

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Objek Penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Menurut Arikunto (2013, hlm. 118), objek penelitian adalah fenomena atau masalah penelitian yang telah diabstraksi menjadi suatu konsep atau variabel. Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah perataan laba, kinerja perusahaan dan target omzet penjualan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) pada tahun 2015- 2016.

1.2 Metode Penelitian

1.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan garis besar rencana, struktur dan strategi penelitian secara komprehensif dari mulai tahap perumusan masalah penelitian sampai dengan tahap akhir analisis data dengan tujuan agar masalah penelitian dapat terjawab. (Nuryaman & Veronica, 2015, hlm. 18).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2014, hlm. 13).

Di dalam penelitian kuantitatif, pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Menurut Indriantoro & Supomo (2014, hlm. 26) penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan *current status* dari subyek yang diteliti. Penelitian ini disusun berdasarkan laporan target omzet penjualan beserta realisasinya pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016.

1.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

1.2.2.1 Definisi variabel

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 58) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, untuk menguji hipotesis terdapat beberapa variabel independen serta variabel dependen, yaitu variabel bebas *Income Smoothing*, variabel terikat Kinerja Perusahaan, dan variabel mediasi Target Omzet Penjualan.

1. Variabel Independen (X)

Variabel bebas (*independent variable*), yaitu variabel bebas yang mempengaruhi variabel lainnya. Menurut Indriantoro & Supomo, (2014) variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah *Income smoothing*. *Income smoothing* adalah fluktuasi laba dari tahun ke tahun dengan memindahkan pendapatan dari tahun-tahun yang tinggi pendapatannya ke periode-periode yang kurang menguntungkan (Belkaoui, 2012, hlm. 192).

Dalam penelitian ini, untuk mengukur *income smoothing* dapat diukur dengan menggunakan *indeks eckel*. Eckel menggunakan *Coefficient Variation* (CV) variasi penghasilan dan variabel penghasilan bersih. Indeks perataan laba dihitung sebagai berikut:

$$\text{Indeks Perataan Laba} = \frac{CV\Delta I}{CV\Delta S}$$

(Eckel dalam Peranasari & Dharmadiaksa, 2014)

Dimana :

$$CV \Delta I = \sqrt{\frac{\sum(\Delta i - \Delta I)^2}{n-1}} : \Delta I \quad \text{dan} \quad CV \Delta S = \sqrt{\frac{\sum(\Delta s - \Delta S)^2}{n-1}} : \Delta S$$

Keterangan:

Δi : Perubahan laba (*income*)

- Δs : Perubahan sales (*sales*)
 ΔI : Rata-rata perubahan laba (*income*)
 ΔS : Rata-rata perubahan penjualan (*sales*)
 n : Banyaknya tahun yang diamati

Penggunaan indeks Eckel dalam menentukan kategori perusahaan yang melakukan praktik perataan laba atau tidak melakukan praktik perataan laba didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

(Eckel dalam Peranasari & Dharmadiaksa, 2014)

1. Indeks Eckel ini telah digunakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Diantaranya Peranasari dan Dharmadiaksa (2014), Juniarti dan Carolina (2012), Solihin dan Alwiyah (2015), Suryandari (2012), Amanah dan Jamaluddin (2015).
2. Laba yang digunakan dalam menghitung indeks Eckel adalah laba yang sesungguhnya terjadi.
3. Penjualan yang digunakan adalah penjualan yang sesungguhnya terjadi.
4. Tersedianya data penjualan dan laba sesungguhnya yang dilaporkan perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) memudahkan perhitungan indeks Eckel.

Langkah – langkah yang digunakan dalam menghitung indeks Eckel adalah sebagai berikut:

1. Menyiapkan data laba bersih dan penjualan perusahaan dari tahun 2015-2016.
2. Menghitung perubahan laba bersih dan penjualan perusahaan dari tahun 2015-2016
3. Menghitung koefisien variasi laba bersih (*CV income*) dan penjualan (*CV sales*) perusahaan.
4. Menghitung indeks Eckel.

Nilai indeks perataan laba ≥ 1 berarti perusahaan tidak digolongkan sebagai perusahaan yang melakukan perataan laba. Sebaliknya, jika indeks perataan laba < 1 , maka digolongkan sebagai perusahaan yang melakukan perataan laba.

(Eckel dalam Peranasari & Dharmadiaksa, 2014)

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Indriantoro & Supomo, 2014, hlm. 63). Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan menurut Sugiyono (dalam Wibowo, 2016, hlm. 78) merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu.

Pada penelitian ini, yang digunakan sebagai indikator dalam mengukur kinerja perusahaan yaitu dengan menggunakan rasio profitabilitas, adapun rasio profitabilitas yang digunakan adalah margin laba kotor atau *Gross Profit Margin*. Karena *gross profit margin* digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas setiap rupiah penjualan.

Margin laba kotor merupakan perbandingan antara laba kotor yang diperoleh perusahaan dengan tingkat penjualan yang dicapai pada periode yang sama. Rasio ini mencerminkan atau menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai setiap rupiah penjualan. (Hery, 2015, hlm. 199).

Semakin besar rasionya berarti semakin baik kondisi keuangan perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah rasionya berarti semakin rendah pula kondisi keuangan perusahaan. Presentase *gross profit margin* ini dapat dijadikan sebagai indikator kesehatan suatu perusahaan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor:

$$\text{Margin Laba Kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Tingkat Penjualan}}$$

(Hery, 2015, hlm. 199)

3. Variabel *Intervening* (Z)

Menurut Kuncoro (2013, hlm. 50) *intervening variable* adalah faktor yang secara teori berpengaruh pada fenomena yang diamati tetapi tidak dapat dilihat, diukur, atau dimanipulasi, namun dampaknya dapat disimpulkan berdasarkan dampak variabel independen dan *moderating* terhadap fenomena yang diamati. Variabel *intervening* ini dapat membantu kita dalam menjelaskan bagaimana konsep hubungan antara variabel variabel independen dan variabel dependen.

Menurut Mustafa (2013, hlm. 32) Variabel antara adalah variabel yang menjadi antara adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dilihat dari posisinya, variabel antara terletak diantara variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu model. Idealnya efek pengaruh tidak langsung dari variabel bebas ke variabel terikat melalui variabel antara akan lebih kuat dibanding efek langsung dari variabel bebas ke variabel terikat.

Variabel *intervening* pada penelitian ini yaitu target omzet penjualan. Omzet penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diterima selama satu masa jual. Pada penelitian ini, yang digunakan sebagai indikator dalam mengukur target omzet penjualan yaitu dengan menggunakan tingkat pertumbuhan penjualan bagi setiap masing-masing distributor. Maka dari itu, target omzet penjualan pada setiap masing-masing distributor berbeda-beda. Berikut rumus untuk menghitung tingkat pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$g = \frac{S1 - S0}{S0} \times 100\%$$

(Horne&Machowicz dalam Indrayenti & Natalia, 2016)

Keterangan:

g : *Growth sales rate* (Tingkat pertumbuhan penjualan)

S1 : Total penjualan selama periode berjalan

S0 : Total penjualan periode sebelumnya

3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Jogiyanto (2014, hlm. 59) menyatakan bahwa operasional variabel berupa cara mengukur variabel itu agar dapat dioperasikan. Untuk mengukur variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini maka disusun operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Definisi	Indikator	Skala
<i>Income Smoothing</i>		Perataan laba adalah fluktuasi laba dari tahun ke tahun dengan memindahkan pendapatan dari tahun-tahun yang tinggi pendapatannya ke periode-periode yang kurang menguntungkan (Belkaoui,2012, hlm. 192)	<ul style="list-style-type: none"> • Rata-rata perubahan laba • Rata-rata perubahan penjualan 	Rasio
Target omzet penjualan		Target omzet penjualan adalah tercapainya volume penjualan yang telah ditentukan sebelumnya (Kotler, 2012, hlm. 55)	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan periode sebelumnya • Penjualan periode berjalan 	Rasio
Kinerja perusahaan	Pofitabilitas	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki (Hery,2016. Hlm.192)	<ul style="list-style-type: none"> • Laba kotor • Tingkat Penjualan 	Rasio

3.2.3 Populasi dan Sampel

3.2.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro & Supomo, 2014, hlm. 115). Populasi menunjukkan seluruh kelompok orang atau kejadian yang menjadi keterkaitan peneliti untuk dikaji lebih dalam. Populasi juga merupakan total kumpulan elemen yang akan dibuat kesimpulan (Indriantoro & Supomo, 2014, hlm. 101).

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah distributor-distributor pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016.

3.2.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Indriantoro & Supomo, (2014, hlm. 115) sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi. Adapun teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2014, hlm. 116).

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *sampling purposive*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014, hlm. 120).

Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Distributor – distributor yang terdaftar pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) wilayah Jawa Barat.
2. Distributor – distributor yang mengambil target omzet penjualan yang dibebankan oleh perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) wilayah Jawa Barat.
3. Distributor – distributor yang tidak mengalami laba negatif atau *over due*.
4. Distributor yang keluar dari perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) akibat tidak tercapainya target omzet penjualan yang dibebankan.

5. Distributor yang masuk pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) wilayah Jawa Barat untuk mencapai target omzet penjualan yang dibebankan.

Tabel 3.2
Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah Sampel
1.	Distributor – distributor yang terdaftar pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) wilayah Jawa Barat.	45
2.	Distributor – distributor PT. Jico Agung (Mi-won) wilayah Jawa Barat yang tidak mengambil target omzet penjualan yang dibebankan oleh perusahaan.	(21)
3.	Distributor – distributor yang mengalami laba negatif atau <i>over due</i>	(10)
4.	Distributor yang keluar dari perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) akibat tidak tercapainya target omzet penjualan yang dibebankan.	(5)
5.	Distributor yang masuk pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) wilayah Jawa Barat untuk mencapai target omzet penjualan yang dibebankan.	2
Total distributor yang menjadi sampel penelitian		11

Sumber: Sumber yang diolah

Berdasarkan tabel pemilihan kriteria sampel diatas, maka diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini melalui metode *purposive sampling* sebanyak 11 distributor pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) pada periode 2015 sampai dengan 2016.

Berikut nama-nama distributor pada perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) sebagai sampel dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Daftar Distributor Sampel

No.	Type Distributor	Nama Distributor
1.	Miwon Distributor	DIST. NURYAMAN / SUBANG
2.	Miwon Distributor	DIST. INDRA HZ
3.	Miwon Distributor	DIST. PD. HENDAYANA
4.	Modern Market Dist.	PT. PUTRI DAYA USAHATAMA
5.	Modern Market Dist.	PT BINA SAN PRIMA
6.	Modern Market Dist.	DIST. PT. BINA SAN PRIMA – TASIKMAL
7.	Modern Market Dist.	DIST CV. PD SENTOSA / BANDUNG
8.	Modern Market Dist.	DIST. CV. PD SENTOSA – INDUSTRI
9.	Modern Market Dist.	DIST. CV. PD SENTOSA / GARUT
10.	Miwon Distributor	PT. PINTU TIGA RAHARJA
11.	Miwon Distributor	CV. HARAPAN MANDIRI

Sumber: Sumber yang diolah (PT. Jico Agung)

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan peneliti secara sistematis untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2014, hlm. 194).

Suatu cara atau metode untuk mengumpulkan data dengan wawancara langsung kepada pihak perusahaannya. Dari metode ini dapat memperoleh gambaran mengenai fenomena yang terdapat pada perusahaan dan diharapkan dapat memperoleh sejumlah informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Dokumentasi

Metode pengumpulan data yang penyelidikannya ditunjukkan pada penguraian dan penjelasan, melalui sumber-sumber dokumen. Dari metode ini diharapkan dapat memperoleh data berupa laporan target omzet penjualan beserta realisasinya pada distributor perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) wilayah Jawa Barat pada tahun 2015-2016.

3.2.5 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2014, hlm. 193).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan target omzet penjualan beserta realisasinya pada setiap distributor yang ditekankan oleh perusahaan PT. Jico Agung (Mi-won) pada periode 2015-2016. Laporan target omzet penjualan beserta realisasinya tersebut diperoleh dari pegawai PT. Jico Agung (Mi-won) bagian *admin accounting* atas persetujuan dari *branch manager* PT. Jico Agung (Mi-won).

3.2.6 Teknik Analisis Data

3.2.6.1 Uji Asumsi Klasik

Terdapat 4 (empat) uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

3.2.6.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov > 0.05 maka asumsi normalitas terpenuhi.

3.2.6.1.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu keadaan dimana ada hubungan linier secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinieritas. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel independennya (Ghozali, 2013, hlm. 105).

Menurut (Sunyoto, 2013, hlm. 87) menyatakan bahwa dalam menentukan ada tidaknya multikolinieritas dapat digunakan cara sebagai berikut:

1. Koefisiensi korelasi antar variabel bebas

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0.5. jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinieritas.

2. Besaran *tolerance* (α) dan *Variance inflation factor* (VIF)

- a. Terjadi multikolinieritas jika α hitung $< \alpha$ dan VIF hitung $> VIF$
- b. Bebas multikolinieritas jika α hitung $> \alpha$ dan VIF hitung $< VIF$

Catatan: (α) = $1/VIF$ atau $VIF = 1/\alpha$

Menurut Priyanto (2014, hlm. 103) variabel yang menyebabkan multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* (α) < 0.1 atau nilai $VIF > 10$.

3.2.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari suatu pengamatan yang lain (Ghozali, 2013, hlm. 139). Model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Gletser. Uji Gletser dapat diuji dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Adapun dasar pengambilan keputusan uji gletser adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi variabel independen < 0.05 , maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi variabel independen > 0.05 , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.2.6.1.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Sunyoto, 2013, hlm. 97) uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier terjadi korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Persamaan regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Durbin-Watson* menurut Priyanto (2014, hlm. 106) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Keputusan *Durbin-Watson*

Range	Keputusan
$DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$	Terjadi masalah Autokorelasi
$dU < DW < 4 - dU$	Tidak terjadi masalah Autokorelasi
$4 - dU < DW < 4 - dL$	Hasilnya tidak dapat disimpulkan

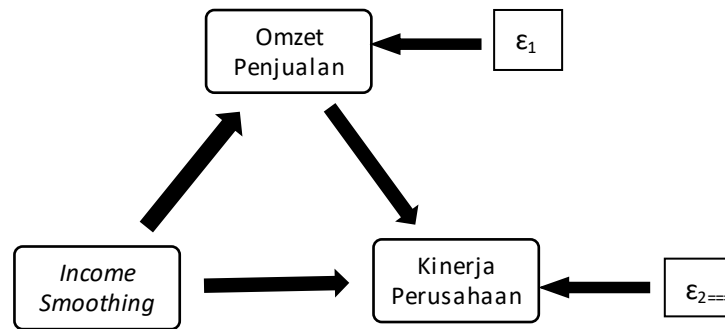
Sumber: (Priyanto, 2014, hlm. 106)

3.2.6.2 Uji Hipotesis Menggunakan Metode Path Analysis

Menurut Indriantoro dan Supomo (2014, hlm. 27), hipotesis merupakan jawaban atas masalah penelitian yang secara rasional dideduksi dari teori. Tujuan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah jawaban teoritis yang terkandung dalam pernyataan hipotesis didukung oleh fakta yang dikumpulkan dan dianalisis dalam proses pengujian data.

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2016, hlm. 237).

Menurut Ghozali (2016, hlm. 239) koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan struktural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Berdasarkan hipotesis yang telah dibuat berikut, ini adalah diagram jalur yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini:



Gambar 3.1 Hubungan X dan Y1 terhadap Y2

Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi linear berdasarkan diagram diatas adalah :

$$Y = \alpha + P_2 YX + e_1 \quad (1)$$

$$Z = \alpha + P_1 ZX + P_3 ZY + e_2 \quad (2)$$

Keterangan :

P : Standarize koefisien

e_1 : variance variabel M yang tidak dapat dijelaskan X dimana $e_1 = \sqrt{1 - R^2}$
(R merupakan koefisien determinasi persamaan 1)

e_2 : variance Y yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel X dan M dimana
 $e_2 = \sqrt{1 - R^2}$ (R merupakan koefisien determinasi persamaan 2)

Adapun langkah analisis jalur dengan menggunakan program SPSS menurut Ghozali (2015, hlm.239) adalah sebagai berikut :

1. Buka file yang akan dianalisis
2. Dari SPSS data editor, pilih menu “Analyze”, kemudian pilih “Regression” dan “linear”
3. Pada kotak Dependen isikan variabel M dan pada kotak independen isikan variabel X
4. Tekan OK
5. Maka akan tampil output SPSS persamaan regresi (1)

Rizky Ray Marc, 2017

PENGARUH INCOME SMOOTHING TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN TARGET OMZET PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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

6. Lakukan regresi persamaan (2) dengan mengganti pada kotak dependen isikan variabel Y dan pada kotak independen isikan variabel X dan M
7. Tekan OK dan SPSS akan menampilkan output persamaan (2)

3.2.6.2.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu (Ghozali, 2016, hlm. 95). Secara matematis. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka $\text{adjusted } R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka $\text{Adjusted } R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka $\text{adjusted } R^2$ akan bernilai negatif.

3.2.6.2.2 Uji Statistik t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dapat menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016, hlm. 97). Dalam penelitian ini uji statistik t juga digunakan untuk mendeteksi hubungan tidak langsung variabel independen terhadap dependen melalui variabel intervening. Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh Income Smoothing terhadap Kinerja Perusahaan.
 $H_a : \beta \neq 0$, terdapat pengaruh Income Smoothing terhadap Kinerja Perusahaan.
2. $H_0 : \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh Income Smoothing terhadap Target Omzet Penjualan.
 $H_a : \beta \neq 0$, terdapat pengaruh Income Smoothing terhadap Target Omzet Penjualan.
3. $H_0 : \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh Target Omzet Penjualan terhadap Kinerja Perusahaan.
 $H_a : \beta \neq 0$, terdapat pengaruh Target Omzet Penjualan terhadap Kinerja Perusahaan.
4. $H_0 : \beta_1 = \beta_3 = 0$, tidak terdapat pengaruh Income Smoothing terhadap Kinerja Perusahaan melalui Target Omzet Penjualan.
 $H_a : \beta_1 = \beta_3 \neq 0$, terdapat pengaruh Income Smoothing terhadap Kinerja

perusahaan melalui Target Omzet Penjualan.

a. Uji Signifikansi Parameter Individual

rumus koefisien regresi parsial yaitu:

$$t = \frac{b_i - 0}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

t = t hitung

b_i = Koefisien regresi ke-i

S_{b_i} = Standar deviasi dari distribusi koefisien regresi

0 = Pada persamaan karena hipotesis nolnya adalah $\beta_i = 0$

Jika nilai t hitung < dari negatif t tabel atau t hitung > dari positif t tabel, maka menolak H_0 .

Selanjutnya hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan taraf signifikansi 5% ($\alpha=0,05$) uji dua pihak.

b. pengujian pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen melalui variabel intervening

Setelah menguji hipotesis pengaruh individual antar variabel selanjutnya menguji pengaruh mediasi. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh mediasi dapat diuji dengan Sobel tes dengan rumus:

$$Sp2p3 = \sqrt{p3^2 SP2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

Dari hasil SP_1, P_3 di atas, dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{p2p3}{Sp2p3}$$

Keterangan :

p = koefisien *path*

S = standar error koefisien

c. Kriteria Pengambilan Keputusan

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi, bandingkan antara nilai probabilitas signifikansi dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Signifikansi atau $[0,05 \leq Sig]$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tingkat kebenaran dari H_a rendah atau tidak signifikan.

2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas Signifikansi atau $[0,05 \geq Sig]$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya tingkat kebenaran dari H_a tinggi atau signifikan.

