan berlawanan, dikatakan negatif.

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut:

**Tabel 3.11**  
**Kategori Koefisien Korelasi**

<b>Interval Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
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

Sumber: Sugiyono (2014:242)

### 3.5.2 Uji Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka diajukan hipotesis sebagai jawaban sementara yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya.

Tujuan uji hipotesis menurut Sunyoto (2016:29) adalah sebagai berikut:

“Tujuan uji beda atau uji hipotesis ini adalah menguji harga-harga statistik, mean dan proporsi dari satu atau dua sampel yang diteliti. Pengujian ini dinyatakan hipotesis yang saling berlawanan yaitu apakah hipotesis awal (nihil) diterima atau ditolak. Dilakukan pengujian harga-harga statistik dari suatu sampel karena hipotesis tersebut bisa merupakan pernyataan benar atau pernyataan salah”.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dan secara simultan (Uji F).

### 3.5.2.1 Uji t atau Uji Parsial (t-test)

Uji parsial (t-test) merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, dimana pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Menurut Ghozali (2013:98), uji t digunakan untuk:

“Menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen”.

Langkah-langkah dalam melakukan uji t adalah:

1. Hipotesis *growth opportunity*

$H_0 : \beta_1 = 0$  : tidak terdapat pengaruh antara *growth opportunity* terhadap *earnings response coefficient*.

$H_a : \beta_1 \geq 0$  : terdapat pengaruh antara *growth opportunity* terhadap *earnings response coefficient*.

2. Hipotesis *corporate social responsibility*

$H_0 : \beta_2 = 0$  : tidak terdapat pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*.

$H_a : \beta_2 \geq 0$  : terdapat pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*.

### 3. Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan derajat bebas (db) =  $n - k - 1$  untuk memperoleh nilai t tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

### 4. Menentukan Nilai T Hitung

Uji signifikansi t dapat dilakukan dengan rumus statistik sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

(Sugiyono 2014:250)

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = Jumlah data

### 5. Kriteria Pengambilan Keputusan:

- a. Tolak  $H_0$  jika tingkat signifikansi  $\alpha < 0,05$ , berarti variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
- b. Terima  $H_0$  jika tingkat signifikansi  $\alpha < 0,05$ , berarti variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

#### 3.5.2.2 Uji F atau Uji Simultan

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F atau simultan digunakan untuk melihat pengaruh *growth*

*opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis adalah:

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$  : tidak terdapat pengaruh antara *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  : terdapat pengaruh antara *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient*.

2. Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang dipilih adalah 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan derajat bebas (db) =  $n-k-1$  untuk memperoleh nilai F tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

3. Menentukan Nilai F Hitung

Pengujian  $F_{ht}$  dapat dihitung dari formula sebagai berikut (Ariefianto,2012:22) :

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

Keterangan:

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

4. Kriteria Pengambilan Keputusan:

a.  $H_0$  ditolak jika tingkat signifikansi  $< 0,05$

b.  $H_0$  diterima jika tingkat signifikansi  $> 0,05$

### 3.5.2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menurut Gujarati (2012:172) adalah:

“Ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya”.

Untuk melihat besar pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, koefisien determinasi diperoleh dari:

$$Kd = \text{Zero Order } r \times 100\%$$

Menurut Sugiyono (2011:231) koefisien determinasi secara simultan diperoleh dari koefisien korelasi pangkat dua yaitu sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien yang dikuadratkan

Kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika kd mendekati 0, maka pengaruh variabel independen yaitu *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient* yaitu lemah.
2. Jika kd mendekati 1, maka pengaruh variabel independen yaitu *growth opportunity* dan *corporate social responsibility* terhadap *earnings response coefficient* yaitu kuat.