

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di industri kecil oleh-oleh Tulungagung “*Bakpia Eka*” di desa Kedungsuko kecamatan Tulungagung kabupaten Tulungagung. Industri “*Bakpia Eka*” adalah satu-satunya pembuat kue bakpia di Kedungsuko, awalnya didirikan di rumah dinas puskesmas Tulungagung dimana suami Bu Tri sebagai salah satu pegawai di puskesmas tersebut. Pada saat ini industri Bakpia Eka sudah berpindah tempat, lokasinya tidak jauh dari tempat produksi dulu kurang lebih 5 meter. Sekarang “*Bakpia Eka*” (Mbak Tri), dikenal dengan nama Mbak Tri karena sebagai pemilik usaha tersebut dan kediamannya sekarang terletak di Jalan raya Kedungsuko, RT.01/RW.03, Kedungsuko, kecamatan Tulungagung, kabupaten Tulungagung, timur SMPN 5 Tulungagung foto copy masuk ke ke utara 100 meter.

Melihat banyaknya permintaan masyarakat untuk dibuatkan bakpia, Bu Tri merasa bahwasannya peluang bisnis dan porspek pasarnya bagus akhirnya Bu Tri membuka usaha “*Bakpia Eka*” Tulungagung. Usaha ini mulai dirintis sejak tahun 2013 yang sampai sekarang sudah berjalan 5 tahun. Bakpia Eka tersedia ada dua yaitu kering dan basah selain bakpia ada juga kecipir ayu dan wingko Eka P. Langkah tersebut ternyata disambut baik oleh masyarakat terutama pelanggan bakpia Eka, sehingga usaha oleh-oleh pia khas Tulungagung “*Bakpia Eka*” terus berkembang sampai sekarang.

B. Deskripsi Data Variabel

Deskripsi data variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Biaya Produksi (X_1)

Berikut adalah data mengenai biaya Produksi Bakpia Eka tahun 2016-2018 :

Tabel 4.1
Biaya Produksi Bakpia Eka
(2016-2018)

Bulan	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Januari	14,800,000.0	16,720,000	16,300,000
Februari	15,100,000.0	16,460,000	16,300,000
Maret	15,160,000.0	16,420,000	16,000,000
April	15,340,000.0	16,390,000	16,300,000
Mei	16,300,000.0	16,420,000	19,600,000
Juni	16,180,000.0	16,450,000	16,420,000
Juli	16,000,000.0	16,540,000	16,460,000
Agustus	16,300,000.0	16,600,000	16,150,000
September	16,420,000.0	16,535,000	16,160,000
Oktober	16,000,000.0	16,150,000	15,700,000
November	14,125,000.0	14,092,000	16,560,000
Desember	16,528,000.0	16,250,000	17,100,000
Total	188,253,000.0	195,027,000.0	199,050,000.0
Minimum	14,125,000.0	14,092,000.0	15,700,000.0
Maksimum	16,528,000.0	16,720,000.0	19,600,000.0
Rata – Rata	15,687,750.0	16,252,250.0	16,587,500.0

Sumber : Bakpia Eka, 2018

Biaya produksi Bakpia Eka pada tahun 2016 paling tinggi adalah pada bulan Desember yaitu sebesar Rp 16.528.000,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan November sebesar Rp 14.125.000,00 dan untuk rata-rata biaya bahan baku pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 15.687.750,00. Pada tahun 2017 biaya produksi paling tinggi adalah pada bulan Januari yaitu sebesar Rp 16.720.000,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan Nopember sebesar Rp 14.092.000,00 dan untuk rata-rata biaya produksi pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 16.252.250,00.

Pada tahun 2018 biaya produksi paling tinggi adalah pada bulan Mei yaitu sebesar Rp 19.600.000,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan Oktober sebesar Rp 15.700.000,00 dan untuk rata-rata biaya produksi pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 16.57. 500,00.

2. Biaya Promosi (X₂)

Berikut adalah data mengenai biaya promosi Bakpia Eka tahun 2016-2018 :

Tabel 4.3
Biaya Promosi Bakpia Eka
(2016-2018)

Bulan	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Januari	146,000.0	107,500	225,000
Februari	135,500.0	172,000	120,000
Maret	146,500.0	105,500	117,500
April	171,000.0	220,000	127,500
Mei	164,000.0	107,500	127,500
Juni	140,000.0	105,000	280,000
Juli	141,500.0	107,500	260,000
Agustus	214,000.0	122,000	212,000
September	137,000.0	125,000	227,500
Oktober	171,500.0	108,500	260,000
November	173,500.0	112,500	280,000
Desember	210,000.0	110,000	232,000
Total	1,950,500.0	1,503,000.0	2,469,000.0
Minimum	135,500.0	105,000.0	117,500.0
Maksimum	214,000.0	220,000.0	280,000.0
Rata – Rata	162,541.7	125,250.0	205,750.0

Sumber : Bakpia Eka, 2018

Biaya promosi Bakpia Eka pada tahun 2016 paling tinggi adalah sebesar Rp 214.000,00 sedangkan yang paling rendah sebesar Rp 135.500,00 dan untuk rata-rata biaya promosi pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 162.541,7. Pada tahun 2017 biaya promosi paling tinggi adalah sebesar Rp 220.000,00 sedangkan yang paling rendah sebesar Rp

105.000,00 dan untuk rata-rata biaya promosi pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 125.250,00.

Pada tahun 2018 biaya promosi paling tinggi adalah sebesar Rp 280.000,00 sedangkan yang paling rendah sebesar Rp 117.500,00 dan untuk rata-rata biaya promosi pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 205.750,00.

3. Biaya Distribusi (X₃)

Berikut adalah data mengenai biaya distribusi Bakpia Eka tahun 2016-2018:

Tabel 4.4
Biaya Distribusi Bakpia Eka
(2016-2018)

Bulan	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Januari	420,000.0	800,000	820,000
Februari	420,000.0	900,000	600,000
Maret	850,000.0	1,100,000	520,000
April	650,000.0	900,000	580,000
Mei	750,000.0	925,000	575,000
Juni	500,000.0	1,100,000	625,000
Juli	450,000.0	1,000,000	600,000
Agustus	600,000.0	900,000	500,000
September	820,000.0	950,000	675,000
Oktober	800,000.0	800,000	875,000
November	1,000,000.0	750,000	1,000,000
Desember	1,000,000.0	850,000	900,000
Total	8,260,000.0	10,975,000.0	8,270,000.0
Minimum	420,000.0	750,000.0	500,000.0
Maksimum	1,000,000.0	1,100,000.0	1,000,000.0
Rata – Rata	688,333.3	914,583.3	689,166.7

Sumber : Bakpia Eka, 2018

Biaya distribusi Bakpia Eka pada tahun 2016 paling tinggi adalah pada bulan Desember yaitu sebesar Rp 1.000.000,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan Januari sebesar Rp 420.000,00 dan untuk rata-rata biaya distribusi pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 688.333,3.

Pada tahun 2017 biaya distribusi paling tinggi adalah pada bulan Juni yaitu sebesar Rp 1.100.000,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan Nopember sebesar Rp 750.000,00 dan untuk rata-rata biaya distribusi pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 914.583,3. Pada tahun 2018 biaya distribusi paling tinggi adalah pada bulan Nopember yaitu sebesar Rp 1.000.000,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan Agustus sebesar Rp 500.000,00 dan untuk rata-rata biaya distribusi pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 689.166,7.

4. Volume Penjualan (X₄)

Berikut adalah data mengenai volume penjualan Bakpia Eka tahun 2016-2018:

Tabel 4.4
Volume Penjualan
Bakpia Eka
(2016-2018)

Bulan	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Januari	36,000,000.0	40,700,000	42,400,000
Februari	36,500,000.0	40,600,000	42,550,000
Maret	37,000,000.0	41,100,000	42,500,000
April	37,250,000.0	40,600,000	42,750,000
Mei	38,400,000.0	41,100,000	42,800,000
Juni	38,500,000.0	40,900,000	42,900,000
Juli	38,900,000.0	41,400,000	43,150,000
Agustus	48,700,000.0	41,500,000	43,150,000
September	39,550,000.0	41,640,000	43,500,000
Oktober	40,000,000.0	41,700,000	43,200,000
November	40,000,000.0	41,950,000	43,050,000
Desember	40,500,000.0	42,100,000	44,200,000
Total	471,300,000.0	495,290,000.0	516,150,000.0
Minimum	36,000,000.0	40,600,000.0	42,400,000.0
Maksimum	48,700,000.0	42,100,000.0	44,200,000.0
Rata – Rata	39,275,000.0	41,274,166.7	43,012,500.0

Sumber : Bakpia Eka, 2018

Volume penjualan Bakpia Eka pada tahun 2016 paling tinggi adalah sebesar Rp.48.700.000,00 sedangkan yang paling rendah sebesar Rp.36.000.000,00 dan untuk rata-rata volume penjualan pada tahun 2016 adalah sebesar Rp.39.275.000,00. Pada tahun 2017 volume penjualan paling tinggi adalah sebesar Rp.42.100.000,00 sedangkan yang paling rendah sebesar Rp.40.600.000,00 dan untuk rata-rata volume penjualan pada tahun 2017 adalah sebesar Rp.41.274.166,7. Pada tahun 2018 volume penjualan paling tinggi adalah sebesar Rp.44.200.000,00 sedangkan yang paling rendah sebesar Rp.42.400.000,00 dan untuk rata-rata volume penjualan pada tahun 2018 adalah sebesar Rp.43.012.500,00.

5. Laba Bersih (Y)

Berikut adalah data mengenai laba bersih Bakpia Eka tahun 2016-2018 :

Tabel 4.5
Laba Bersih
Bakpia Eka
(2016-2018)

Bulan	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)
Januari	5,430,500.0	7,665,200	9,506,600
Februari	5,473,250.0	7,957,250	9,188,000
Maret	5,451,200.0	8,272,250	9,638,000
April	5,871,500.0	8,335,700	9,790,100
Mei	5,981,750.0	8,211,500	12,003,200
Juni	5,878,250.0	8,452,250	8,948,600
Juli	6,110,000.0	8,619,200	9,676,250
Agustus	10,812,500.0	8,690,300	9,888,200
September	4,839,000.0	9,354,500	10,976,000
Oktober	6,985,250.0	11,402,900	10,120,400
November	8,885,250.0	10,188,000	10,276,100
Desember	7,658,000.0	9,307,250	10,020,000
Total	79,376,450.0	106,456,300.0	120,031,450.0
Minimum	4,839,000.0	7,665,200.0	8,948,600.0

Maksimum	10,812,500.0	11,402,900.0	12,003,200.0
Rata – Rata	6,614,704.2	8,871,358.3	10,002,620.8

Sumber : Bakpia Eka, 2018

Laba bersih Bakpia Eka pada tahun 2016 paling tinggi adalah pada bulan Agustus yaitu sebesar Rp 10.512.000,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan September sebesar Rp 4.893.000,00 dan untuk rata-rata laba bersih pada tahun 2016 adalah sebesar Rp 6.614.704,2.

Pada tahun 2017 laba bersih paling tinggi adalah pada bulan Oktober yaitu sebesar Rp 11.402.900,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan Januari sebesar Rp 7.665.000,00 dan untuk rata-rata laba bersih pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 8.871.358,3. Pada tahun 2018 laba bersih paling tinggi adalah pada bulan Mei yaitu sebesar Rp 12.003.200,00 sedangkan yang paling rendah pada bulan Juni sebesar Rp 8.948.600,00 dan untuk rata-rata laba bersih pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 10.002.620,8.

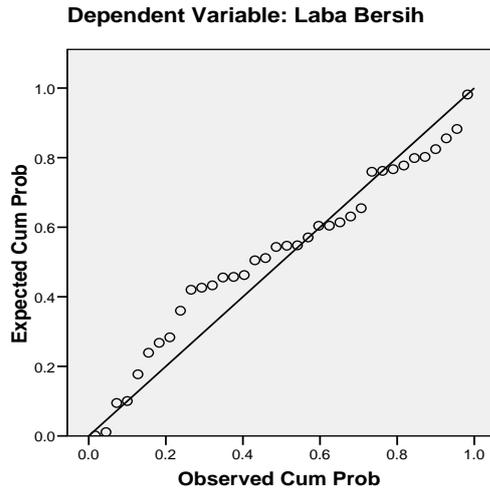
C. Analisis Data

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data residual berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan analisis histrogram dan grafik *normal probability plot*.

Hasil uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



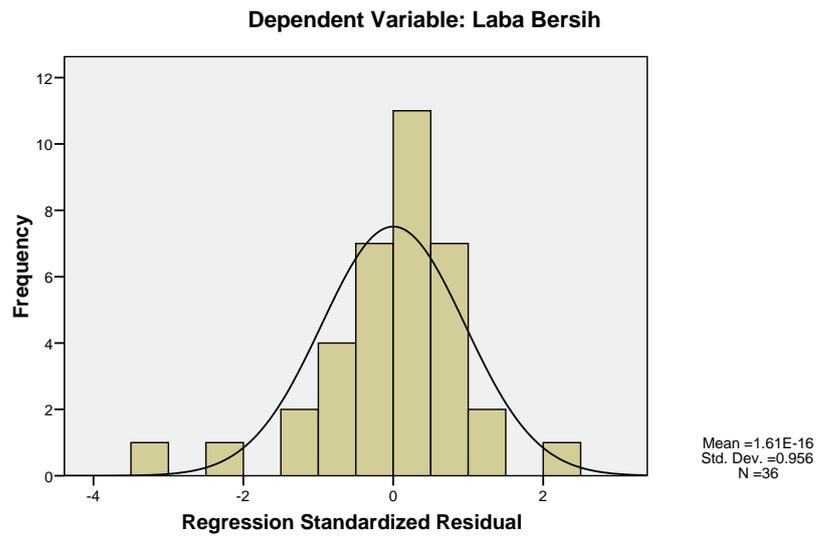
Gambar 4.1

Normal Probability Plot

Sumber : Output SPSS

Dengan melihat grafik normal P-P plot di atas terlihat bahwa data berdistribusi normal.

Histogram



Gambar 4.2

Grafik Histogram

Sumber : Output SPSS

Dengan melihat histogram standardizen residual di atas terlihat bahwa data berdistribusi normal.

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	916.38557909
Most Extreme Differences	Absolute	.167
	Positive	.082
	Negative	-.167
Kolmogorov-Smirnov Z		.999
Asymp. Sig. (2-tailed)		.271

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.6 didapatkan nilai *asympt.sig* $0.271 > 0.05$ berarti data berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai

VIF < 10 maka model regresi tersebut bebas dari gejala multikolinieritas.

Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) :

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients(a)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Biaya Produksi	.872	1.147
Biaya Promosi	.591	1.691
Biaya Distribusi	.588	1.700

a Dependent Variable: Laba Bersih

Dasar Keputusan: Apabila nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF<10 maka model regresi tersebut bebas dari gejala multikolinieritas. Variabel biaya produksi (X1) biaya promosi (X2) dan biaya distribusi (X3) memenuhi dasar keputusan karena nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10.

b. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Dalam penelitian kali ini menggunakan uji Durbin-Watson.

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary(b)

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	958.397	1.981

a Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Promosi, Biaya Produksi

b Dependent Variable: Laba Bersih

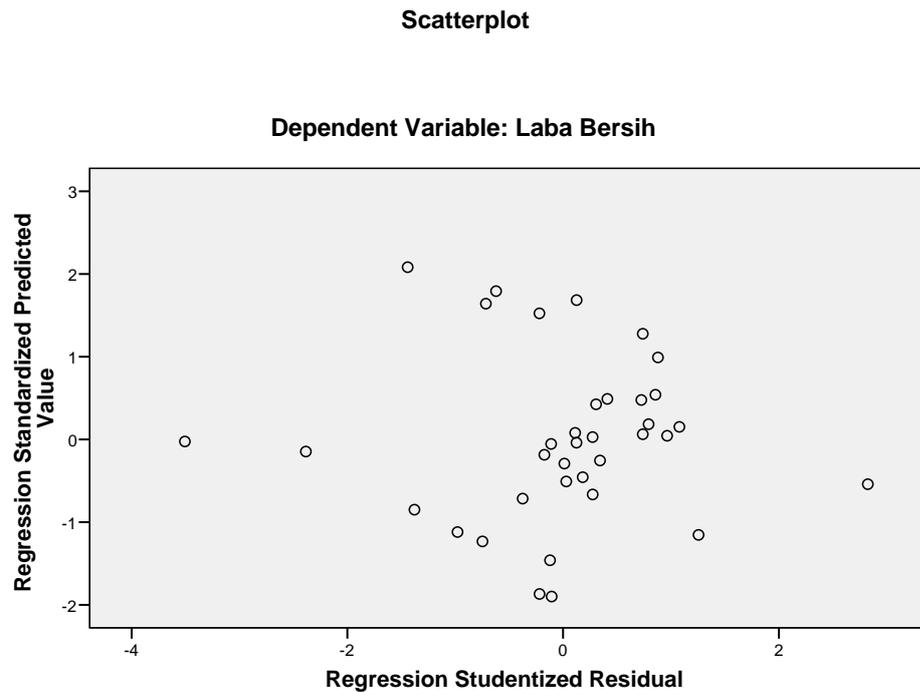
Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil yang disajikan pada tabel 4.8, terlihat bahwa nilai DW sebesar 1,981, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5% jumlah sampel 36 (n) dan jumlah variabel independen 3 ($k = 3$), maka pada tabel Durbin Watson didapatkan nilai yaitu $du = 1,654$. Oleh karena nilai DW 1,981 lebih besar dari batas atas (du) 1,654 dan kurang dari ($4-du$) $4-1,654 = 2,346$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas dalam sebuah penelitian salah satu caranya yaitu dengan menggunakan Grafik *Scatterplot* yaitu melalui diagram pencar antara nilai yang diprediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.3
Grafik *Scatterplot*
Sumber : Output SPSS,

Berdasarkan gambar ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak menunjukkan pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan dasar pengambilan keputusan, sehingga regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis dengan grafik plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil plotting. Oleh sebab itu diperlukan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *glejser* yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan *absolute residual* sebagai variabel dependen.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5510.067	4526.124		-5.217	.132
Biaya Produksi	.413	.295	.139	6.402	.441
Biaya Promosi	17.027	5.087	.403	7.348	.502
Biaya Distribusi	6.007	1.527	.475	7.935	.500

a Dependent Variable: Abs_RESD

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau $\alpha = 0,05$. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda (*multiple regression*), hal ini sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian ini. Metode regresi berganda menghubungkan satu variabel dependen (laba bersih) dengan beberapa variabel independen (biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi) dalam suatu model prediktif tunggal.

Dengan menggunakan software SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-5510.067	4526.124	
Biaya Produksi	.413	.295	.139
Biaya Promosi	17.027	5.087	.403
Biaya Distribusi	6.007	1.527	.475

a Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Output SPSS

Dari hasil output regresi tersebut di atas didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = -5510,067 + 0,413 X_1 + 17,027 X_2 + 6,007 X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Konstanta laba bersih sebesar -5510,067 artinya nilai laba bersih sebesar Rp. -5.510,067 apabila biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi tetap (konstan).
- Biaya produksi mempunyai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,413 artinya apabila terjadi kenaikan biaya produksi sebesar 1 satuan maka akan menaikkan laba bersih sebesar 0,413 dengan asumsi biaya promosi dan biaya distribusi tetap.

- c. Biaya promosi mempunyai koefisien regresi bertanda positif sebesar 17,027 artinya apabila terjadi kenaikan biaya promosi sebesar 1 satuan maka akan menaikkan laba bersih sebesar 17,027 dengan asumsi biaya bahan produksi dan biaya distribusi tetap.
- d. Biaya distribusi mempunyai koefisien regresi bertanda positif sebesar 6,007 artinya apabila terjadi kenaikan biaya distribusi sebesar 1 satuan maka akan menaikkan laba bersih sebesar 6,007 dengan asumsi biaya bahan produksi biaya promosi tetap.

4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Regresi dengan dua atau lebih variabel independen digunakan *adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.11
Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852(a)	.726	.700	958.397

a Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Promosi, Biaya Produksi

b Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Output SPSS

Pada tabel 4.11 di atas, diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,700. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu biaya produksi, biaya

promosi dan biaya distribusimampu menjelaskan variasi variabellaba bersih sebesar 0,700 atau 70,0%. Sisanya sebesar 30,0% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (t-test)

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh salah satu variabel independen dengan variabel dependen dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Uji t dilihat dari tingkat signifkansi masing-masing variabel independen. Jika nilai sig dibawah 0,05, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients(a)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-1.217	.082
Biaya Produksi	2.402	.041
Biaya Promosi	3.348	.002
Biaya Distribusi	3.935	.000

a Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai berikut:

a. Pengujian Pengaruh Biaya produksi terhadap Laba bersih

Dari tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel biaya produksi sebesar 0,041. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Sehingga dapat diartikan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Artinya bahwa apabila biaya produksi meningkat maka laba bersih juga akan meningkat. Demikian pula sebaliknya apabila biaya produksi menurun maka laba bersih juga akan menurun.

b. Pengujian Pengaruh Biaya promosi terhadap Laba bersih

Dari tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel biaya promosi sebesar 0,002. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Sehingga dapat diartikan bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Artinya bahwa apabila biaya promosi meningkat maka laba bersih juga akan meningkat. Demikian pula sebaliknya apabila biaya promosi menurun maka laba bersih juga akan menurun.

c. Pengujian Pengaruh Biaya distribusi terhadap Laba bersih

Dari tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel biaya distribusi sebesar 0,041. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Sehingga dapat diartikan bahwa biaya distribusi berpengaruh positif signifikan

terhadap laba bersih. Artinya bahwa apabila biaya distribusi meningkat maka laba bersih juga akan meningkat. Demikian pula sebaliknya apabila biaya distribusi menurun maka laba bersih juga akan menurun.

2. Uji Simultan (F-test)

Untuk mengetahui pengaruh biaya bahan baku, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba bersih maka perlu dilakukan pengujian hipotesis secara simultan, yang dapat dilihat dari tabel ANOVA hasil pengolahan *SPSS for Windows ver. 16*.

Tabel 4.13
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77854194	3	25951397.90	28.254	.000 ^a
	Residual	29391689	32	918490.267		
	Total	1.1E+008	35			

a. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Produksi, Biaya Promosi

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : Output SPSS

Dari tabel ANOVA di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 28,254 dan nilai signifikansi uji F sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan kesimpulannya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba bersih.

E. Uji Regresi Moderasi

Pengujian hipotesis yang melibatkan variabel moderasi menggunakan uji interaksi/ *MRA (Moderated Regression Analysis)*. *Moderated Regression Analysis (MRA)* atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen).

Langkah uji *MRA (Moderated Regression Analysis)* dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_1*X_4 + \beta_5X_2*X_4 + \beta_6X_3*X_4 + e$$

Tabel 4.14
Hasil Uji Interaksi
Coefficients(a)

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1377.107	2337.431		.589	.560
	Biaya Produksi	-1.136	.732	-.382	4.552	.032
	Biaya Promosi	342.534	90.997	8.103	3.764	.001
	Biaya Distribusi	-69.833	8.997	-5.519	7.762	.000
	MODERAT1	2.75E-005	.000	.862	3.526	.038
	MODERAT2	-.008	.002	-9.130	3.770	.001
	MODERAT3	.002	.000	6.980	8.338	.000

a Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : Output SPSS

Pembahasan terkait pengujian hipotesis yang melibatkan variabel moderasi dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Interaksi antara volume penjualan dan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih (H₄)

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa volume penjualan memiliki tingkat signifikansi 0,038 yang lebih kecil dari 0,05. Sebuah variabel dikatakan variabel moderasi jika berpengaruh signifikan pada tingkat 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel volume penjualan merupakan variabel moderasi yang memperkuat hubungan variabel biaya produksi terhadap laba bersih.

Volume penjualan merupakan variabel moderasi berarti membuktikan dan menerima hipotesis keempat (H₄) dimana interaksi antara volume penjualan dan biaya produksi akan berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih.

Menguji signifikansi bisa juga dengan menggunakan t hitung dengan t tabel pada taraf kesalahan 5%, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka korelasi tersebut signifikan, dan jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka korelasi tersebut tidak signifikan. Kemudian untuk mengetahui apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada taraf signifikansi 5% dan $df = n - k$ yaitu $36 - 1 = 35$ sebesar 1,68957. Hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($4,552 > 1,68957$) maka terdapat korelasi yang signifikan.

2. Interaksi antara volume penjualan dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih (H₅)

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa volume penjualan memiliki tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Sebuah variabel dikatakan variabel moderasi jika berpengaruh signifikan pada tingkat 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel volume penjualan merupakan variabel moderasi yang memperkuat hubungan variabel biaya promosi terhadap laba bersih.

Volume penjualan merupakan variabel moderasi berarti membuktikan dan menerima hipotesis kelima (H₅) dimana interaksi antara volume penjualan dan biaya promosi akan berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih.

Menguji signifikansi bisa juga dengan menggunakan t hitung dengan t tabel pada taraf kesalahan 5%, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka korelasi tersebut signifikan, dan jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka korelasi tersebut tidak signifikan. Kemudian untuk mengetahui apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada taraf signifikansi 5% dan $df = n-k$ yaitu $36-1=35$ sebesar 1,68957. Hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($3,764 > 1,68957$) maka terdapat korelasi yang signifikan.

3. Interaksi antara volume penjualan dan biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih (H_6)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa volume penjualan memiliki tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sebuah variabel dikatakan variabel moderasi jika berpengaruh signifikan pada tingkat 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel volume penjualan merupakan variabel moderasi yang memperkuat variabel biaya distribusi terhadap laba bersih.

Volume penjualan merupakan variabel moderasi berarti membuktikan dan menerima hipotesis keenam (H_6) dimana interaksi antara volume penjualan dan biaya distribusi akan berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih.

Menguji signifikansi bisa juga dengan menggunakan t hitung dengan t tabel pada taraf kesalahan 5%, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka korelasi tersebut signifikan, dan jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka korelasi tersebut tidak signifikan. Kemudian untuk mengetahui apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada taraf signifikansi 5% dan $df = n-k$ yaitu $36-1=35$ sebesar 1,68957. Hasil koefisien korelasi menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel ($8,338 > 1,68957$) maka terdapat korelasi yang signifikan.