

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian merupakan variabel yang menjadi fokus perhatian pada sebuah penelitian. Sedangkan, subjek penelitian ialah tempat dimana variabel tersebut melekat (Arikunto, 1998, hlm. 15). Yang menjadi objek penelitian pada penelitian ini adalah profitabilitas, pertumbuhan penjualan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan dengan subjek penelitian pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022. Pemilihan tahun yaitu rentan antara tahun 2017 hingga 2022 dikarenakan berdasarkan pertimbangan pada tahun tersebut 2017 sampai dengan 2018 diasumsikan sebagai tahun pada kondisi ekonomi yang stabil dan mulai tahun 2019 seluruh dunia mengalami perekonomian yang berat yang dimana seluruh sektor perusahaan termasuk sektor energi mengalami penurunan akibat dampak dimulainya pandemi Covid-19 hingga mulai pulih kembali. Selain itu juga pada tahun tersebut terdapat banyak fakta dan fenomena terkait kinerja keuangan serta ketidakpatuhan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sektor energi yang mengakibatkan masih banyaknya sistem operasi perusahaan yang merugikan lingkungan dan masyarakat.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kuantitatif. Sugiyono (2015, hlm. 8) menyebutkan bahwa metode kuantitatif ialah pendekatan penelitian yang berakar pada filsafat positivisme dimana memandang fenomena tersebut dapat dikelompokkan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, digunakan untuk menyelidiki pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data melalui alat penelitian, menganalisis data secara kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Metode kuantitatif dalam penelitian ini untuk melihat hubungan sebab akibat yaitu pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel intervening.

### **3.2.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian pada penelitian ini yaitu bersifat asosiatif kausal atau hubungan sebab akibat yang dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pendekatan kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk memperoleh data mengenai pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel intervening. Analisis diperlukan pada data penelitian kuantitatif untuk memenuhi dua kebutuhan utama, yaitu menyajikan profil variabel individu melalui analisis statistik deskriptif dan menyediakan dasar untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis data statistik inferensial (Wahyudin, 2015, hlm. 137).

Data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data sekunder, seperti laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan berkelanjutan dari perusahaan sektor energi di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2022. Sumber data ini diakses melalui situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) atau situs resmi masing-masing perusahaan.

### **3.2.2 Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 38) variabel penelitian adalah sebuah karakteristik, sifat, atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau kegiatan, yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan kemudian dari hasil tersebut dilakukan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini variabel yang dikaji adalah profitabilitas dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen atau variabel bebas dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen atau variabel terikat serta pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel intervening atau variabel yang menghubungkan hubungan antara profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

#### **3.2.2.1 Variabel Dependen**

Variabel terikat adalah jenis variabel yang dipengaruhi atau muncul sebagai hasil dari keberadaan variabel bebas. Variabel ini seringkali disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi (Sugiyono, 2015, hlm. 39). Variabel dependen dalam penelitian ini ialah nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Harga saham ini dibandingkan dengan nilai buku. Nilai buku ini dihitung dengan membagi total ekuitas dengan jumlah saham yang beredar. Semakin besar rasio ini maka semakin baik. Rumus *Price to Book Value* menurut (Bringham & Houston, 2019, hlm. 122) yaitu:

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book value per share}}$$

Keterangan:

*Market price per share* menggunakan harga saham penutupan setiap akhir tahun

*Book value per share* menggunakan total ekuitas dibagi dengan jumlah lembar saham yang beredar

### 3.2.2.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 39) variabel independen (bebas) adalah jenis variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau kemunculan variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini ialah profitabilitas dan pertumbuhan penjualan.

#### 1. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan penghasilan dengan memanfaatkan aset ataupun modal yang dimilikinya. Indikator untuk mengukur variabel profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return on Equity* (ROE) dengan alasan dapat menunjukkan tingkat pengembalian yang akan diterima oleh investor atas dana yang mereka tanamkan. Hal ini dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut (Kusumaningrum et al., 2022, hlm. 126). Rumus ROE menurut Kasmir (2015) diantaranya seperti berikut:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Equity}}$$

## 2. Pertumbuhan Penjualan

Harahap (2015, hlm. 310) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan salah satu rasio pertumbuhan yang dimana rasio ini menggambarkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibanding dengan tahun lalu, semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin baik. Menurut Kasmir (2016, hlm. 107) untuk pengukuran pertumbuhan penjualan dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan (t) - Penjualan (t - 1)}}{\text{Penjualan (t - 1)}}$$

### 3.2.2.3 Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 39) variabel intervening yaitu variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen yang menjadikan adanya hubungan secara tidak langsung. Variabel intervening yang digunakan pada penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Indikator pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada *Global Reporting Initiative (GRI)-G4*, terdapat 91 poin yang digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Total skor dari item pengungkapan ini bermanfaat untuk menentukan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sesuai dengan rumus perhitungan CSRDI yang disajikan oleh Junardi (2019, hlm. 73) dan Wulandari (2015) dalam (Rahmantari, 2021) diantaranya yaitu:

$$\text{CSRDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$\text{CSRDI}_j$  = Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan j

$n_j$  = Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j = 91$

$X_{ij}$  = Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai 0.

### 3.2.2.4 Operasional Variabel

Untuk memudahkan penelitian ini, maka digunakan operasionalisasi variabel diantaranya seperti berikut:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<b>Variabel Dependen:</b> Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merujuk pada pandangan investor mengenai perusahaan, yang sering kali terkait dengan harga saham (Elfiswandi et al., 2021, hlm. 39).	$PBV = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book value per share}}$	Rasio
<b>Variabel Independen:</b> Profitabilitas	Profitabilitas merupakan rasio yang mencerminkan kapabilitas perusahaan dalam mencapai laba melalui berbagai aspek seperti penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Harahap, 2015, hlm. 304).	$ROE = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Equity}}$	Rasio
<b>Variabel Independen:</b> Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu rasio pertumbuhan yang dimana rasio ini menggambarkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibanding dengan tahun lalu, semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin baik (Harahap, 2015, hlm. 310).	$PP = \frac{\text{Penjualan (t) - Penjualan (t - 1)}}{\text{Penjualan (t - 1)}}$	Rasio
<b>Variabel Intervening:</b> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan dedikasi berkesinambungan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui komunitas setempat atau masyarakat secara keseluruhan (Untung, 2014, hlm. 3).	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio

### 3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 80) populasi adalah domain generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan selanjutnya kesimpulan dapat ditarik dari hasil penelitian tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2022.

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 81), sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*, yakni pendekatan dalam pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang seragam kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel (Sugiyono, 2015, hlm. 84). *Purposive sampling* adalah teknik yang untuk penentuan sampelnya menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015, hlm. 85). Berdasarkan penjabaran tersebut, maka kriteria sampel pada penelitian ini diantaranya seperti berikut:

**Tabel 3.2 Kriteria Sampel**

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2023	83
2	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan atau laporan berkelanjutan periode 2017-2023 dalam bahasa Indonesia	(35)
3	Perusahaan yang tidak mempunyai data mengenai harga saham, nilai buku, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai laba periode 2017-2023	(30)
Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian		18
Jumlah data dalam penelitian (6 tahun)		108

Berdasarkan kriteria penyesuaian, sejumlah 18 perusahaan telah memenuhi persyaratan. Penelitian ini dilaksanakan selama periode 2017-2022, menghasilkan total 108 data penelitian. Berikut adalah nama-nama perusahaan sektor energi yang menjadi sampel dalam penelitian ini:

**Tabel 3. 3 Daftar Sampel**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADRO	Adaro Energy Indonesia Tbk
2	AKRA	AKR Corporindo Tbk
3	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk
4	ELSA	Elnusa Tbk
5	GEMS	Golden Energy Mines Tbk
6	HRUM	Harum Energy Tbk
7	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk
8	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk
9	PSSI	IMC Pelita Logistik Tbk
10	PTBA	Bukit Asam Tbk
11	PTRO	Petrosea Tbk
12	RAJA	Rukun Raharja Tbk
13	RUIS	Radiant Utama Interinsco Tbk
14	SHIP	Sillo Maritime Perdana Tbk
15	SOCI	Soechi Lines Tbk
16	TCPI	Transcoal Pacific Tbk
17	TOBA	TBS Energi Utama Tbk
18	TPMA	Trans Power Marine Tbk

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu informasi dan jenis data yang direpresentasikan dalam bentuk angka. Pengolahan data kuantitatif dilakukan melalui metode-metode statistik dan perhitungan menggunakan rumus-rumus matematis. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa data keuangan dan non keuangan untuk mencari profitabilitas, pertumbuhan penjualan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan yang berasal dari laporan keuangan perusahaan, laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI selama tahun 2017-2023.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sumber sekunder yang berjumlah 108 laporan yang diperoleh melalui laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI selama tahun 2017-2023 yang diperoleh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) atau situs resmi masing-masing perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan teknik pengumpulan dokumenter, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Hal ini dilakukan dengan cara penelusuran dan

pencatatan informasi yang diperlukan pada data sekunder berupa laporan perusahaan. Metode dokumenter ini dilakukan dengan cara mengumpulkan laporan keuangan, laporan tahunan atau laporan berkelanjutan serta data lain yang diperlukan. Data pendukung pada penelitian ini adalah metode studi pustaka dari jurnal-jurnal ilmiah serta literatur yang memuat pembahasan berkaitan dengan penelitian ini.

### **3.4 Metode Analisis Data**

#### **3.4.1 Screening Data Penelitian**

Sebelum melakukan statistik deskriptif, dalam penelitian ini dilakukan pemeriksaan data untuk memastikan bahwa data yang digunakan tidak mengandung nilai ekstrim yang dapat memengaruhi hasil penelitian yang bias. Biasanya, data standar berada dalam rentang -4 hingga 4. Oleh karena itu, nilai di luar rentang tersebut dianggap sebagai nilai ekstrim dan perlu dihapus sebagai *outlier*. Jika ditemukan indikasi adanya data ekstrim, data tersebut akan dihapus dan kemudian penulis akan memasukkan kembali file yang telah dimodifikasi sebelum melanjutkan analisis SEM (Kock, 2023, hlm. 69).

#### **3.4.2 Statistik Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 147), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang terkumpul apa adanya tanpa bermaksud untuk mengeneralisasi atau membuat kesimpulan yang berlaku umum. Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan penjelasan secara umum mengenai masalah yang dianalisis agar pembaca lebih mudah untuk memahaminya. Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel penelitian dengan melihat nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

#### **3.4.3 Partial Least Square (PLS)**

Digunakannya teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) pada penelitian ini. Menurut Hamid & Anwar (2019, hlm. 15) PLS adalah salah satu jenis

pendekatan alternatif dalam mengestimasi model untuk *Structural Equation Modeling* (SEM). PLS merupakan solusi untuk mengatasi keterbatasan yang sering terjadi pada metode SEM. Berbeda dengan metode SEM yang memerlukan data besar, tidak ada *missing data*, distribusi normal, dan bebas dari multikolinieritas, PLS adalah pendekatan analisis yang kuat karena tidak terlalu memikirkan asumsi-asumsi tersebut. Ini berarti bahwa PLS dapat digunakan dengan sampel yang relatif kecil dan data yang tidak terdistribusi normal. Terdapat dua model yang dilalui untuk analisis data dengan PLS, yakni *outer model* dan *inner model*.

#### **3.4.3.1 Outer Model (Model Pengukuran)**

Menurut Garson (2016, hlm. 60) *Outer model* atau model pengukuran adalah model pengukuran yang terdiri dari indikator-indikator dan jalur-jalur yang menghubungkannya dengan faktor-faktornya masing-masing (variabel latennya). Menurut Ghazali & Latan (2015, hlm. 74-75) dalam Hamid & Anwar (2019, hlm. 41-42) untuk melihat korelasi antara konstruk dan item-item indikatornya dianalisis dengan menguji validitas konstruk (*Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*) dari indikatornya serta uji reliabilitas (*Construct Reliability*) untuk blok indikator. Uji validitas pertama adalah validitas konvergen atau *convergent validity*. Validitas konvergen dievaluasi melalui korelasi antara skor/indikator dan skor konstruknya. Indikator dianggap valid jika korelasinya  $> 0,50$ . Berikutnya, uji validitas kedua adalah validitas diskriminan atau *discriminant validity*. Uji ini dilakukan dengan cara melihat skor *cross-loading*, nilai ini harus  $> 0,70$  untuk tiap variabelnya.

Uji selanjutnya pada *outer model* ini adalah uji reliabilitas. Pengujian reliabilitas menggunakan *construct reliability* dapat diukur dengan dua cara yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Sebuah konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *Composite Reliability* maupun *Cronbach's Alpha* melebihi 0,70 (Ghozali & Latan, 2015, hlm. 75) dalam (Hamid & Anwar, 2019, hlm. 42).

#### **3.4.3.2 Inner Model (Model Struktural)**

Menurut Haryono (2016, hlm. 43) model yang mengaitkan antara variabel laten disebut *inner model* atau model struktural. *Inner model* ini dipergunakan untuk merumuskan hubungan antara konstruk laten satu dengan yang lainnya. Penilaian dilakukan dengan memperhatikan nilai *R-square* dan *Q-square* untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, serta melalui uji signifikansi untuk mengevaluasi kepentingan hubungan antar variabel (Ghozali, 2014, hlm. 43) dalam (Haryono, 2016, hlm. 386). Menurut Chin (1998) dalam Garson (2016, hlm. 80) kriteria *R-Square* adalah 0,67; 0,33 dan 0,19 untuk menunjukkan model kuat, sedang dan lemah. Sedangkan, untuk nilai *Q-Square*  $> 0$  menunjukkan model memiliki prediktif yang relevan dan begitupun sebaliknya jika nilai *Q-Square*  $\leq 0$  berarti bahwa model tidak memiliki prediktif yang relevan (Garson, 2016, hlm. 117-118).

Selanjutnya, dilakukannya pengukuran *model fit* yang berguna untuk memastikan terdapat kecocokan antara model yang dibuat dengan data. Menurut Kock (2023, hlm 82) untuk mengetahui kecocokan suatu model dengan data asli dibandingkan dengan model lainnya terdapat sepuluh indeks kesesuaian dan kualitas model diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 3. 4 Kriteria Uji Model Fit**

Indeks	Kriteria
<i>Average Path Coefficient</i> (APC)	$P < 0,05$
<i>Average R-Squared</i> (ARS)	$P < 0,05$
<i>Average Adjusted R-Squared</i> (AARS)	$P < 0,05$
<i>Average Block VIF</i> (AVIF)	Diterima jika $\leq 5$ , ideal $\leq 3,3$
<i>Average Full Collinearity VIF</i> (AFVIF)	Diterima jika $\leq 5$ , ideal $\leq 3,3$
<i>Tenenhaus GoF</i> (GoF)	Kecil $\geq 0,1$ ; sedang $\geq 0,25$ ; besar $\geq 0,36$
<i>Sympson's Paradox Ratio</i> (SPR)	Diterima jika $\geq 0,7$ , ideal = 1
<i>R-Squared Contribution Ratio</i> (RSCR)	Diterima jika $\geq 0,9$ , ideal = 1
<i>Statistical Suppression Ratio</i> (SSR)	Diterima jika $\geq 0,7$
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio</i> (NLBCDR)	Diterima jika $\geq 0,7$

#### 3.4.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah suatu anggapan yang mungkin benar atau salah tentang suatu hal, digunakan untuk menjelaskan fenomena tertentu dan memerlukan verifikasi

lebih lanjut. Hipotesis yang telah diuji dapat digunakan untuk membuat keputusan atau merumuskan rencana dalam berbagai konteks, termasuk perencanaan atau kepentingan lainnya (Abdullah, 2015).

Pengujian hipotesis digunakan untuk membuktikan hubungan antar variabel. Digunakannya analisis jalur (*path analysis*) pada penelitian ini untuk pengujian hipotesis atas model yang telah dibuat. Dalam mengevaluasi hasil korelasi antara konstruk dapat dilihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya, yang selanjutnya dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Keputusan ditolak atau diterimanya suatu hipotesis secara statistik dapat dilihat melalui tingkat signifikansinya. Derajat kesalahan yang ditolelir atau tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Dalam penelitian ini, terdapat kemungkinan 5% untuk mengambil keputusan yang salah dan kemungkinan 95% untuk mengambil keputusan yang benar. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *p-value*  $\geq 0,05$ , maka menerima  $H_0$
- Jika nilai *p-value*  $< 0,05$ , maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$

Tujuan dari analisis jalur adalah untuk menjelaskan efek langsung dan tidak langsung dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan antara profitabilitas (X1) dan pertumbuhan penjualan (X2) terhadap nilai perusahaan (Y) melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Z). Rumusan hipotesis dalam penelitian ini ialah seperti berikut:

#### 1. Hipotesis pertama

- $H_0: \beta_1 \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- $H_1: \beta_1 > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 2. Hipotesis kedua

- $H_0: \beta_2 \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara pertumbuhan penjualan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

- $H_2: \beta_2 > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara pertumbuhan penjualan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### 3. Hipotesis ketiga

- $H_0: \beta_3 \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- $H_3: \beta_3 > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

### 4. Hipotesis keempat

- $H_0: \beta_4 \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- $H_4: \beta_4 > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### 5. Hipotesis kelima

- $H_0: \beta_5 \leq 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh positif antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
- $H_5: \beta_5 > 0$ , artinya terdapat pengaruh positif antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

### 6. Hipotesis keenam

- $H_0: \beta_6 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel mediasi.
- $H_6: \beta_6 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel mediasi.

### 7. Hipotesis ketujuh

- $H_0: \beta_7 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel mediasi.
- $H_7: \beta_7 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel mediasi.