

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012, hlm.38) pengertian objek penelitian yaitu “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”

Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa objek penelitian merupakan sesuatu hal yang akan diteliti dengan mendapatkan data untuk tujuan tertentu dan kemudian dapat ditarik kesimpulan.

Objek pada penelitian ini adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan yang di proxy dengan *Price to Book Value* (PBV).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Menurut Sugiyono (2012, hlm.2) metode penelitian adalah:

“Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

Berdasarkan penjelasan diatas, metode penelitian adalah suatu cara untuk mencari, mendapatkan, mengumpulkan, mencatat data, baik primer maupun sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode penelitian

akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Metode deskriptif menurut Sugiyono (2012, hlm.7) adalah sebagai berikut:

“Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari variabel itu dengan variabel lain”

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Sugiyono (2012, hlm. 8) metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa metode deskriptif verifikatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. Pada penelitian ini metode deskriptif verifikatif digunakan untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi.

3.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain (Hatch dan Farhady, 1981). Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Selanjutnya Kidder (1981), menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas (*qualities*) dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya (Sugiyono, 2007).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang digunakan yaitu

a. Variabel dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2007). Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menentukan nilai perusahaan adalah dengan menggunakan (PBV). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap rupiah investasi yang ditempatkan. Untuk mengukur nilai *price to book value* (PBV) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Fahmi, 2013, Hlm. 84)

$$PBV = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book Value per share}}$$

Keterangan :

PBV : Nilai Perusahaan

Market price per share : Harga penutupan pasar akhir tahun

Book Value per Share : $\frac{\text{Total modal sendiri-saham istimewa}}{\text{saham biasa yang beredar}}$

b. Variabel independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2007). Variabel independen pada penelitian ini adalah pengungkapan CSR berdasarkan ISO 26000 . Maka pengungkapan CSR dapat diukur menggunakan rumus berikut:

$$\frac{\varepsilon X_n}{37} \times 100 \%$$

Keterangan

- εX_n adalah jumlah pengungkapan perusahaan sampel

- 37 adalah jumlah item pengungkapan

c. Variabel Moderating

Variabel Moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Variabel moderating pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah seberapa besar aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan di sini diukur dengan menggunakan proksi total asset yang ada dalam perusahaan. Rumus yang digunakan untuk menilai ukuran perusahaan sebagai berikut :

$$Size = \log (\text{nilai buku total aset})$$

Berikut adalah tabel mengenai gambaran operasionalisasi variabel-variabel penelitian beserta dengan indikator yang digunakan dan skala pengukurannya:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Operasioalisasi Variabel | Dimensi | Indikator | Skala Pengukuran |
|--|------------------------|---|------------------|
| Pengungkapan CSR berdasar ISO 26000 (X1) (Saputro Temmy, 2013) | Tata kelola organisasi | | Rasio |
| | Hak-hak asasi manusia | A. Penelitian mendalam (<i>Due Diligence</i>) | |
| | | B. Kondisi yang menimbulkan resiko HAM | |
| | | C. Penghindaran Pelanggan | |
| | | D. Penyelesaian Keluhan | |
| | | E. Diskriminasi dan kelompok-kelompok Rentan | |
| | | F. Hak-hak Sipil dan Politik | |
| | | G. Hak-hak ekonomi, sosial | |

| | | | |
|--|---------------------------|---|--|
| | | dan politik | |
| | | H. Hak-hak Fundamental Ketenagakerjaan | |
| | Praktik Ketenagakerjaan | A. Kerja dan Hubungan Ketenagakerjaan | |
| | | B. Kondisi Kerja dan Jaminan sosial | |
| | | C. Dialog Ketenagakerjaan | |
| | | D. Kesehatan dan keselamatan kerja | |
| | | E. Pengembangan sumber daya manusia dan pelatihan | |
| | Lingkungan | A. Pencegahan polusi | |
| | | B. Penggunaan sumber daya yang berkelanjutan | |
| | | C. Mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim | |
| | | D. Proteksi lingkungan dan keragaman hayati dan restorasi habitat | |
| | Praktik Operasi yang Adil | A. Anti korupsi | |
| | | B. Keterlibatan yang bertanggung jawab dalam urusan politik | |
| | | C. Kompetisi yang adil | |
| | | D. Promosi tanggung jawab sosial dalam <i>sphere of influence</i> | |
| | | E. Penghormatan hak cipta | |
| | Isu-isu konsumen | A. Pemasaran yang adil dengan informasi yang | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | fraktual dan tidak bias, serta praktik kontraktual yang adil | |
| | | B. Pemeliharaan kesehatan dan keselamatan konsumen | |
| | | C. Konsumsi yang berkelanjutan | |
| | | D. Pelayanan dan dukungan terhadap konsumen serta penyelesaian keberatan | |
| | | E. Proteksi dan privasi data konsumen | |
| | | F. Akses terhadap pelayanan esensial | |
| | | G. Pendidikan dan penyadaran | |
| | Pemeliharaan dan Pengembangan Masyarakat | A. Pemeliharaan masyarakat | |
| | | B. Pemeliharaan dan kebudayaan | |
| | | C. Penciptaan lapangan kerja dan peningkatan keterampilan | |
| | | D. Pengembangan dan akses atas teknologi | |
| | | E. Kesejahteraan dan peningkatan Pendapatan | |
| | | F. Kesehatan | |
| | | G. Investasi Sosial | |

| | | | |
|--|--|--|-------|
| Ukuran Perusahaan (Rizkia Anggita Sari, 2012) | | Size = log (nilai buku total asset) | Rasio |
| Nilai Perusahaan (Y) Fahmi (2013) | | $PBV (Price\ to\ Book\ Value) = \frac{Market\ price\ per\ share}{Book\ value\ per\ share}$ | Rasio |

3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 61), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Menurut Arikunto (2010, hlm. 173) “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di sektor utama dan sektor kedua di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2014 yang berjumlah 214. Penelitian ini menggunakan laporan tahunan (*annual report*) tahun 2013-2014 sebagai sampel. Tahun 2013-2014 dipilih karena menggambarkan kondisi yang masih relatif baru di pasar modal Indonesia sehingga diharapkan hasil penelitian ini akan lebih relevan untuk memahami kondisi aktual di Indonesia.

3.2.3.2 Sampel Penelitian

Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representatives* sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Metode *purposive sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Adapun pertimbangan ataupun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan sektor utama dan sektor kedua yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2014
2. Tidak pernah *delisting* selama periode pengamatan
3. Menerbitkan laporan keuangan tahunan (*annual report*) dan memiliki data yang lengkap lainnya yang terkait dengan variabel variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu informasi keuangan.

Sampel pada penelitian ini akan mengambil dari sektor utama dan sektor kedua karena kedua sektor ini merupakan sektor-sektor yang paling banyak berinteraksi dengan sosial dan lingkungan. Atas dasar tersebut maka penelitian ini mengambil kedua sektor tersebut yang terdiri dari sektor pertanian, pertambangan, industri dasar dan kimia, aneka industri, dan industri barang konsumsi. Seleksi sampel penelitian disajikan pada tabel 3.2. berikut.

Tabel 3.2
Seleksi Sampel Penelitian

| No | Kriteria Sampel | Jumlah |
|----|--|--------|
| 1 | Perusahaan sektor utama dan sektor kedua yang mengungkapkan (<i>disclosure</i>) informasi tanggung jawab sosial pada tahun 2013 dan 2014 dalam laporan tahunan (<i>annual report</i>) atau laporan sosial perusahaan secara detail, lengkap dan jelas. | 214 |
| 2 | Perusahaan yang tidak memiliki data yang lengkap lainnya yang terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian pada tahun 2013 dan 2014. | (151) |
| | Jumlah Sampel | 63 |

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka diperoleh 63 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel dari perusahaan sektor utama dan sektor kedua di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu *Annual Report* tahun 2013-2014. Data *Annual Report* diperoleh dari *website* BEI (idx.co.id). Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data yang relevan dengan objek yang diteliti. Pada penelitian ini studi dokumentasi yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data berupa literatur dan tulisan-tulisan terkait penelitian, serta pengumpulan data laporan keuangan dan laporan tahunan.

3.3 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Teknik Analisis Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, metode tersebut dilakukan dengan cara mengamati, dan melakukan pencatatan terhadap data perusahaan yang dipublikasi di Bursa Efek Indonesia

3.3.1.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi nilai mean, median, maksimum, minimum dan deviasi standar. Data yang diteliti dikelompokkan menjadi tiga yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dan ukuran perusahaan serta nilai perusahaan (PBV).

3.3.1.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini digunakan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang bertujuan untuk menentukan ketepatan model. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data yang diperoleh berasal dari populasi berdistribusi normal. Ada dua cara untuk mengetahui normalitas distribusi residual data dengan analisis statistik. Yang pertama adalah dengan menggunakan uji statistik dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual dengan menggunakan rumus. Yang kedua adalah menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test. Jika nilai probabilitas Kolmogorov-Smirnov < nilai signifikansi, maka distribusi data dikatakan tidak normal dan jika nilai probabilitas Kolmogorov-Smirnov > nilai signifikansi, maka data distribusi data dikatakan normal.

b. Autokorelasi

Uji Autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara residual (anggota) pada serangkaian observasi tertentu dalam suatu periode tertentu. Dalam model regresi linier berganda juga harus bebas dari autokorelasi. Ada berbagai metode yang digunakan untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi. Dalam penelitian ini digunakan metode Uji Durbin Watson. Menurut Durbin Watson, besarnya koefisien Durbin Watson adalah antara 0-4. Kalau koefisien Durbin Watson sekitar 2, maka dapat dikatakan tidak ada korelasi, kalau besarnya mendekati 0, maka terdapat autokorelasi positif dan jika besarnya

mendekati 4, maka terdapat autokorelasi negatif (Gujarati, 2006). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan metode Durbin Watson (DW-test).

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah terjadinya varians yang tidak sama untuk variabel independen yang berbeda. Heterokedastisitas dapat terdeteksi dengan melihat plot antara nilai taksiran dengan residual. Untuk melihat heterokedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot. Yang mendasari dalam pengambilan keputusan ini adalah:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk satu pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka akan terjadi masalah heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu-sumbu maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.3.1.3 Analisis Regresi

Dalam pengujian hipotesis statistik, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisa regresi moderasi. Analisis regresi moderasi digunakan untuk menguji apakah variabel pemoderasi ukuran perusahaan memperkuat atau memperllemah hubungan antara variabel CSR dengan nilai perusahaan. Model persamaan yang akan diuji adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{CSR} * \text{Size} + u_i$$

Dimana :

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β_1 - β_3 : Koefisien Regresi

CSR : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Yunita Yusephine Sianipar, 2016

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Size : Ukuran Perusahaan

u_i : Residual, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Untuk menguji regresi dengan variabel moderating digunakan uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA). *Moderated Regression Analysis* merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Pada penelitian ini yaitu variabel perkalian antara pengungkapan CSR (X_1) dan Ukuran Perusahaan (Size) terhadap hubungan pengungkapan CSR (X_1) dan Nilai Perusahaan (Y).

Arti koefisien β pada persamaan di atas adalah jika β positif (+), maka hal ini menunjukkan hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas akan diikuti oleh besarnya peningkatan atau penurunan variabel terikat. Sedangkan jika nilai β negatif (-), hal ini akan menunjukkan hubungan yang berlawanan arah antara variabel bebas dan variabel terikat. Yang artinya setiap peningkatan (penurunan) besarnya nilai variabel bebas akan diikuti oleh penurunan (peningkatan) besarnya nilai variabel terikat.

3.3.2 Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan pada penelitian ini berkaitan dengan seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis yang akan dilakukan adalah pengujian hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa koefisien regresi tidak berarti atau tidak signifikan. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) menyatakan bahwa koefisien regresi berarti atau signifikan. Jika hipotesis nol (H_0) ditolak maka hipotesis alternatif (H_a) diterima. Perumusan H_0 dan H_a untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Hipotesis 1

H_{01} : $\beta < 0$, Tingkat pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ha1 : $\beta > 0$, Tingkat pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

- Hipotesis 2

Ho2 : $\beta < 0$ Ukuran Perusahaan sebagai variabel pemoderasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Ha2 : $\beta > 0$ Ukuran Perusahaan sebagai variabel pemoderasi berpengaruh signifikan terhadap pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

3.3.2.1 Uji F

Untuk menguji model regresi yang menjelaskan bentuk hubungan dan pengaruh antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat digunakan uji F, yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Sudjana, 1992):

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

Dimana:

R^2 : koefisien determinasi

n : jumlah anggota sampel

k : banyaknya variabel independen

Lalu bandingkan nilai F hasil perhitungan (Fhitung) dengan nilai Ftabel atau F yang diperoleh dengan mempergunakan tingkat resiko atau *significance* 5% dan *degree of freedom* pembilang dan penyebut, yaitu $V1 = k$ dan $V2 = (n - k - 1)$ dimana kriteria yang digunakan adalah:

Jika Fhitung \leq Ftabel maka H0 diterima

Jika Fhitung $>$ Ftabel maka H0 ditolak

Bila terjadi penerimaan H0, maka diartikan sebagai tidak signifikannya suatu model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap suatu variabel dependen.

3.3.2.2 Uji t

Uji t atau *test of significance* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen. Uji ini (uji t) dilakukan dengan membandingkan tabel dengan thitung yang dirumuskan sebagai berikut:

$$t = R_s \frac{\sqrt{n - k - 1}}{\sqrt{1 - (r_s)^2}}$$

Apabila nilai thitung lebih besar dari ttabel, maka pengaruh dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikatnya adalah nyata (Suharyadi dan Purwanto: 2009). Angka dari t-hitung didapat dari pengolahan data melalui program SPSS yang bisa dilihat pada tabel *Coefficients* kolom t, untuk mengetahui hasil dari Uji t yaitu dengan melihat signifikansi t, apabila signifikansi t lebih kecil dari 5%, maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.3.2.3 Pengujian *goodness of fit* (R^2)

R^2 menunjukkan berapa persen perubahan dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen atau model yang bersangkutan. Biasanya penambahan variabel independen akan mempengaruhi R^2 . Namun hal ini harus di uji dengan melihat *adjusted* R^2 untuk melihat kesesuaian model dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin besar R^2 maka akan semakin baik untuk model tersebut. Dalam hal ini perubahan dari *adjusted* R^2 pada saat sebelum dan sesudah penambahan ukuran perusahaan akan menggambarkan pengaruh dari variabel moderasi. Apabila nilai R^2 bertambah setelah menggunakan model regresi berganda dibandingkan dengan model regresi sederhana maka hal tersebut menunjukan adanya variabel moderasi. Namun apabila tidak ada perubahan atau menurunnya nilai R^2 setelah menggunakan model regresi berganda maka hal tersebut menunjukan bahwa tidak ada variabel moderasi.