

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah suatu studi kuantitatif yang menggunakan pengolahan, analisis, dan penarikan kesimpulan dari data numerik, dengan tujuan memanfaatkan data angka digunakan untuk mempermudah proses pengukuran, pengelompokan, dan penarikan kesimpulan. Caranya melibatkan pengumpulan informasi untuk menguji dugaan dan memberikan jawaban terhadap pertanyaan tentang opini terhadap suatu masalah atau topik. Metode kuantitatif menitikberatkan pada studi yang menggunakan angka-angka sebagai data yang nantinya akan dianalisis secara statistik guna menemukan korelasi yang penting antara variabel-variabel yang sedang diteliti.

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang terstruktur, terencana, dan sistematis, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011:8) yaitu : “Penelitian mengaplikasikan filosofi positivisme sebagai dasar metodenya, yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui mengumpulkan informasi dari sekelompok orang dan sebagian kecil dari mereka menggunakan alat penelitian, serta mengevaluasi informasi tersebut secara matematis”.

#### **3.2. Objek Penelitian**

Menurut pendapat Sugiyono (2014: 20) : “Penelitian melibatkan penilaian atau karakteristik dan keunggulan dari individu, benda, atau aktivitas

dengan berbagai varian yang ditetapkan oleh peneliti. Maksudnya adalah untuk memahami dan membuat simpulan dari temuan penelitian tersebut”. Objek penelitian atau juga dikenal sebagai benda yang akan dianalisis, diselidiki, dan diteliti. Menemukan objek yang sesuai dalam suatu penelitian juga akan membantu memperlancar proses penelitian tersebut. Sasaran penelitian adalah sasaran yang ingin dicapai adalah untuk mendapatkan data dan solusi untuk menyelesaikan masalah yang spesifik dengan tujuan dan manfaat yang jelas mengenai suatu topik yang obyektif, sahih, dan dapat dipercaya.

### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data yang sebelumnya telah terkumpul, yang juga dikenal dengan sebutan data sekunder. Data sekunder adalah informasi yang digunakan dalam studi yang didapatkan melalui sumber tidak primer, seperti melalui perantara atau direkam oleh individu lain. Adalah tanda bukti sejarah yang telah dikumpulkan dalam arsip atau dokumen, atau diperoleh dari sumber eksternal seperti buku, internet, majalah, literatur, atau jurnal yang relevan dengan topik yang sedang dibahas.

Data sekunder pada penelitian ini berupa laporan keuangan perusahaan *consumer Non-Cyclycals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dipublikasikan di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) pada periode penelitian tahun 2019-2021.

### **3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi adalah sekumpulan objek atau subjek dengan jumlah tertentu dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai target utama dari sebuah studi, yang kemudian digunakan untuk membuat kesimpulan. Peneliti memerlukan subjek untuk menyelesaikan permasalahan, populasi merupakan subjek utama dalam studi ini, dengan menetapkan populasi, maka peneliti akan lebih mudah dalam mengolah data.

#### **3.4.2. Sampel**

Sampel merupakan representasi kecil yang mewakili karakteristik dan jumlah dari keseluruhan populasi. Peneliti melakukan pengambilan contoh karena keterbatasan dalam menjalankan studi dari segi waktu, energi, biaya, dan jumlah populasi. Oleh karena itu, para peneliti perlu memilih sampel yang representatif atau dapat mewakili secara baik.

#### **3.4.3. Teknik Sampling**

Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa sampel yang diambil representatif dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan sampel dengan metode purposive sampling melibatkan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan khusus untuk mencerminkan populasi secara akurat. Ini memastikan bahwa data yang diperoleh mewakili populasi dengan baik (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini melibatkan sejumlah perusahaan non-cyclicals yang telah memenuhi syarat-syarat berikut sebagai sampelnya:

1. Perusahaan *non-cyclicals* yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2020
2. Pada periode pengamatan (2019-2020), perusahaan telah menyajikan laporan keuangan konsolidasian.
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan selama tahun 2019-2020.

**Tabel 3.1**

**Teknik Pengumpulan Sampel Penelitian**

<b>No</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah</b>
1	Perusahaan consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021	125 perusahaan
2	Perusahaan yang tidak menyajikan biaya lingkungan (2019-2021)	(42 perusahaan)
3	Perusahaan yang tidak menerbitkan annual report selama periode 2019-2021	(30 perusahaan)
<b>Jumlah sampel dalam penelitian</b>		<b>53 Perusahaan</b>
<b>Jumlah data penelitian selama 3 tahun</b>		<b>159</b>

Sumber : data diolah peneliti 2024

Berdasarkan kriteria tersebut, perusahaan consumer non-cyclicals terdapat 125 perusahaan, terdapat 42 perusahaan yang tidak menyajikan biaya lingkungan di annual report periode tahun pengamatan 2019-2021, sebanyak 30 perusahaan tidak mengeluarkan laporan tahunan selama periode 2019-2021, sehingga penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 53 perusahaan non siklikal konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan total sampel sebanyak 159 selama tahun observasi.

### **3.5.Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah semua elemen yang berbeda-beda yang ditunjuk oleh peneliti untuk diselidiki agar dapat memperoleh informasi mengenainya dan akhirnya membuat kesimpulan. Terdapat dua faktor yang diteliti, yaitu faktor yang tergantung (*dependent variable*) dan faktor yang tidak tergantung (*independent variable*). Variabel independen, juga dikenal sebagai variabel bebas, memiliki kemampuan untuk mempengaruhi variabel lain dan sering kali disebut sebagai variabel X. Studi ini melibatkan tiga faktor yang berfungsi sebagai variabel bebas, yaitu mengenai X1, X2, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel terikat, yang juga disebut sebagai variabel dependen, adalah sebuah variabel yang nilainya atau kondisinya ditentukan oleh variabel independen. Fokus dari studi ini

adalah pada variabel Y yang mencerminkan nilai perusahaan. variabel ini menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini.

### 3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual berisi tentang penjelasan atau pengertian variabel menurut teori dan menurut para ahli sesuai definisi konsep yang ada, pada penelitian ini definisi konseptual berdasarkan variabelnya :

#### 1. Akuntansi Lingkungan

Akuntansi lingkungan adalah mengedepankan urgensi dari integrasi biaya lingkungan ke dalam prinsip akuntansi perusahaan atau entitas pemerintah. Biaya lingkungan melibatkan konsekuensi secara finansial maupun non-finansial yang timbul sebagai akibat dari aktivitas manusia. Membayar biaya yang terkait dengan dampak aktivitas terhadap lingkungan merupakan tanggung jawab yang harus dipenuhi (Ikhsan, 2008).

Penerapan konsep akuntansi lingkungan oleh perusahaan bisa membantu dalam upaya mengurangi dampak-dampak negatif terhadap lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut. Banyak perusahaan ternama di sektor industri dan jasa saat ini menggunakan akuntansi lingkungan untuk memperbaiki efisiensi pengelolaan lingkungan, mengevaluasi aktivitas lingkungan berdasarkan kriteria biaya manfaat atau dampak yang dihasilkan.

## 2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah pengelompokan berdasarkan ukuran dan faktor khusus seperti keseluruhan nilai aset, nilai pasar, saham, penjualan, pendapatan, dan modal. Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai besar, menengah, atau kecil berdasarkan skala operasinya.

## 3. *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kewajiban perusahaan terhadap lingkungannya untuk menciptakan kondisi yang ideal bagi masyarakat secara keseluruhan dan untuk merawat serta mempertahankan lingkungan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab utama bagi setiap perusahaan untuk menggunakan segala keuntungan yang diperolehnya untuk berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan sosial, ekonomi, dan kehidupan masyarakat.

## 4. Nilai Perusahaan

Proses penilaian reputasi perusahaan adalah hasil dari usaha yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh kepercayaan dan pandangan yang baik dari masyarakat sebagai hasilnya. Membuktikan bahwa perusahaan menunjukkan kinerja yang solid dan prospeknya dapat diandalkan oleh para investor, dengan nilai perusahaan yang tinggi menjadi tanda yang sangat penting. Menurut Pambudi and Ahmad (2022). Nilai perusahaan



tercermin dalam harga sahamnya, sehingga jika harga saham mengalami penurunan, nilai perusahaan juga mengalami penurunan. Akibatnya, para pemilik saham akan menghadapi penurunan kekayaan. Sebaliknya, jika harga saham naik, ini juga akan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Dengan cara ini, investor akan mendapatkan hasil yang lebih besar, para pemegang saham memiliki kepentingan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

### 3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah panduan yang menjelaskan cara pengukuran dari suatu variabel. Melalui membaca penjelasan operasional dalam suatu studi. Definisi operasional menjelaskan tentang sebuah variabel akan dioperasionalkan atau diukur nilainya pada suatu penelitian. Pada penelitian ini definisi operasional berdasarkan variabelnya meliputi :

#### 1. Akuntansi Lingkungan

Biaya lingkungan diukur dengan memperbandingkan semua biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan dengan pendapatan bersih yang didapat oleh perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan mencakup semua pengeluaran yang perusahaan keluarkan untuk menjalankan program CSR yang terdokumentasi dalam dokumen tahunan perusahaan atau laporan keberlanjutan. Pendekatan ini sesuai dengan cara pengukuran yang digunakan oleh Ratusasi & Prastiwi (2020) dan Hadi (2011):



$$\text{ENV\_COST}_{i,T} = \frac{\text{Cost}_{i,t}}{\text{Net Profit}_{i,t}}$$

Keterangan :

ENV\_COST : Biaya lingkungan

Cost : Biaya yang dilaporkan terkait CSR

Net Profit : Laba bersih

t : Periode tahun (1, 2, 3, .... T)

## 2. Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat diukur dari jumlah total aset yang tercantum dalam neraca akhirnya, baik itu merupakan perusahaan besar atau kecil. Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan adalah sebagai berikut: (Anggraini & Dewi, 2021):

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Natural (Total Aktiva)}$$

## 3. Corporate Social Responsibility

Menurut Nabila & Sutjahyani (2023), Biaya *Corporate Social Responsibility* ialah pendanaan dari divisi perusahaan bertujuan untuk mengatasi dampak sosial yang timbul akibat kegiatan operasional perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penghitungan biaya CSR dengan menggunakan rumus sebagai berikut: (Agnelia et al, 2020).

$$CSR = \frac{\sum XY_i}{ni}$$

#### 4. Nilai Perusahaan

Berikut adalah cara untuk menghitung nilai sebuah perusahaan menggunakan *Price Earning Ratio* (PER). Menurut Harmono (2018:57), *Price Earning Ratio* (PER) adalah metode yang sering digunakan dalam laporan keuangan perusahaan publik di Indonesia untuk menunjukkan harga per lembar saham sebagai indikator kinerja keuangan. Metode ini biasanya disajikan dalam bagian akhir laporan laba rugi dan telah menjadi format pelaporan keuangan yang umum digunakan. Prestasi yang sangat positif dari perusahaan akan menghasilkan hasil yang besar, sehingga membuat investor memiliki keyakinan tidak hanya pada kinerja saat ini tetapi juga pada proyeksi masa depan perusahaan. Cara menghitung hubungan antara harga saham dan laba per lembar saham (PER) bisa dijelaskan dengan rumus berikut ini:

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

### 3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sarana atau perangkat yang dipakai oleh para peneliti untuk menghimpun data penelitian agar setiap langkahnya

menjadi lebih praktis dan efisien, yaitu lebih teliti, komprehensif, dan terstruktur sehingga lebih mudah untuk dianalisis.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini mencakup instrumen yang akan digunakan untuk mengukur variabel X dan variabel Y.

**Tabel 3.2 Instrumen Penelitian**

Variabel	indikator	instrumen	skala
Akuntansi		$\frac{\text{Cost, t}}{\text{Net Profit, t}}$	
Lingkungan	ENV_COST	Net Profit, t	Rasio
Ukuran Perusahaan	Size	$\ln \text{ Total Asset}$	Rasio
		$\frac{\sum XY_i}{n}$	
CSR	Indeks BCSR	ni	Rasio
		$\frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$	
Nilai Perusahaan	PER	Laba Per Saham	Rasio

Sumber : Hasil olah data 2024

### 3.7. Metode Pengumpulan Data

Salah satu cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi, di mana informasi dikumpulkan dan dievaluasi dari berbagai literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Data didapat dari BEI (Bursa Efek Indonesia), penelitian sebelumnya, sumber referensi, dan situs web yang relevan sesuai dengan kebutuhan informasi.

Penelitian ini menggunakan analisis konten untuk mengidentifikasi jumlah perusahaan non-cyclicals konsumen di dalam perusahaan yang sedang

diselidiki. Analisis konten dilakukan dengan cara membaca laporan tahunan dari sejumlah perusahaan contoh dan memberikan kode pada informasi yang terdapat di dalamnya sesuai dengan kerangka sektor *consumer non-cyclicals* yang telah dipilih.

### 3.8. Teknik Analisis Data

Pendekatan untuk menganalisis data dalam studi ini menggunakan pendekatan regresi berganda sambil mempertimbangkan uji asumsi klasik. Prosedur yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti dibawah ini:

1. Menghimpun informasi yang akan dijadikan bahan analisis dalam bentuk laporan keuangan tahunan perusahaan sektor konsumsi non cyclicals yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, dapat mengakses laporan tahunan melalui situs web *IDX Indonesia Stock Exchange*.
2. Mengumpulkan data pada laporan keuangan tahunan yang diperlukan untuk meneliti variabel ukuran Akuntansi Lingkungan, Ukuran Perusahaan, CSR, dan Nilai Perusahaan selanjutnya di input dalam Microsoft Excel.
3. Setelah data terkumpul, selanjutnya dilakukan perhitungan data menggunakan rumus yang cocok pada variabel yang akan diteliti.
4. Setelah dilakukan perhitungan hasil data variabel Akuntansi Lingkungan, Ukuran Perusahaan, CSR, dan Nilai Perusahaan maka dijadikan dalam satu data.

5. Melakukan uji analisis data terhadap variabel Akuntansi Lingkungan, Ukuran Perusahaan, CSR, dan Nilai Perusahaan menggunakan aplikasi SPSS dengan uji analisis data yaitu uji asumsi klasik, antara lain :
- a. Uji Normalitas
  - b. Uji Multikolonieritas
  - c. Uji Autokorelasi
  - d. Uji Heteroskedastisitas

### **3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif memberikan ikhtisar mengenai informasi yang akan diselidiki dalam studi ini. Instrumen yang digunakan untuk menganalisis termasuk penggunaan mean, maximum value, minimum value, dan standard deviation untuk memecahkan variabel-variabel dalam penelitian tersebut.

### **3.8.2. Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik dilakukan guna mencapai hasil regresi yang optimal, yaitu berupa garis lurus, dan menghindari penggunaan metode *Ordinary Least Square* (OLS) yang tidak sesuai. Sebelum mengevaluasi regresi berganda, pertama-tama perlu untuk menguji asumsi klasik terlebih dahulu. Pemeriksaan hipotesis klasik melibatkan:

#### **A. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah sebuah metode untuk mengecek apakah distribusi data dari variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi dalam analisis regresi mengikuti pola

distribusi normal atau tidak. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa asumsi dasar dalam analisis regresi terpenuhi. Dalam studi ini, normalitas diuji menggunakan analisis statistik Kolmogorov-Smirnov. Oleh karena itu, penulis berharap bahwa penggunaan analisis ini akan meningkatkan akurasi data yang digunakan.

#### B. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat digunakan untuk menilai apakah ada keterkaitan antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Uji ini dimaksudkan untuk menegaskan apakah terdapat isu multikolinieritas yang bisa memengaruhi hasil analisis regresi. Pengujian multikolinieritas digunakan untuk mengevaluasi apakah ada hubungan antara variabel-variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2006). Menurut Ghozali (2007), dalam regresi yang baik, tidak seharusnya terdapat hubungan antara variabel-variabel independen. Pemeriksaan kelebihan multi-kolinearitas dapat dinilai dari nilai toleransi dan faktor inflasi variasi (VIF). Dua metrik ini menggambarkan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel independen lainnya. Jika nilai toleransi berada di bawah 0,10 atau jika nilai VIF melebihi 10, hal ini menandakan keberadaan multikolinieritas yang tidak dapat diterima. Untuk menghindari bias dalam hasil model regresi, variabel tersebut harus dihapus dari model.

### C. Uji heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah teknik evaluasi untuk menentukan apakah terdapat perbedaan dalam tingkat variasi kesalahan antara observasi dalam model regresi (Ghozali, 2006). Sebuah model regresi yang efektif adalah ketika varians dari error antar pengamatan tetap konstan (Ghozali, 2007). Model regresi yang efektif adalah ketika varians dari sisa-sisa antar pengamatan tetap konsisten atau homogen, serta tidak mengalami variasi yang tidak konsisten atau heterogen. Pengujian heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2006) yaitu:

1. Jika ada pola khusus seperti titik-titik yang membentuk pola teratur yang naik dan turun atau mengalami perubahan dalam lebar, ini menandakan adanya heteroskedastisitas. Dengan demikian, perubahan pola tersebut merupakan indikasi dari keberadaan heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terlihat adanya pola yang teratur dan titik-titik tersebar secara acak di sekitar nol pada sumbu Y, maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas.

### D. Uji Autokorelasi

Pemeriksaan autokorelasi berguna untuk memastikan apakah ada hubungan antara sisa-regresi pada waktu  $t$  dengan sisa-regresi pada periode sebelumnya dalam model regresi berganda (Ghozali, 2006). Jika terjadi keterkaitan antara variabel-variabel,



maka hal ini akan dianggap sebagai keberadaan masalah autokorelasi. Model regresi yang efisien adalah model regresi yang tidak terdampak oleh korelasi otomatis.

Untuk menguji apakah ada korelasi yang signifikan antara sisa-sisa, kita dapat menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan membandingkan nilai yang dihitung dengan nilai yang terdapat dalam tabel. Landasan untuk mengambil keputusan:

1. Jika  $0 < dw < dl$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi positif
2. Jika  $4-dl < dw < 4$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada autokorelasi negative
3. Jika  $du < dw < 4-du$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi baik positif maupun negative
4. Jika  $dl < dw < du$  atau  $4-du < dw < 4-dl$ , maka tidak ada pengambilan keputusan.

### 3.8.3. Uji Hipotesis

#### A. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda adalah teknik analisis yang dipakai untuk menilai seberapa kuat keterkaitan antara variabel dengan nilai perusahaan. Suatu teknik telah digunakan untuk menguji dampak dari faktor-faktor independen seperti penerapan praktik akuntansi lingkungan, skala perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mempengaruhi nilai saham produk konsumen

yang tidak terkait dengan siklus ekonomi yang terdaftar di bursa saham Indonesia.

#### B. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Salah satu metode dengan melakukan uji ialah dengan melihat nilai t yang sudah dihitung dan membandingkannya dengan nilai t yang ada pada tabel tingkat signifikan 5%. Dalam penelitian ini hipotesis nol menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Jika nilai t yang dihitung lebih kecil dari nilai t yang tertera dalam tabel, maka hipotesis nol akan diterima dan hipotesis lain akan ditolak, dan sebaliknya (Ghozali, 2006)

#### C. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah semua faktor independen (sekaligus) memiliki dampak yang signifikan pada variabel tergantung. Menurut Suharyadi (2009: 225), ada lima langkah dalam prosedur untuk menguji hipotesis f. Langkah-langkah ini melibatkan.

##### a. Menyusun Hipotesis

1. H1 = Pengungkapan laporan keberlanjutan lingkungan dari tahun sebelumnya memberikan dampak yang menguntungkan bagi nilai perusahaan di sektor konsumen non siklikal saat ini.

2. H2 = Ukuran perusahaan memiliki dampak yang menguntungkan terhadap valuasi perusahaan.
3. H3 = Pendekatan (CSR) memiliki dampak yang menguntungkan terhadap harga saham perusahaan.

b. Menentukan Daerah Keputusan

Memilih lokasi untuk menentukan wilayah keputusan melibatkan pencarian nilai dari tabel f. Untuk menemukan nilai f tabel, informasi tentang derajat kebebasan dalam kolom, derajat kebebasan dalam baris, dan tingkat signifikansi diperlukan. Kegunaan level sebenarnya hanya 5%. Untuk menghitung pembilang, nilai k-1 digunakan dengan cara mengurangi satu dari jumlah variabel. N-k digunakan untuk menghitung derajat kebebasan, di mana n merujuk pada jumlah sampel dan k merujuk pada jumlah variabel dalam analisis.

c. Menentukan Nilai F Hitung

Nilai F-test digunakan untuk menentukan kecocokan model, sehingga nilai F-test bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model dapat menunjukkan perubahan dalam nilai variabel dependen secara bersamaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung F-test adalah sebagai berikut:

$$F = R^2 (k - 1) / (1 - R^2) (n - k)$$

Keterangan :

F = Nilai F hitung

R<sup>2</sup> = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel

N = jumlah sampel

- d. Menetapkan Mengidentifikasi area untuk H<sub>0</sub> dan H<sub>1</sub>, dan membandingkannya dengan nilai F yang dihitung untuk menentukan penerimaan H<sub>0</sub> atau H<sub>1</sub>.
- e. Mengemukakan suatu asumsi atau hipotesis. Menentukan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak dengan cara membandingkan hasil uji yang dihitung dengan nilai f tabel.

H<sub>0</sub> diterima atau menolak H<sub>1</sub> jika F hitung > F tabel

H<sub>0</sub> ditolak atau menerima H<sub>1</sub> jika F hitung < F tabel.

