

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian (*research method*) merupakan suatu metode atau cara tertentu yang dipilih secara spesifik untuk memecahkan masalah yang diajukan dalam sebuah penelitian dan langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan investigasi pada data yang telah didapatkan tersebut. Metode penelitian memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi antara lain: prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, dan dengan langkah apa data-data tersebut diperoleh dan selanjutnya diolah dan dianalisis.

Pengertian metode penelitian menurut Sugiyono (2016:2) adalah sebagai berikut :

“Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu bersifat logis.”

Pengertian metode penelitian menurut Ulber Silalahi (2012:12) adalah sebagai berikut :

“Metode penelitian merupakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atau masalah tersebut.”

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2016:7) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan:

“Metode ini disebut sebagai metode *positivistic* karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.”

### 3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek penelitian menjadi suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda.

Menurut Sugiyono (2016:39) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut :

“Objek penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.”

Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan penulis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu yaitu pengaruh *Leverage*, *Investment Opportunity Set*, dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*

terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2014-2018.

### 3.1.2 Pendekatan Penelitian

Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti dan akan memperoleh data yang menunjang penyusunan laporan penelitian.

Metode penelitian dirancang melalui langkah-langkah penelitian dimulaidari 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 *Leverage*, *Investment Opportunity Set*, Pengungkapan *Islamic Soscial Reporting* (ISR), 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 statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1, X2 dan X3 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 *Leverage*, *Investment Opportunity Set*, dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* periode 2013-2017.

### **3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:38) adalah sebagai berikut :

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

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian variabel penelitian adalah sebagai berikut :

“Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian variabel penelitian adalah sebagai berikut :

“variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen/terikat.”

Berdasarkan pengertian di atas, bahwa variabel penelitian adalah suatu objek atau kegiatan yang mempengaruhi atau menjadi timbulnya variabel dependen yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan judul penelitian yang akan diteliti maka variabel-variabel dalam judul penelitian dikelompokkan menjadi dua macam variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

### 3.2.1 Definisi Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Menurut Sugiyono (2016:39) variabel independen adalah :

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

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *Leverage*, *Investment Opportunity Set*, dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

#### a. *Leverage*

Menurut Kasmir (2013:151) rasio *leverage* adalah sebagai berikut :

“Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dikuidiasi). Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang.”

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *leverage* dalam penelitian ini adalah dengan *debt to equity ratio* yang dikemukakan oleh Kasmir (2014:155) yaitu dengan cara membagi total utang dengan total ekuitas. *Leverage* merupakan

pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* yang merupakan rasio utang atau sering disebut juga dengan rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi.

*Leverage* juga bisa sebagai salah satu yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan. Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar.

b. *Investment Opportunity Set*

Menurut Irfan Rahmadhana (2012) *investment opportunity set* adalah sebagai berikut:

“IOS memberikan petunjuk yang lebih luas dengan nilai perusahaan tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa yang akan datang, sehingga prospek perusahaan dapat ditaksir dari *Investment Opportunity Set* (IOS). IOS didefinisikan sebagai kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*assets in place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang dengan *net present value positif*.”

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

c. Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Variabel Independen atau bebas dalam penelitian ini adalah *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah konsep dari CSR yang berlandaskan Islami yang dikembangkan dari CSR konvensional. Variabel ini diukur melalui mekanisme pemberian skor atas item-item komponen pengungkapan *Islamic Social Reporting*, menggunakan analisis konten dilakukan terhadap 43 item. Item-item tersebut berdasarkan nilai-nilai Islam yang diadopsi dari penelitian Othman et al. (2009) dengan beberapa penyesuaian. Adapun komponen utama yang diungkapkan dari indeks ISR adalah terdiri dari 6 komponen yaitu:

1. Tema Pembiayaan dan Investasi
2. Tema Produk dan Jasa
3. Tema Karyawan
4. Tema Masyarakat
5. Tema Lingkungan
6. Tema Tata Kelola Perusahaan

### 3.2.2 Definisi Variabel Dependen

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

“Variabel yang sering disebut sebagai variabel output, 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 tinggi nilai PBV suatu saham mengindikasikan persepsi pasar yang berlebihan terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya jika PBV rendah, maka diartikan sebagai sinyal *good investment opportunity* dalam jangka panjang.

### **3.2.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Operasionalisasi variabel untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan tepat sesuai dengan judul penelitian mengenai Pengaruh *Leverage, Investment Opportunity Set* dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* Terhadap Nilai Perusahaan.



Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Penelitian**  
**Variabel Independen**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Leverage</i> ( $X_1$ )	Rasio <i>leverage</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidias). Rasio <i>leverage</i> adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang.  <b>Kasmir (2013:151)</b>	<i>Debt to Equity Ratio</i> dihitung dengan rumus:  <i>Debt to Equity Ratio</i>  $\frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}} \times 100 \%$  <b>Kasmir (2013:157)</b>	Rasio

<p><i>Investment Opportunity Set</i> (X<sub>2</sub>)</p>	<p><i>Investment opportunity set</i> merupakan nilai kesempatan investasi dan merupakan pilihan untuk membuat investasi dimasa yang akan datang. <i>Investment opportunity set</i> ini berkaitan dengan peluang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang.</p> <p><b>Haryetti dan Ekayanti (2012)</b></p>	<p><i>Market to book value of equity</i> (MBVE) dihitung dengan rumus:</p> $MBVE = \frac{\text{Saham yg beredar} \times \text{Hrg saham penutup}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$ <p><b>Nurchahyo dan Putriani (2009)</b></p>	Rasio
<p>Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (X<sub>3</sub>)</p>	<p><i>Islamic Social Responsibility</i> (ISR) merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item</p>	<p>Rumus perhitungan <i>Disclosure Level</i> yaitu:</p> $Disclosure\ level = \frac{\sum X}{n} \times 100\%$ <p><b>Othman (2009) dalam (Sutapa dan Heri, 2018)</b></p>	Rasio

	<p>standar CSR yang ditetapkan oleh <i>Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions</i> (AAOIFI).</p> <p><b>Sutapa dan Heri (2018)</b></p>	<p>Keterangan:  <i>Disclosure level</i> = <i>Islamic Social Reporting</i>  <math>\Sigma X</math> = Jumlah item/ indikator yang diungkapkan  <math>n</math> = Total item/indikator pengungkapan</p>	
--	---	--	--

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel Penelitian**  
**Variabel Dependen**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<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><b>Irham Fahmi (2015:82)</b></p>	<p><i>Price Earning ratio</i> dihitung dengan rumus :</p> $PER = \frac{MPS}{EPS} \times 100\%$ <p>Keterangan :  PER = <i>Price Earning Ratio</i>  MPS = <i>Market Price Per Share</i> atau Harga pasar per saham  EPS = <i>Earning Per Share</i> atau Laba per saham</p> <p><b>Irham Fahmi (2015:138)</b></p>	<p>Rasio</p>

### 3.3 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 (2016:80) populasi dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

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

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2014-2018. Populasi perusahaan dalam penelitian ini berjumlah 30 perusahaan. Berikut nama-nama perusahaan yang dijadikan populasi dalam penelitian.

**Tabel 3.3**  
**Perusahaan-perusahaan yang Menjadi Populasi Penelitian**

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	ADRO	Adaro Energy Tbk.
2	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
3	ANTM	Aneka Tambang Tbk.
4	ASII	Astra Internasional Tbk.
5	BRPT	Barito Pacific Tbk.
6	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.
7	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
8	CTRA	Ciputra Development Tbk
9	EXCL	XL Axiata Tbk.
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
11	INCO	Vale Indonesia Tbk.
12	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.

13	INDY	Indika Energy Tbk.
14	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.
15	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
16	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.
17	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
18	LPPF	Matahari Department Store Tbk.
19	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.
20	PTBA	Bukit Asam Tbk.
21	PTPP	PP (Persero) Tbk.
22	SCMA	Surya Citra Media Tbk.
23	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.
24	SMRA	Summarecon Agung 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	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk.

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

### 3.4 Sampling Dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 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 (2016:81) definisi sampel ialah sebagai berikut :

“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).”

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel terpilih adalah Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2014-2018.

### 3.4.2 Teknik Sampling

Sampling dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengumpulkan data yang sifatnya tidak menyeluruh yaitu mencakup seluruh objek 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.”

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 2014-2018.
2. Perusahaan yang secara berturut-turut mengungkapkan ISR dalam laporan tahunannya selama periode 2014-2018.
3. Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah secara berturut-turut dari periode 2014-2018.

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Sampel**

Kriteria Sampel	Jumlah
<b>Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) dari periode 2014-2018.</b>	30
<b>Pengurangan sample kriteria 1:</b> Perusahaan yang tidak terdaftar secara konsisten di <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) dari periode 2014-2018.	(16)
<b>Pengurangan sample kriteria 2:</b> Perusahaan yang tidak mengungkapkan ISR dalam laporan tahunannya secara berturut-turut selama periode 2014-2018.	(2)
<b>Pengurangan sample kriteria 3:</b> Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah secara berturut-turut dari periode 2014-2018.	(1)
<b>Total perusahaan yang menjadi sample</b>	11

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

**Tabel 3.5**  
**Perusahaan-perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian**

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
2	ASII	Astra Internasional Tbk.
3	BSDE	Bumi Serpong Indonesia Tbk.
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
6	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
7	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.
8	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.
9	UNTR	United Tractors Tbk.
10	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
11	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.

Sumber: Data yang diolah kembali.

### 3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal sertasitus di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.



Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Menurut Sugiyono (2017:137) menjelaskan data sekunder adalah sebagai berikut :

“Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini.”

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yakni

berupa laporan tahunan perusahaan sesuai dengan kriteria penelitian pada *Jakarta*

*Islamic Index* periode 2014-2018. Data tersebut diperoleh melalui *website* Bursa

Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com).

### 3.5.2 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.

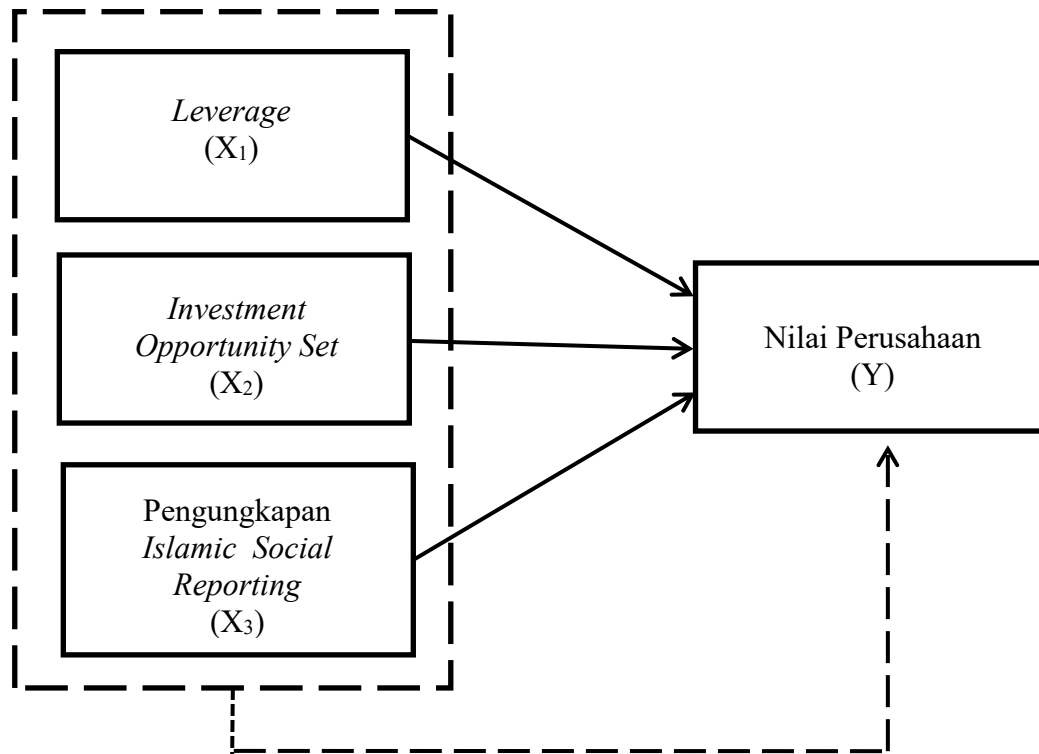
Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulismengumpulkan data dengan metode studi dokumentasi. Metode ini dilakukandengan cara mengumpulkan laporan keuangan tahunan, kemudian melakukan penelaahan data-data dan informasi yang akan digunakan seperti laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2014-2018 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 mengumpulkan 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.

### 3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan perhitungan statistik, yaitu dengan penerapan SPSS (*Statistical Product and Services Solutions*) for windows. Setelah data-data yang diperlukan dalam penelitian ini terkumpul, maka selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis verifikatif, uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas data, auto korelasi, dan uji hipotesis dengan uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji koefisien regresi sederhana (uji t), dan uji koefisien regresi secara simultan (uji F).

Untuk melakukan analisis data, maka perlu dibuat model penelitian. Model penelitian merupakan abstraksi dari fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini sesuai dengan judul skripsi penulis yaitu “Pengaruh *Leverage*, *Investment Opportunity Set* dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan”, maka model penelitian yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut :



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

Keterangan:

- > Pengaruh parsial  
 - - - - -> Pengaruh Simultan

Bila dijabarkan secara matematis, hubungan variabel tersebut adalah :

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

Dimana:

$X_1$  = *Leverage*

$X_2$  = *Investment Opportunity Set*

$X_3$  = *Pengungkapan Islamic Social Reporting*

Y = Nilai Perusahaan

F = Fungsi

### 3.6.1 Rancangan Analisis Data

#### 3.6.1.1 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 *Leverage*, *Investment Opportunity Set*, dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Nilai Perusahaan. Berikut analisis deskriptif *Leverage*, *Investment Opportunity Set*, dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) dan Nilai Perusahaan.

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

#### 1. Kriteria Penilaian *Leverage*

- a. Menentukan total *liabilities* pada setiap perusahaan.
- b. Menentukan total *equity* pada setiap perusahaan.

- c. Menentukan presentase *debt equity ratio* dengan membagi total *liabilities* dengan total *equity* perusahaan.
- d. Menentukan *mean* Perusahaan.
- e. Menunjukkan jumlah kriteria yang terdiri atas 5 kriteria yaitu sangatrendah, rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi.
- f. Menentukan nilai Maksimum dan minimum.
- g. Menentukan jarak (jarak interval kelas) dengan cara menghitung selisih nilai maksimum dan minimum kemudian dibagi 5 kriteria.

$$\text{Range} = \frac{\text{Nilai Maks} - \text{Nilai Min}}{5 \text{ Kriteria}}$$

- h. Membuat tabel frekuensi nilai perubahan untuk *leverage*.

**Tabel 3.6**  
**Kriteria Penilaian *Leverage***

<b>Interval</b>	<b>Range</b>	<b>Batas</b>	<b>Kriteria</b>
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	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.

## 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 *Investment Opportunity Set* (IOS)
- e. Menghitung *mean* dari data hasil perhitungan *Investment Opportunity Set* (IOS).
- f. Menentukan kriteria sebagai berikut :

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Penilaian *Investment Opportunity Set* (IOS)**

<b>Interval</b>	<b>Range</b>	<b>Batas</b>	<b>Kriteria</b>
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	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 Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

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

$$Disclosure\ level = \frac{\sum X}{n}$$

- d. Menentukan penilaian Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).
- e. Apabila perusahaan mengungkapkan ISR 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 3.8**  
**Kriteria Penilaian *Islamic Social Reporting* (ISR)**

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

### 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 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.

$$\text{Range} = \frac{\text{Nilai Maks} - \text{Nilai Min}}{5 \text{ Kriteria}}$$

- h. Membuat tabel frekuensi nilai perusahaan.

**Tabel 3.9**  
**Kriteria Penilaian Nilai Perusahaan**

<b>Interval</b>	<b>Range</b>	<b>Batas</b>	<b>Kriteria</b>
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	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.



### 3.6.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2012:8) pengertian analisis verifikatif adalah sebagaiberikut :

“Analisis verifikatif adalah metode penelitian yang pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau tidak.”

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *Leverage*, *Investment Opportunity Set*, dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* periode 2014-2018.

### 3.6.1.3 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 Imam 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:

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

### 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 heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Dengan cara melihat grafik *flot* 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-Waston* (D-W) dengan kriteria sebagai berikut:

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

#### 3.6.1.4 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 :

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

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

a = Konstanta

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

$X_1$  = *Leverage*

$X_2$  = *Investment opportunity set*

$X_3$  = Pengungkapan *Islamic social reporting (ISR)*

$\epsilon$  = Standar *error*

Dalam penelitian ini, variabel terikat (dependen variabel) adalah nilai perusahaan, dan variabel bebas (independen variabel) yaitu *leverage, investment opportunity set* dan *Islamic social reporting (ISR)*.

### 3.6.2 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

Koefisien korelasi  $r$  menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Nilai koefisien harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ( $-1 < r \leq +1$ ), yang menghasilkan beberapa kemungkinan, yaitu:

- 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 sebaliknya, 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 3.10**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interpretasi Koefisien Korelasi Besarnya Pengaruh</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 (2017:184).

### 3.6.3 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 pertanyaan, 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 (ujit) dan dalam pengujian hipotesis ini peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

Menurut Imam Ghozali (2011:98), uji t digunakan untuk :

“Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi 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

$r^2$  = Koefisien determinasi

$n$  = Jumlah sampel

Masing-masing  $t$  hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan table 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 ( $H_0$ ) yang digunakan adalah sebagai berikut :



- a.  $H_0$  akan diterima jika nilai signifikan  $> \alpha = 0.05$
- b.  $H_0$  akan ditolak jika nilai signifikan  $< \alpha = 0.05$

Atau cara lain sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(-t_{hitung}) < (-t_{tabel})$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika  $t_{hitung} < (-t_{tabel})$  atau  $(-t_{hitung}) > (-t_{tabel})$  maka  $H_0$  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 :

$H_{01}:(\beta_1=0)$  : *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{\alpha_1}:(\beta_1 \neq 0)$  : *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

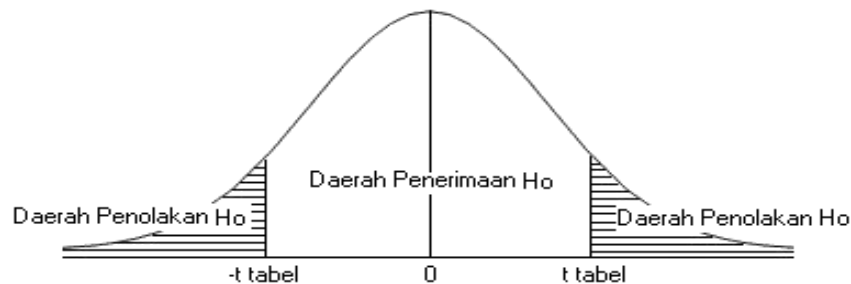
$H_{02}:(\beta_2=0)$  : *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

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

$H_{03}:(\beta_3=0)$  : *Islamic social reporting (ISR)* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

$H_{\alpha_3}:(\beta_3 \neq 0)$  : *Islamic social reporting (ISR)* 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 :

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

$Fh$  = Nilai uji f

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

$k$  = Jumlah variabel independen

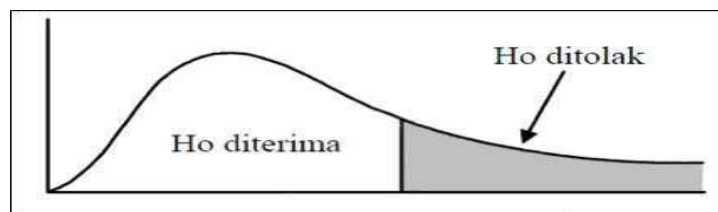
$n$  = Jumlah anggota sampel

$Dk = (n-k-1)$  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.  $H0_4: \beta_4 = 0$  :Tidak terdapat pengaruh *Leverage*, *Investment Opportunity Set* dan *Islamic Social Reporting (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan.
2.  $H0_4: \beta_4 \neq 0$  :Terdapat pengaruh *Leverage*, *Investment Opportunity Set* dan *Islamic Social Reporting (ISR)* terhadap Nilai Perusahaan.

#### 3.6.4 Uji Koefisien Determinasi

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi ini berfungsi untuk menghitung persentase besarnya pengaruh

variable 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

$r^2$  : Koefisien korelasi ganda