# BAB III

# METODOLOGI PENELITIAN

## 3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitan menurut Sugiyono (2009:4) adalah sebagai berikut :

> "Metode Penelitian pada dasarnya 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".

Sedangkan pengertian Menurut I Made Wirartha (2006:68) metode penelitian adalah sebagai berikut :

> "Suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan cara-cara melaksanakan penelitian (yaitu meliputi kegiatan-kegiatan mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala secara ilmiah."

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa metode penilitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dalam melaksanakan penelitian dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dan metode verifikatif.

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut:

> "Metode deskriptif adalah metode 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".

Pengertian dari metode deskriptif menurut Moh. Nazir (2005: 54)adalah :

"Metode Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang."

Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara tiga variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Sedangkan metode verifikatif menurut Mashuri (2008:45) dalam Umi Narimawati dkk. (2010:29) menyatakan bahwa:

> "Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan ditempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Menurut (Sugiyono, 2011:147) menyatakan definisi metode analisis deskriptif sebagai berikut :

> "Metode Analisis 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".

Berdasarkan definisi-definisi di atas, maka dapat dikatakan bahwa metode penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian, sedangkan

metode penelitian verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran teori dan hipotesis yang telah dikemukakan para ahli.

## 3.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2010:58) mendefinisikan operasional variabel sebagai berikut:

> "Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Adapun pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2009:2) sebagai berikut :

> "Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk mengetahui jenis dan indikator serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini, sehingga pengujian hipotesis yang akan dilakukan dengan dibantu oleh alat statistik akan sesuai dengan variabel-variabel dalam penelitian ini. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka variabel-variabel yang akan diteliti perlu diberi batasan-batasan sebagai berikut:

1) Variabel Bebas/*Independen* (X)

Menurut Sugiyono (2010:61) menyatakan bahwa definisi variabel independen adalah sebagai berikut:

> "Variabel independen yaitu variabel bebas yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel lain, bahkan variabel ini merupakan faktor penyebab yang akan mempengaruhi variabel lainnya"

Biaya Promosi (variabel X) dapat dikatakan sebagai sejumlah dana yang dikucurkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Variabel Biaya promosi diukur dengan indikator Biaya promosi = Biaya *Advertising* (Periklanan) + Biaya *Sales promotion* (Promosi penjualan) + Biaya *Publicity* (Publisitas) + Biaya *Personal Selling* (Penjualan pribadi)

2) Variabel Moderator (*Moderator variabel)(*Y)

Menurut Husein Umar (2011:48) variabel moderator yaitu

"Variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dan independen".

Volume penjualan (variabe Y) dapat dikatakan sebagai ukuran yang menunjukan banyaknya atau besarnya jumlah barang dan jasa yang terjual. Variabel Volume penjualan diukur dengan melihat total penjualan (pendapatan bersih) .

3) Variabel Terikat/ dependent (Z)

Variabel terikat menurut Sugiono (2010:61) menyatakan bahwa Variabel dependent adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.Dan menurut Robbins,2009:23 dalam Juliansyah Noor (2012:49) variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain.

Peningkatan laba bersih (variabe Z) dapat dikatakan sebagai laba operasi ditambah pendapatan nonoperasi (Seperti pendapatan bunga) dikurangi biaya

nonoperasi (seperti biaya bunga) dikurangi pajak). Variabel Peningkatan laba bersih diukur dengan indikator Laba Bersih = Laba Operasi – Pajak Penghasilan.

Selengkapnya mengenai operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

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

| Variabel | Konsep variabel | Indikator | Skala |
|---|---|---|---|
| **Biaya Promosi (x)** | Biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen<br>Freddy (2009:205) | Biaya Promosi = Biaya *Advertising* (Periklanan) + Biaya *Sales promotion* (Promosi penjualan) + Biaya *Publicity* (Publisitas) + Biaya *Personal Selling* (Penjualan pribadi) | Rasio |
| **Volume Penjualan (y)** | Jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan kegiatan penjualan barang, Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkian laba yang kan dihasilkan perusahaan.<br>Freddy (2009:207) | Volume penjualan = total penjualan (pendapatan bersih) | Rasio |
| **Peningkatan Laba Bersih (z)** | Menurut Hongren, bahwa : Laba bersih adalah laba operasi ditambah pendapatan nonoperasi (Seperti pendapatan bunga) dikurangi biaya nonoperasi (seperti biaya bunga) dikurangi pajak). | Laba Bersih = Pendapatan – Biaya/Beban – Pajak | Rasio |

### 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data adalah sumber-sumber data penelitian yang diperlukan dan dapat diperoleh secara langsung berhubungan dengan objek penelitian (primer), maupun secara tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian (sekunder).

1. Sumber data primer

   Sumber data ini merupakan sumber data yang yang diinginkan dan diperlukan dalam penelitian yang diperoleh secara langsung berhubungan dengan objek penelitian.

2. Sumber data sekunder

   Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang tidak langsung berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi sifatnya melengkapi, membantu, dan menambah informasi untuk bahan penelitian. Sumber data sekunder yang ada dalam penelitian ini di antaranya kajian literatur, dokumen-dokumen, laporan-laporan, jurnal, dan internet.

Menurut Sugiyono (2010:137), mengungkapkan bahwa:

> "Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen."

Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka sumber data yang diambil dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder, di mana data yang diperoleh penulis

merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, artinya data-data tersebut berupa data kedua yang telah diolah lebih lanjut dan data yang disajikan oleh pihak lain. Data-data yang digunakan diperoleh dari laporan-laporan yang berhubungan dengan materi terkait.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Kepustakaan *(Library Research)*

   Penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku di perpustakaan dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan diteliti oleh penulis.

## 3.4 Populasi, Sampel dan Tempat serta Waktu Penelitian

### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui kriteria-kriteria tertentu, yang ditentukan oleh peneliti.

Menurut Sugiyono (2012:115), 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".

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Rokok yang terdaftar di BEI yaitu PT. Gudang Garam Tbk, PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk, PT. Bentoel Internasional Investama Tbk, dan

PT.Wismilak Inti Makmur, sehingga jumlah populasi secara keseluruhan berjumlah 4 perusahaan.

### 3.4.2 Penarikan Sampel

Dengan meneliti secara sampel, diharapkan hasil yang telah diperoleh akan memberikan kesimpulan gambaran sesuai dengan karakteristik populasi. Menurut Sugiyono (2013:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Tony Wijaya (2013:27) pengertian sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu.

Penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampling yang tepat. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling (purposive sampling)*.

Menurut Sugiyono (2013:84) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan menurut Tony wijaya (2013:28) *sampling non probabilitas* adalah semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Kesimpulan dari teknik ini tidak dapat digeneralisasi.

Menurut Sugiyono (2013:84) *Sampling purposive* adalah teknik penetuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan menurut Tony Wijaya (2013:28) sampel bertujuan (*purposive*) yang bertujuan untuk memahami informasi tertentu pada sumber tertentu. Sampel ini dapat dikelompokkan menjadi

sampel keputusan (*judgment*) yang memilih anggota-anggota sampel yang sesuai dengan beberapa kriteria tertentu atas dasar catatan yang lalu atau tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data yang diambil merupakan laporan keuangan Perusahaan Rokok yang terdaftar di BEI yang merupakan sumber informasi keuangan terbaru.
2. Data yang diambil adalah data yang sudah diaudit.
3. Data yang diambil adalah sepuluh tahun dari tahun 2005-2014 yang dijadikan sampel karena pada rentang periode ini terdapat fenomena yang menyebabkan harus adanya penelitian yang dilakukan.

**Tabel 3.2**
**Sampel**

| No | Kode Saham | Nama Perusahaan |
|---|---|---|
| 1. | GGRM | PT. Gudang Garam Tbk |
| 2. | HMSP | PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk |
| 3. | RMBA | PT. Bentoel Internasional Investama Tbk |

### 3.4.3 Tempat dan Waktu Penelitian

#### 3.4.3.1 Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diteliti maka peneliti mengadakan penelitan pada perusahaan rokok yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang beralamatkan di Jalan Veteran No.10 Telp.(022) 4214349 Fax.(022) 4214359 Bandung.

### 3.4.3.2 Waktu Penelitian

Adapun jadwal kegiatan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

**Tabel 3.3**
**Pelaksanaan Penelitian**

| No | Kegiatan | Feb 2015 | | | | Mar 2015 | | | | Apr 2015 | | | | Mei 2015 | | | | Jun 2015 | | | | Jul 2015 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | **Pra Survei :** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Persiapan Judul | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Persiapan Teori | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Pengajuan judul | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Mencari Perusahaan | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | **Usulan Penelitian :** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Bimbingan UP | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Seminar UP | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Revisi UP | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 3 | **Pengumpulan Data** | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 4 | **Pengelohan Data** | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| 5 | **Penyusunan Skripsi :** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| | Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | |
| | Revisi Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |
| | Pengumpulan Draft Sripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ |

## 3.5 Metode Pengumpulan Data

### 3.5.1 Metode Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.

Analisis kualitatif menurut Sugiyono (2010:14) :

> "Metode penelitian kualitatif itu dilakukan secara intensif, peneliti ikut berpartisipasi lama dilapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan dilapangan, dan membuat laporan penelitian secara mendetail".

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini antara lain :

Menurut Menurut Sugiyono (2010:31) analisis kuantitatif adalah sebagai berikut:

> "Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris. Peneliti menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang dilakukan secara random. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat berupa tabel, tabel ditribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram lingkaran), dan pictogram. Pembahasan hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan."

Adapun langkah-langkah analisis kuantitatif yang diuraikan diatas adalah sebagai berikut :

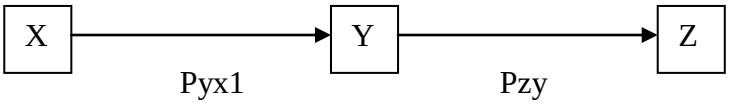
**1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan keterkaitan antar variabel independen.

Menurut Riduan dan Kuncoro (2007:2) :

> "Model *Path Analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen)".

Model analisis jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :




**Gambar 3.1**
**Model analisis jalur**

Diagram jalur seperti terlihat pada gambar 3.1 diatas dapat diformulasikan kedalam 2 bentuk persamaan struktural sebagai berikut.

Persamaan Jalur Sub Struktur Pertama

$$\mathbf{Y = P_{YX}X + £_1}$$

Persamaan Jalur Sub Struktur Kedua

$$\mathbf{Z = P_{ZY}X + £_2}$$

Keterangan :

Z = Peningkatan Laba Bersih

Y = Volume Penjualan

X = Biaya Promosi

PYX = Koefisien jalur Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan

PZY = Koefisien jalur Volume Penjualan terhadap Peningkatan Laba Bersih

**£** = Pengaruh faktor lain

**2. Perhitungan Jalur Pada Sub Struktur Pertama**

Pada sub struktur yang pertama variabel Biaya Promosi berperan sebagai variabel independen (eksogenus variabel) dan Volume Penjualan sebagai variabel dependen (endogenus variabel). Selanjutnya untuk menguji pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

**a) Menghitung Koefisien Jalur**

Karena variabel independen hanya satu variabel (aplikasi *data mining*), maka nilai koefisien korelasi sekaligus menjadi koefisien jalur.

$$(P_{yx})=r_{xy}$$

Dimana koefisien korelasi diperoleh menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{XY}=\frac{n\sum XY-\sum X\sum Y}{\sqrt{\left[\left(n\sum X^2-\left(\sum X\right)^2\right)\times\left(n\sum Y^2-\left(\sum Y\right)^2\right)\right]}}$$

**b) Menghitung Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi diperoleh dari mangkuadratkan nilai koefisien jalur, jadi koefisien determinasi Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2_{yx}=(P_{yx})^2$$

**3. Perhitungan Jalur Pada Sub Struktur Kedua**

Pada sub struktur yang kedua variabel Volume Penjualan berperan sebagai variabel independen (eksogenus variabel) dan Peningkatan Laba Bersih berperan sebagai variabel dependen (endogenus variabel). Selanjutnya untuk menguji pengaruh Volume Penjualan terhadap Peningkatan Laba Bersih ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

**a) Menghitung Koefisien Jalur**

Karena variabel independen hanya satu variabel (Volume Penjualan), maka nilai koefisien korelasi sekaligus menjadi koefisien jalur.

$$(P_{zy})=r_{yz}$$

Dimana koefisien korelasi diperoleh menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xz} = \frac{n\sum YZ - \sum Y \sum Z}{\sqrt{\left[\left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right) \times \left(n\sum Z^2 - \left(\sum Z\right)^2\right)\right]}}$$

**b) Menghitung Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi diperoleh dari mangkuadratkan nilai koefisien jalur, jadi koefisien determinasi Volume Penjualan terhadap Peningkatan Laba Bersih dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$R^2_{zy}=(P_{zy})^2$$

### 3.6 Metode Pengujian Data

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Implikasinya Terhadap Peningkatan Laba Bersih yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengujian hipotesis digunakan untuk melihat ada tidaknya korelasi dan pengaruh variabel independen, yaitu Biaya Promosi (X) dan Volume Penjualan (Y) Peningkatan Laba Bersih (Z). Hipotesis yang diuji dapat dirumuskan sebagai berikut:

**1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)**

Dalam penelitian ini, uji t digunakan uuntu menguji ada tidaknya pengaruh signifikan secara parsial dari masing-masing variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Selanjutnya dilakukan pengujian dengan menggunakan uji statistik t. yaitu dengan cara :

a. Menentukan hipotesis parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesis statistik yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 3.4**
**Rumusan Hipotesis secara Parsial**

| | |
|---|---|
| $H0_2 : \beta_1 = 0$ | Biaya promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan |
| $Ha_2 : \beta_1 \neq 0$ | Biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan |
| $H0_3 : \beta_2 = 0$ | volume penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan laba bersih |
| $Ha_3 : \beta_2 \neq 0$ | volume penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan laba bersih |

b. Menghitung nilai $t_{hitung}$ dan membandingkannya dengan $t_{tabel.}$ Adapun nilai $t_{hitung}$ dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$t_1 = rx_1y \sqrt{\frac{n - k - 1}{(1 - r^2x_1y)}}$$

$$t_2 = rx_2y \sqrt{\frac{n - k - 1}{(1 - r^2x_2y)}}$$

Dengan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:

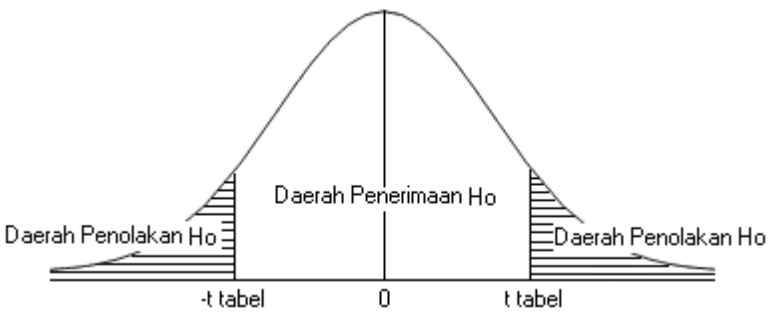
a. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan $\alpha = 5\ \%$ maka $H_0$ ditolak, artinya signifikan

b. $t_{hitung} \leq t_{table} \leq$ t hitung, dengan $\alpha = 5\ \%$ maka $H_0$ diterima, artinya tidak signifikan

**2. Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis serta Penarikan Kesimpulan**

Penggambaran daerah penerimaan atau penolakan hipotesis beserta kriteria dan kesimpulannya akan dijelaskan berikut ini

1) Hasil $t_{hitung}$ dibandingkan dengan $t_{tabel}$ dengan kriteria :




**Gambar 3.2**
**Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Secara Parsial**

a. Jika t hitung > t tabel maka H0 ada di daerah penolakan, berarti $H_1$ diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada pengaruhnya.

b. Jika -t hitung ≤ t tabel ≤ t hitung maka $H_0$ ada di daerah penerimaan, berarti $H_1$ ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada pengaruhnya.

c. $t_{hitung}$ dicari dengan rumus perhitungan $t_{hitung}$

d. $t_{tabel}$ dicari di dalam tabel distribusi t *student* dengan ketentuan sebagai berikut, α = 0,05 dan db = (n – k – 1)

**3. Penarikan Kesimpulan**

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika $t_{hitung}$ jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka Ho ditolak (diterima) dan $H_1$ diterima (ditolak). Artinya koefisian jalur signifikan (tidak signifikan).

Kesimpulannya, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh (tidak berpengaruh) terhadap peningkatan laba bersih. Tingkat signifikannya yaitu 5 % (α= 0,05), artinya jika hipotesis nol ditolak (diterima) dengan taraf kepercayaan 95%, maka kemungkinan bahwa hasil dari penarikan kesimpulan mempunyai kebenaran 95 % dan hal ini menunjukan adanya (tidak adanya pengaruh yang meyakinkan (signifikan) antara dua variabel tersebut.