

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian merupakan serangkaian pengamatan untuk menunjukkan kebenaran dari pemecahan masalah selama jangka waktu tertentu terhadap suatu fenomena. Dengan adanya penelitian, sehingga membutuhkan suatu metode atau cara sebagai langkah - langkah yang harus ditempuh oleh peneliti dalam memecahkan suatu permasalahan untuk mencapai tujuan tertentu. Metode penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam menganalisis masalah yang diteliti, karena dirancang melalui langkah - langkah penelitian yang dimulai dari operasionalisasi variabel, penentuan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan diakhiri dengan merancang analisis data pengujian hipotesis.

Menurut Sugiyono (2017:2) definisi metode penelitian adalah:

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara-cara yang dilakukan itu dapat diminati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis”.

Dengan metode penelitian, penulis bermaksud mengumpulkan data dan mengamati secara seksama mengenai aspek-aspek tertentu yang berkaitan erat dengan

masalah yang diteliti sehingga akan diperoleh data yang menunjang penyusunan laporan penelitian.

Metode penelitian dirancang melalui langkah-langkah penelitian dimulai dari operasionalisasi variabel, penentuan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan diakhiri dengan merancang analisis data dan pengujian hipotesis. Dalam melakukan penyusunan skripsi ini metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2014:86) metode penelitian deskriptif adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Metode Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan *Islamic Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan*.

Sedangkan Metode Verifikatif menurut Sugiyono (2014:55) adalah sebagai berikut:

“Metode verifikatif adalah metode penelitian yang pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistic yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$ . Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau tidak”.

Dalam penelitian ini, tujuan dari metode verifikatif digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

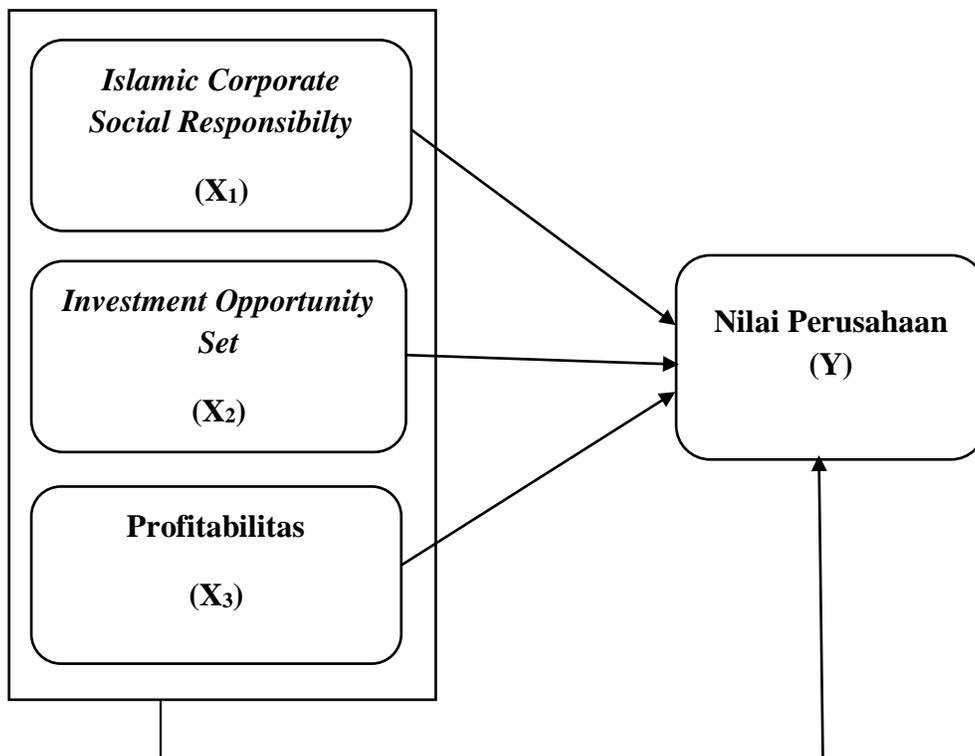
Menurut Sugiyono (2014:41) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut:

“Suatu saran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal subjektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).”

Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu yaitu pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

### 3.2.1 Model Penelitian

Model penelitian adalah abstraksi dari fenomena yang sedang diteliti yaitu mengenai yaitu pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Model penelitian dapat dilihat dari gambar 3.1 dibawah ini:



**Gambar 3.1**  
**Model Penelitian**

Bila dijabarkan secara sistematis, maka hubungan dari variabel diatas yaitu:

$$Y = f (X_1, X_2, X_3)$$

Dimana:

$X_1$  = *Islamic Corporate Social Responsibility*

$X_2$  = *Investment Opportunity Set*

$X_3$  = Profitabilitas

Y = Nilai Perusahaan

f = Fungsi

Maksud dari model diatas adalah bahwa Nilai Perusahaan (Y) dipengaruhi oleh *Islamic Corporate Social Responsibility* ( $X_1$ ), *Investment Opportunity Set* ( $X_2$ ), Profitabilitas ( $X_3$ ). Dengan kata lain bahwa Y adalah fungsi dari  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  atau Y dipengaruhi oleh  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ .

### **3.3 Unit Analisis dan Unit Observasi**

#### **3.3.1 Unit Analisis**

Unit analisis merupakan sesuatu yang berkaitan dengan komponen yang akan diteliti. Penentuan unit analisis ini sangat penting agar tidak terjadi kesalahan dalam pengumpulan data dan pengambilan simpulan nantinya.

Menurut Sangadji & Sopiah dalam Sylvia Eka Yulianti (2017) unit analisis adalah:

“Unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian”.

Dalam penelitian ini yang menjadi unit penelitian adalah Perusahaan. Dalam hal ini perusahaan listing yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

### **3.3.2 Unit Observasi**

Unit observasi merupakan kesatuan atau segala sesuatu yang karakteristiknya akan di periksa atau merupakan objek yang akan di periksa.

Dalam penelitian ini unit observasi yang digunakan adalah laporan tahunan perusahaan periode 2013-2017 yang telah diaudit. Laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

## **3.4 Definisi Variabel dan Pengukurannya**

### **3.4.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan hal yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum memulai dalam pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2017:38) definisi variabel penelitian 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 inipenulis menggunakan tiga variable bebas (independent variable), dan satu variable terikat (dependen variable). Berdasarkan judul penelitian adalah *Islamic Corporate Social Responsibility*,

*Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Maka definisi dari setiap variabel dan pengukurannya adalah sebagai berikut:

## **1. Variabel Independen**

Menurut Sugiyono (2016:39) pengertian variabel independen atau variabel bebas adalah:

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

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas.

### **a. *Islamic Corporate Social Responsibility***

Menurut Muhammad Yasir (2017:52) konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* yaitu:

“Didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah SWT dan khalifah yang adil. Hubungan antara dua tugas utama ini adalah seiring dan tidak boleh diabaikan antara satu dengan yang lainnya”.

Metode yang digunakan untuk mengukur ICSR yaitu menggunakan pengungkapan *Islamic Social Reporting Index*, menggunakan analisis konten dilakukan terhadap 43 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan perusahaan. Item yang

diungkapkan kemudian diakumulasikan dan dilihat presentase item yang diungkapkan dari keseluruhan item.

**b. *Investment Opportunity Set***

Menurut Jogiyanto Hartono (2003:58) menyatakan sebagai berikut:

“Kesempatan Investasi atau *Investment Opportunity Set* (IOS) menggambarkan tentang luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi suatu perusahaan.”

Variabel *Investment Opportunity Set* yang digunakan sebagai variabel independen perusahaan dalam penelitian ini adalah *market to book value of assets* (MBVA) Nurcahyo dan Putriani (2009).

**c. Profitabilitas**

Menurut Munawir (2014:33), definisi profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.”

Menurut Irham Fahmi (2015:80) Rasio *return on equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas *equity*. Di beberapa referensi disebut juga dengan rasio *total asset turnover* atau perputaran *total asset*. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.

## 2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian variabel dependen atau variabel terikat adalah:

“Variabel yang sering disebut sebagai variabel ouput, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Dalam penelitian ini, variabel dependen atau terikat adalah Nilai Perusahaan.

Menurut Irham Fahmi (2015:82) bahwa:

“Nilai perusahaan yaitu Rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar, pasar ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.”

Pengukuran Nilai Perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *Price to book value* dalam menentukan nilai pasar. Semakin nilai P/BV suatu saham mengindikasikan persepsi pasar yang berlebihan terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya jika P/BV rendah, maka diartikan sebagai sinyal *good investment opportunity* dalam jangka panjang.

### 3.4.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel sangat penting dan diperlukan dalam penelitian yaitu untuk menentukan jenis, indikator dan skala dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan dengan benar.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set* dan *Profitabilitas*. Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	<i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>  (X <sub>1</sub> )	“Didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah	$ICSR = \sum \frac{X_{ij}}{n_j}$ <p>Keterangan:            ICSR: <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>            X<sub>ij</sub>: Jumlah item yang diungkapkan            N<sub>j</sub>: Total jumlah item yang harus diungkapkan</p> <p>(Othman <i>et. al</i>, 2009)</p>	Rasio

		SWT dan khalifah yang adil. Hubungan antara dua tugas utama ini adalah seiring dan tidak boleh diabaikan antara satu dengan yang lainnya” Muhammad Yasir (2017:52)		
2	<i>Investment Opportunity Set (X<sub>2</sub>)</i>	“Kesempatan Investasi atau <i>Investment Opportunity Set (IOS)</i> menggambarkan tentang luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi suatu perusahaan.” Jogiyanto Hartono (2003: 58)	$MBVE = \frac{(Saham\ yang\ beredar \times Harga\ Saham\ Penutupan)}{Total\ Equity}$ <p>Nurchahyo dan Putriani (2009)</p>	Rasio
3	<i>Profitabilitas (X<sub>3</sub>)</i>	“Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas	$ROE = \frac{Earning\ After\ Tax}{Stakeholder's\ equity}$ <p>Irham Fahmi (2015:80)</p>	Rasio

		<p>suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.”</p> <p>Munawir (2014:33)</p>		
4	<p>Nilai Perusahaan (Y)</p>	<p>Nilai perusahaan yaitu Rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar, pasar ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.</p> <p>Irham fahmi (2015:82)</p>	$PBV = \frac{MPS}{BPS}$ <p>Irham Fahmi (2012:84)</p>	Rasio

### 3.5 Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek penelitian yang akan diteliti. Subjek tersebut dapat berupa sejumlah nilai yang diperoleh dari hasil perhitungan tertentu.

Menurut Sugiyono (2017:80) pengertian populasi adalah:

“...wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau sekedar objek itu”.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa populasi merupakan keseluruhan karakteristik dan kualitas yang ditetapkan penulis pada obyek atau subyek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017. Populasi perusahaan dalam penelitian ini berjumlah 30 perusahaan. Berikut nama-nama perusahaan yang dijadikan populasi dalam penelitian.

**Tabel 3.2**

**Perusahaan-perusahaan yang Menjadi Populasi Penelitian**

<b>No</b>	<b>Kode Saham</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
1.	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
2.	ADRO	Adaro Energy Tbk
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk
4.	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk
5.	ASII	Astra International Tbk
6.	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk
7.	CTRA	Ciputra Development Tbk
8.	EXCL	XL Axiata Tbk
9.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
10.	INCO	Vale Indonesia Tbk

11.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
12.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
13.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk
14.	LPPF	Matahari Development Store Tbk
15.	LSIP	PP London Sumatera Plantation Tbk
16.	MYRX	Hanson International Tbk
17.	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
18.	PPRO	PP Properti Tbk
19.	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk
20.	PTPP	PP (Persero) Tbk
21.	PWON	Pakuwon Jati Tbk
22.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
23.	SMRA	Summarecon Agung Tbk
24.	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk
25.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
26.	TPIA	Chandra Asri Petrochemical Tbk
27.	UNTR	United Tractors Tbk
28.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
29.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk
30.	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk

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

### **3.6 Sampling dan Teknik Sampling**

#### **3.6.1 Sampel**

Sampel merupakan sebagian subjek yang diambil dari keseluruhan subjek penelitian atau populasi. Jumlah dari sebagian inilah yang akan dijadikan sebagai fokus penelitian. Tentu saja jumlah sebagian yang diambil tersebut harus mewakili seluruh jumlah subjek penelitian atau populasi.

Menurut Sugiyono (2017:81), pengertian sampel adalah:

“...bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel itu, diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* atau mewakili”.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel terpilih adalah Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017.

### **3.6.2 Teknik Sampling**

Sampling dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengumpulkan data yang sifatnya tidak menyeluruh yaitu mencakup seluruh obyek penelitian (populasi) tetapi hanya sebagian dari populasi saja.

Menurut Sugiyono (2017:81) teknik sampling adalah sebagai berikut:

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

Menurut Sugiyono (2017:82) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu:

#### *1. Probability Sampling*

Probability sampling adalah teknik pengembalian sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi: simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random sampling, dan sampling area (cluster).

#### *2. Non Probability Sampling*

Non probability sampling adalah 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, snowball.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah teknik *non probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2017:84) *non probability sampling* adalah:

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

Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2017:85) *purposive sampling* adalah:

“Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang penulis tentukan, oleh karena itu penulis memilih teknik *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan penulis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar secara konsisten di Jakarta Islamic Index (JII) dari periode 2013-2017.
2. Perusahaan yang secara berturut – turut mengungkapkan ICSR dalam laporan tahunannya selama periode 2013-2017.

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Sampel**

Kriteria Sampel	Jumlah
<b>Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) dari periode 2013-2017</b>	30
<b>Pengurangan Sampel Kriteria 1:</b> Perusahaan yang tidak terdaftar secara konsisten di Jakarta Islamic Index (JII) dari periode 2013-2017.	(12)
<b>Pengurangan Sampel Kriteria 2:</b> Perusahaan yang tidak mengungkapkan ICSR dalam laporan tahunannya secara berturut-turut periode (2013-2017)	(4)
<b>Total perusahaan yang menjadi Sampel</b>	14

Setelah ditentukan kriteria pemilihan sampel, maka berikut ini nama-nama perusahaan yang terpilih memenuhi kriteria tersebut untuk dijadikan sampel penelitian:

**Tabel 3.4**  
**Perusahaan-perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian**

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
2	AKRA	AKR Corporindo Tbk
3	ASII	Astra International Tbk
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6	KLBF	Kalbe Farma Tbk
7	LPKR	Lippo Karawaci Tbk
8	LSIP	PP London Sumatera Plantation Tbk
9	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
10	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk

11	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
12	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
13	UNTR	United Tractors Tbk
14	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk

Sumber: Data yang diolah kembali

### **3.7 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.7.1 Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atau variabel yang diwakilinya. Data kuantitatif tersebut diperoleh dengan mengunduh laporan tahunan perusahaan sesuai dengan kriteria penelitian pada Jakarta Islamic Index melalui website Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com).

#### **3.7.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

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

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

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan metode studi dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan laporan keuangan tahunan, kemudian melakukan penelaahan data-data

dan informasi yang akan digunakan seperti laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017 yang dimuat dalam [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Selain metode studi dokumentasi, penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu dengan menggumpulkan data-data dari sumber-sumber pustaka yang mendukung penelitian ini berupa buku-buku, jurnal, makalah dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### **3.8 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis**

#### **3.8.1 Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk dijadikan solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian.

Menurut Sugiyono (2017: 147) analisis data adalah:

“...mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi 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”.

Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

### 3.8.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data. Karakteristik yang dimaksud antara lain: Nilai Mean, Median, Sum, Variance, Standar error, Standar Error of Mean, Mode, Range atau rentang, minimal, maksimal, dan masih banyak lagi.

Menurut Sugiyono (2017:147) Statistik deskriptif 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”.

Pendekatan yang dapat digunakan dalam melakukan analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi, perhitungan presentase, serta perhitungan rumus panjang kelas untuk menentukan interval kriteria (Sugiyono, 2016:207).

Analisis deskriptif ini dilakukan pembahasan mengenai bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Berikut analisis deskriptif *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

Beikut ini akan dijelaskan kriteria penilaian untuk tiap – tiap variabel, diantaranya.

## 1. Kriteria Penilaian *Islamic Corporate Social Responsibility*

- a. Menentukan laporan *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* pada perusahaan.
- b. Menentukan jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan dengan indikator *Islamic Social Reporting (ISR)* sebanyak 43 item.
- c. Menghitung ICSR dengan rumus sebagai berikut:

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

- d. Menentukan penilaian *Islamic Corporate Social Responsibility*.
- e. Apabila perusahaan mengungkapkan icsr berarti memperoleh 100%, bila tidak sama sekali memperoleh 0%, maka 100% - range 0%.
- f. Jumlah kriteria 5 sehingga interval dari masing-masing range 100% dibagi 5.
- g. Kesimpulan

**Tabel 3.5**

### **Kriteria Penilaian ICSR**

<b>No</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Interval</b>
1	Sangat Rendah	0,00% - 20,00%
2	Rendah	21,00% - 40,00%
3	Sedang	41,00% - 60,00%
4	Tinggi	61,00% - 80,00%
5	Sangat Tinggi	81,00% - 100,00%

## 2. Kriteria Penilaian *Investment Opportunity Set*

Penilaian atas *Investment Opportunity Set* dapat dilihat dari tabel kriteria penilaian di bawah ini.

- a. Menentukan jumlah saham yang beredar
- b. Menentukan jumlah harga saham penutupan
- c. Menentukan total ekuitas
- d. Menghitung besarnya *Set Kesempatan Investasi (IOS)*
- e. Menghitung *mean* dari data hasil perhitungan *Set Kesempatan Investasi (IOS)*.
- f. Menentukan kriteria sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
**Kriteria Penilaian *Investment Opportunity Set (IOS)***

Batas Bawah (nilai min)	(range)	Batas atas 1	Sangat Rendah
(Batas atas 1) + 0,01	(range)	Batas atas 2	Rendah
(Batas atas 2) + 0,01	(range)	Batas atas 3	Sedang
(Batas atas 3) + 0,01	(range)	Batas atas 4	Tinggi
(Batas atas 4) + 0,01	(range)	Batas atas 5 (nilai maks)	Sangat Tinggi

Keterangan:

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

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

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

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

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

- g. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh.

### 3. Kriteria Penilaian Profitabilitas

Profitabilitas ( ROE)

- a. Menentukan laba bersih yang diperoleh
- b. Menentukan jumlah modal saham atau modal sendiri.
- c. Membagi laba bersih dengan jumlah modal
- 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) =  $\frac{\text{nilai mak}-\text{nilai min}}{5 \text{ kriteria}}$
- g. Menentukan nilai rata-rata setiap variabel penelitian.

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk setiap variabel penelitian:

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Penilaian Profitabilitas (ROE)**

Batas bawah (nilai min)	(range)	Batas atas 1	Sangat Rendah
(Batas atas 1) + 0,01	(range)	Batas atas 2	Rendah
(Batas atas 2) + 0,01	(range)	Batas atas 3	Sedang
(Batas atas 3) + 0,01	(range)	Batas atas 4	Tinggi
(Batas atas 4) + 0,01	(range)	Batas atas 5 (nilai max)	Sangat Tinggi

Keterangan:

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

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

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

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

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

h. Menarik Kesimpulan

#### 4. Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan

a. Menentukan harga pasar per lembar saham

b. Menentukan nilai buku perlembar saham.

c. Membagi harga pasar perlembar saham dengan nilai buku per lembar saham.

d. Menentukan nilai rata rata nilai perusahaan untuk seluruh perusahaan selama 5

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

tahun.

e. Menunjukkan jumlah kriteria yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi

f. Menentukan nilai maksimum dan minimum

g. Menentukan jarak dengan cara menghitung selisih maksimum dan minimum

dibagi 5 kriteria.  $\frac{\text{nilai mak}-\text{nilai min}}{5 \text{ kriteria}}$

h. Membuat tabel frekuensi nilai perusahaan

**Tabel 3.8**  
**Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan (PBV)**

Batas bawah (nilai min)	(range)	Batas atas 1	Sangat Rendah
(Batas atas 1) + 0,01	(range)	Batas atas 2	Rendah
(Batas atas 2) + 0,01	(range)	Batas atas 3	Sedang
(Batas atas 3) + 0,01	(range)	Batas atas 4	Tinggi
(Batas atas 4) + 0,01	(range)	Batas atas 5 (nilai max)	Sangat Tinggi

Keterangan:

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

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

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

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

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

- i. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh.

### **3.8.3 Analisis Verifikatif**

Menurut Sugiyono (2012:8) pengertian analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

“Penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility*, *Investment Opportunity Set*, dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2013-2017. Metode analisis ini dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

#### **3.8.3.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat regresi linier. Ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi di antaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi berganda), uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

## 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model sebuah regresi variabel dependen dan independen atau keduanya terdistribusi secara normal. Selain itu, uji normalitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar data terdistribusi secara normal dalam variabel yang digunakan di dalam penelitian ini. Pengujian normalitas data menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS.

Menurut Ghozali (2011: 160), 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:

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya

tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen (bebas). Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai kolerasi antar semua variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2011:105).

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

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

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

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun

data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Imam Ghozali, 2013:139). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan menggunakan grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya dengan dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi *heteroskedastisitas*.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

#### **4. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Singgih Santoso, 2012:241).

Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik *Durbin-Watson* ( $D-W$ ) dengan kriteria sebagai berikut:

$$D - W = \frac{\sum (u_t - u_{t-1})^2}{\sum u_t^2}$$

- a. Jika  $DW < DL$  atau  $DW > 4DL$ , maka kesimpulannya pada data terdapat autokolerasi.
- b. Jika  $DU < DW < 4-DU$ , maka kesimpulannya pada data tidak terdapat autokolerasi.
- c. Jika  $DL < DW < DU$  atau  $4-DL < DW < 4-DL$ , maka tidak ada kesimpulan yang pasti.

### 3.8.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

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

Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3$$

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi variabel  $X_1, X_2, X_3$

$x_1$  = *Islamic corporate social responsibility*

$x_2$  = *Investment Opportunity Set*

$x_3$  = Profitabilitas

### 3.8.3.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara masing-masing variabel. Dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif atau negatif antara masing-masing variabel, maka penulis menggunakan rumusan korelasi *pearson product moment*. Adapun rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2013:248) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *pearson*

$X_i$  = Variabel independen

$Y_i$  = Variabel dependen

$n$  = Banyak Sampel

Pada dasarnya, nilai dapat bervariasi dari -1 sampai dengan +1 atau secara sistematis dapat ditulis  $-1 < r < +1$ .

- a. Bila  $r = 0$  atau mendekati nol, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali sehingga tidak mungkin terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. Bila  $0 < r < 1$ , maka korelasi antara kedua variabel dapat dikatakan positif atau bersifat searah, dengan kata lain kenaikan atau penurunan nilai-nilai variabel independen terjadi bersama-sama dengan kenaikan atau penurunan nilai-nilai variabel dependen.
- c. Bila  $-1 < r < 0$ , maka korelasi antara kedua variabel dapat dikatakan negatif atau bersifat berkebalikan, dengan kata lain kenaikan nilai-nilai variabel independen akan terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai variabel dependen atau sebaliknya.

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, penulis menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2017:184) sebagai berikut:

**Tabel 3.9**

**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interpretasi Koefisien Korelasi Besarnya Pengaruh</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

### 3.8.3.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari perusahaan yang terkontrol maupun dari observasi tidak terkontrol. Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui kebenaran dan relevansi antara variabel independen yang diusulkan terhadap variabel dependen serta untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:93) pengertian hipotesis adalah sebagai berikut:

“Jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaa, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori-teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis secara parsial (Uji  $t$ ) dan secara simultan (Uji  $F$ ). Adapun penjelasan dari masing-masing pengujian adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Parsial ( $t$ test)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji  $t$ ) dan dalam pengujian hipotesis ini peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Menurut Imam 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".

Uji signifikan terhadap hipotesis yang telah ditentukan dengan menggunakan uji *t*. Menurut Sugiyono (2014:243), rumus untuk menguji uji *t* sebagai berikut:

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

Keterangan:

*t* = Nilai Uji *t*

*r* = Koefisien korelasi

*r*<sup>2</sup> = Koefisien determinasi

*n* = Jumlah sampel

Masing – masing *t* hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan tabel yang diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Persamaan regresi akan dinyatakan berarti/ signifikan jika nilai *t* signifikan lebih kecil sama dengan 0,05. Kriteria untuk penerimaan atau penolakan hipotesis nol (*H*<sub>0</sub>) yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. *H*<sub>0</sub> akan diterima jika nilai signifikan > α = 0.05
- b. *H*<sub>0</sub> akan ditolak jika nilai signifikan < α = 0.05

Atau cara lain sebagai berikut:

- a. Jika *t*<sub>hitung</sub> > *t*<sub>tabel</sub> atau (-*t*<sub>hitung</sub>) < (-*t*<sub>tabel</sub>) maka *H*<sub>0</sub> ditolak
- b. Jika *t*<sub>hitung</sub> < *t*<sub>tabel</sub> atau (-*t*<sub>hitung</sub>) > (-*t*<sub>tabel</sub>) maka *H*<sub>0</sub> diterima

Bila  $H_0$  diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen dinilai tidak signifikan. Sedangkan penolakan  $H_0$  menunjukkan terdapat pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk pengujian parsial digunakan rumus hipotesis sebagai berikut:

$H_{01}:(\beta_1=0)$  : *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{\alpha_1}:(\beta_1\neq 0)$  *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

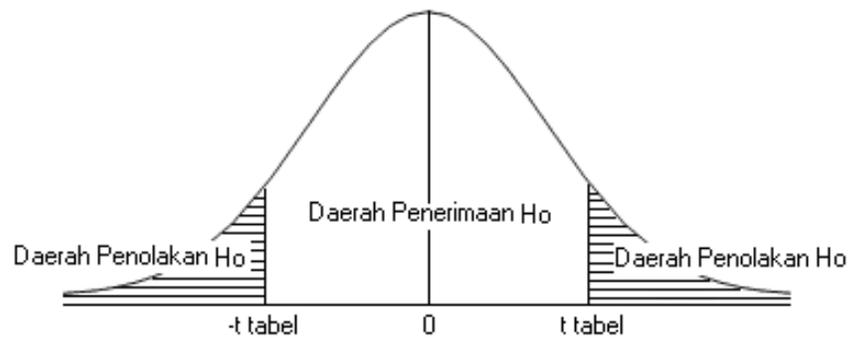
$H_{02}:(\beta_2=0)$  : *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{\alpha_2}:(\beta_2\neq 0)$  : *Investment Opportunity Set* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{03}:(\beta_3=0)$  : Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{\alpha_3}:(\beta_3\neq 0)$  : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Menurut Sugiyono (2014:240) daerah Penerimaan dan penolakan dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.2**  
**Uji Hipotesis Dua Pihak**

## 2. Uji Simultan (*f test*)

Uji pengaruh simultan (*F test*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik *F* pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Pengujian hipotesis menurut Sugiyono (2017:192) dapat digunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

$R$  = Koefisien Korelasi ganda

$K$  = Jumlah Variabel independen

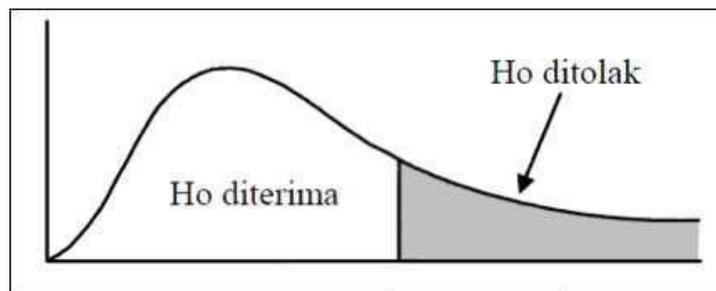
$N$  = Jumlah anggota sampel

$Dk = (n-k-1)$  derajat kebebasan

Setelah mendapatkan nilai  $F$  hitung ini, kemudian dibandingkan dengan nilai  $F$  tabel dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 yang mana akan diperoleh suatu hipotesis dengan syarat:

- a. Jika angka  $sig. \geq 0,05$ , maka  $H_0$  tidak ditolak.
- b. Jika angka  $sig. < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

Artinya apabila  $H_0$  diterima, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan tidak signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya apabila  $H_0$  ditolak menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.



**Gambar 3.3**

**Daerah Penolakan Hipotesis Uji  $f$**

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau tidak, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:

1.  $H_{04}: \beta_4 = 0$ : Tidak terdapat pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
2.  $H_{04}: \beta_4 \neq 0$ : Terdapat pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

### 3. Uji Koefisien Determinasi

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi ini berfungsi untuk menghitung persentase besarnya pengaruh variabel x terhadap y. Menurut Gujarati (2012:172) untuk melihat besar pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus berikut:

$$KD = \text{Zero Order } \beta \times 100\%$$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil mengindikasikan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk dilakukannya prediksi terhadap variabel dependen (Imam Ghazali, 2011:97). Adapun rumus koefisien determinasi secara simultan yaitu:

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

Keterangan:

*KD*: Koefisien determinasi

*R<sup>2</sup>*: Koefisien korelasi yang dikuadratkan