

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang akan diuji serta diharapkan dapat menjawab permasalahan yang menjadi rumusan penelitian. Menurut Hardani et al (2020, hlm. 303) objek penelitian adalah objek yang terdiri variabel-variabel serta karakteristik yang melekat pada variabel tersebut.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis pengaruh dari pemasaran, R&D, dan *capital expenditure* terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan dari tujuan penelitian tersebut, peneliti menetapkan objek yang akan diteliti yaitu pemasaran (X_1), R&D (X_2), dan *capital expenditure* (X_3) dan objek penelitian tersebut merupakan variabel independen dari penelitian ini. Lalu ada variabel dependen yang menjadi penelitian ini yaitu kinerja perusahaan (Y). Untuk penelitian ini, subjek yang telah ditentukan yaitu perusahaan Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang periode 2014–2020. Pemilihan periode didasari pada fenomena yang terjadi pada persaingan minuman teh kemasan yang mana perusahaan perusahaan dengan sektor serupa melakukan pemanfaatan sumber daya dengan motif merebut pasar.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan sebuah langkah yang penting, karena berkaitan dengan kegiatan menganalisis data yang telah dikumpulkan agar sampai kepada solusi permasalahan yang mengkatalisasi penelitian. Menurut Sekaran & Bougie (2017, hal. 108) desain penelitian adalah “rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi”.

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kausal untuk menguji apakah suatu variabel dapat menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Didalam buku Sekaran & Bougie (2017, hal. 112) menjelaskan pendekatan kausal adalah studi yang menguji bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan terhadap variabel lain. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kausal tersebut karena peneliti ingin mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengukuran pengaruh antar variabel didasari pada penelitian terdahulu yang mengungkapkan adanya hubungan variabel X (R&D, pemasaran, *capital expenditure*) terhadap Y (kinerja perusahaan).

Pemaparan di atas, peneliti menggunakan desain penelitian kausal untuk mengukur bagaimana pengaruh R&D, pemasaran, *capital expenditure*, terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan makanan & minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2020.

3.2.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 38), variabel penelitian didefinisikan sebagai segala bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti guna mempelajari dan memperoleh informasi serta mendapatkan kesimpulan. Sesuai dengan namanya, variabel merupakan atribut yang melekat pada diri seseorang atau objek dan bervariasi. Pada penelitian ini, variabel dikelompokkan ke dalam dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.2.2.1 Variabel Independen

Variabel independen atau yang biasa disebut sebagai variabel bebas menurut Sugiyono (2015, hlm. 39) merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab berubah atau munculnya variabel dependen atau terikat. Oleh karena itu secara teoritis variabel independen menjadi penyebab dari perubahan variabel lain. Penelitian ini

menggunakan variabel independen R&D (X_1), Pemasaran (X_2), dan *Capital Expenditure* (X_3).

1. R&D

Menurut PSAK 19 R&D adalah penelitian yang dilakukan dengan perencanaan dengan tujuan memperbaiki pengetahuan dan pemahaman. Untuk mengukur R&D, peneliti menggunakan persentase dengan rumus sebagai berikut :

$$R\&D\ Intensity = \frac{R\&D\ Expenditure}{Total\ Sales}$$

(Xu et al, 2019)

2. Pemasaran

Pemasaran adalah usaha perusahaan untuk membuat keunggulan tersendiri agar terciptanya komunikasi yang hangat dengan konsumen (Mariana & Hatane, 2015). Dengan adanya pengeluaran dibidang pemasaran, manajemen mengharapkan adanya peningkatan profit sebagai cerminan kinerja perusahaan yang baik. Persamaan yang digunakan untuk mengukur pemasaran yaitu :

$$ROI\ Marketing = \frac{Net\ Profit}{Investasi\ terkait\ pemasaran}$$

Solcasky & Simberova (2010)

3. *Capital Expenditure*

PSAK 16 mengatur terkait dengan aset tetap yang menjadi topik dari *capital expenditure*. PSAK 16 mengatur perlakuan terkait dengan aset tetap supaya *stakeholder* sebagai *user* laporan keuangan paham atas informasi yang tersaji

terkait dengan aset tetap serta informasi terkait dengan investasi aset tersebut. Persamaan yang dijadikan sebagai proksi mengukur *capital expenditure* yaitu :

$$CAPEX = \frac{TFA_t - TFA_{t-1}}{TFA_{t-1}}$$

Wijaya (2017)

3.2.2.2 Variabel Dependen

1. Kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan merupakan cerminan metode dan pengelolaan sumber daya terkait dengan keuangan serta seberapa besar dampaknya terhadap pencapaian perusahaan dalam memenuhi tujuannya untuk kemudian menghasilkan laporan keuangan sebagai informasi yang dapat diandalkan (Putri & Muid, 2017). Kinerja perusahaan pada penelitian ini menggunakan proksi Tobin'Q. Tobin'Q merupakan rasio yang mampu menjelaskan kinerja perusahaan berdasarkan basis keuangan dan basis penilaian pasar yang dilakukan investor. Adapun penelitian ini menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$Tobin's\ Q = \frac{Market\ Capitalization + Total\ Debt}{Total\ Aset}$$

(Chadys et al, 2018)

3.2.2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dijelaskan dalam rangka menentukan suatu jenis serta indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel di dalam penelitian. Variabel- variabel yang akan diteliti harus dijelaskan secara tegas sesuai dengan konsep serta tujuan dari penelitian agar pengukuran yang dihasilkan nantinya dapat dijelaskan secara baik. Pengukuran variabel membutuhkan indikator-indikator yang telah

ditetapkan oleh peneliti guna menjelaskan hubungan antar variabel. Berikut ini adalah penjelasan variabel-variabel yang dioperasikan di dalam penelitian ini :

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi dan Konsep	Indikator	Skala
<i>Research & Development</i> (R&D)	R&D adalah penelitian asli yang terencana yang dilakukan dengan tujuan memperbaiki pengetahuan dan pemahaman yang bersifat teknis dari ilmu yang baru (PSAK 19). Pengeluaran yang dilakukan perusahaan terkait R&D akan lebih meningkatkan kinerja perusahaan (Wang, 2011).	Variabel diukur dengan menggunakan indikator <i>R&D Intensity</i> yaitu dengan membandingkan beban R&D terhadap total penjualan. $R\&D\ Intensity = \frac{R\&D\ Expenditure}{Total\ Sales}$ (Xu et al, 2019)	Rasio
Pemasaran	pemasaran adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan nilainya sendiri dengan motivasi untuk membangun hubungan dengan konsumennya (Mariana & Hatane, 2015) Pemasaran diukur dengan seberapa efektif pengeluaran terkait pemasaran dalam menghasilkan net profit.	Variabel diukur dengan menggunakan indikator <i>ROI Marketing</i> yaitu dengan membandingkan laba bersih terhadap investasi atau beban terkait pemasaran. $ROI\ Marketing = \frac{Net\ Profit}{Investasi\ dalam\ pemasaran}$ Solcasky & Simberova (2010)	Rasio

<p><i>Capital Expenditure</i></p>	<p><i>capital expenditure</i> adalah perencanaan alokasi perihal melakukan pembelian dan atau pergantian segala bentuk seperti aset perusahaan dalam perspektif akuntansi (Ilma et al, 2018) <i>Capital expenditure</i> yang meningkat dari tahun sebelumnya diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.</p>	<p>Diukur dengan menghitung selisih total aset tetap tahun tertentu dengan tahun sebelumnya kemudian dibandingkan dengan total aset tetap tahun sebelumnya</p> $CAPEX = \frac{TFA_t - TFA_{t-1}}{TFA_{t-1}}$ <p>Wijaya (2017)</p>	<p>Rasio</p>
<p>Kinerja Perusahaan</p>	<p>kinerja perusahaan merupakan output yang diperoleh dari kegiatan operasional perusahaan (Lestari & Juliarto, 2017)</p>	<p>Kinerja perusahaan diukur dengan rasio Tobin'Q yang mana mengukur jumlah kapitalisasi pasar ditambah total debt terhadap total aset perusahaan. Nilai market capitalization diperoleh dari pengalihan harga saham penutupan terhadap jumlah saham yang beredar dalam periode tertentu.</p> $Tobin's\ Q = \frac{Market\ Capitalization + Total\ Debt}{Total\ Aset}$ <p>(Chadys et al, 2018)</p>	<p>Rasio</p>

3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.3.1 Populasi

Populasi di dalam penelitian merupakan segala hal yang mempunyai karakteristik tertentu yang dijadikan sumber data dalam di dalam penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah yang secara general terdiri dari objek atau subjek tertentu serta mempunyai kualitas serta ciri-ciri tertentu yang telah

Dani Akbar Muqaffa, 2021

PENGARUH PEMASARAN, RESEARCH & DEVELOPMENT, DAN CAPITAL EXPENDITURE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

diputuskan oleh peneliti sehingga menghasilkan kesimpulan. Dengan demikian, populasi bukan hanya berbentuk manusia, tetapi segala hal yang dapat dilihat. Penelitian ini menetapkan perusahaan makanan dan minuman sebagai subjek serta laporan keuangan yang memuat informasi keuangan sebagai sumber data dalam kurun periode tahun 2014 sampai dengan 2020.

Tabel 3.2 Populasi Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Emiten
1	Akasha Wira International Tbk	ADES
2	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
3	Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
4	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	BTEK
5	Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI
6	Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
7	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
8	Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
9	Delta Jakarta Tbk	DLTA
10	Sentra Food Indonesia Tbk	FOOD
11	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
12	Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI
13	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
14	Inti Agri Resources Tbk	IIKP
15	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
16	Magna Investama Mandiri Tbk	MGNA
17	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
18	Mayora Indah Tbk	MYOR
19	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	PANI
20	Prima Cakrawala Abadi Tbk	PCAR
21	Prasidha Aneka Niaga Tbk	PSDN
22	Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
23	Sekar Bumi Tbk	SKBM
24	Sekar Laut Tbk	SKLT
25	Siantar Top Tbk	STTP
26	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	ULTJ

Dani Akbar Muqaffa, 2021

PENGARUH PEMASARAN, RESEARCH & DEVELOPMENT, DAN CAPITAL EXPENDITURE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

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

3.2.3.2 Sampel

Menurut Hardani et al, (2020, hlm. 362) sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang ditentukan menggunakan metode pengambilan sampel tertentu. Sampel yang digunakan untuk penelitian harus dapat mewakili populasi dengan kesimpulan bahwa suatu kesimpulan dari sampel merupakan kesimpulan dari populasi. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 82-83) teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik yang digunakan dengan cara memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur populasi untuk dijadikan anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah metode yang tidak memberi peluang bagi setiap unsur populasi untuk dijadikan anggota sampel.

Maka dari itu penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai jenis metode yang dipilih. Menurut Sugiyono (2015, hlm. 85) *purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel dengan berbagai pertimbangan. Artinya, pemilihan sampel harus berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan metode yang telah dipilih, berikut adalah syarat-syarat pemilihan sampel yaitu :

1. Perusahaan menerbitkan laporan tahunan selama periode tahun 2014-2020.
2. Data keuangan disajikan secara lengkap selama periode penelitian
3. Perusahaan wajib menerbitkan financial statement dengan tutup buku pada tanggal 31 Desember.
4. Laporan keuangan menggunakan mata uang Rupiah.
5. Perusahaan tidak mengalami kerugian berturut-turut selama periode penelitian.

Tabel 3.3 Proses Penelitian Sampel

Kategori	Jumlah
Perusahaan makanan dan minuman yang menerbitkan laporan tahunan selama periode tahun 2014-2020	17
Data keuangan tidak disajikan secara lengkap selama periode penelitian	(5)
Perusahaan tidak menerbitkan financial statement setiap tanggal 31 Desember	(0)
Laporan keuangan tidak menggunakan mata uang Rupiah	(0)
Perusahaan mengalami kerugian berturut-turut	(5)
Jumlah	7

Sumber : Bursa Efek Indonesia

Penelitian ini memerlukan sampel yang memenuhi kriteria-kriteria di atas. Banyak dari perusahaan perusahaan tersebut yang baru melantai di dalam bursa efek indonesia sehingga laporan keuangan yang dipublikasikan kepada publik kurang lengkap. Peneliti memerlukan laporan keuangan yang mengungkapkan data yang diperlukan sehingga nantinya data dapat diolah serta dapat dilihat pengaruh antar variabelnya. Lalu perusahaan diharuskan tidak mengalami kerugian yang berturut-turut agar sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu mengetahui sejauh mana pengaruh variabel X dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan syarat-syarat tersebut, maka sampel yang dipilih berjumlah 7 perusahaan yang akan diteliti, yang terdiri dari :

Tabel 3.4 Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	No	Nama Perusahaan
1	Budi Starch & Sweetener Tbk	5	Mayora Indah Tbk
2	Delta Djakarta Tbk	6	Nippon Indosari Corpindo Tbk
3	Indofood Sukses Makmur Tbk	7	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk
4	Siantar Top Tbk		

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan (Hardani et al., 2020, hlm. 401). Pemilihan data harus disesuaikan dengan tujuan dari penelitian tersebut serta kemampuan sumber daya dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari website BEI dengan data berupa laporan tahunan (*annual report*) periode 2014-2020.

3.2.5 Teknik Analisis Data

3.2.5.1 Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif adalah statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan statistika deskriptif guna menggambarkan R&D, pemasaran, dan *capital expenditure*, serta kinerja perusahaan.

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah upaya dalam menguji analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis untuk menguji normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas. Dan autokorelasi pengujian tersebut akan dijelaskan pada poin-poin berikut ini.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah upaya pengujian apakah variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak atau mendekati distribusi normal. Kegunaan pengujian ini yaitu untuk melakukan uji F dan uji t yang diasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Peneliti menggunakan *Kolmogorov – Smirnov* untuk melihat apakah penelitian ini mempunyai variabel berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan *software Statistical Program for Social Scient (SPSS)* untuk melakukan pengolahan data. Penelitian ini tentunya mengharapkan data yang berbentuk distribusi normal dengan probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi $0,05 (> 0,05)$. Jika hasilnya di bawah $0,05 (< 0,05)$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah upaya pengujian guna mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari *error* atau residual pada regresi linier. Oleh karena itu penelitian ini mengharapkan tidak terjadinya varian error yang heterokedastisitas untuk memperoleh persamaan regresi yang baik. Untuk menguji apakah model regresi linier terdapat heteroskedastisitas di dalamnya, peneliti menggunakan uji Glejser pada program software SPSS. Keputusan yang akan diambil dalam uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

1. Jika signifikansi yang dihasilkan $>0,05$, maka dapat disimpulkan tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi.
2. Jika signifikansi yang dihasilkan $<0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah pengujian untuk mengetahui kondisi yang sempurna atau hampir sempurna dari hubungan antar variabel independen atau variabel dependen berdasarkan nilai koefisien korelasi. Tentunya penelitian ini mengharapkan variabel independen tidak terjadi multikolinieritas karena pada model regresi linier nantinya variabel independen bergerak secara bebas dan tidak saling mempengaruhi satu sama lain. Agar dapat menentukan ada atau tidaknya multikolinieritas, peneliti melihat nilai nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF). Berikut ini adalah pedoman pengambilan keputusan pada hasil nilai *tolerance* dan VIF yaitu :

1. Jika nilai *tolerance* $>0,1$ maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas pada model regresi
2. Jika nilai *tolerance* $<0,1$ maka dapat disimpulkan terdapat multikolinieritas pada model regresi.
3. Jika nilai VIF $>10,00$ maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas pada model regresi
4. Jika nilai VIF $>10,00$ maka dapat disimpulkan terdapat multikolinieritas pada model regresi

Kesimpulan yang ditarik berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF harus tidak bertentangan satu sama lain.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar error atau residual pada periode t dengan residual pada periode $t-1$ atau periode sebelumnya. Autokorelasi muncul karena residual ditemukan secara linier serta residual pada satu observasi mempengaruhi residual pada observasi lainnya. Hal tersebut sering ditemukan pada penelitian yang menyangkut *time series* atau data yang diteliti antar waktu.

Oleh karena itu diharapkan penelitian ini memperoleh model regresi yang bebas dari adanya autokorelasi. Penelitian ini menggunakan cara Durbin Watson (*DW test*) untuk meneliti ada atau tidaknya indikasi autokorelasi di dalam model regresi. Metode DW test menghasilkan sebuah kesimpulan diantaranya yaitu :

1. Jika nilai DW di bawah -2, maka terdapat autokorelasi positif.
2. Jika nilai DW ada di antara +2 dan -2, maka tidak ditemukan autokorelasi.
3. Jika nilai DW di atas +2, maka terdapat autokorelasi negatif.

3.2.6 Pengujian Hipotesis

3.2.6.1 Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen (X). Regresi berganda adalah teknik yang digunakan dengan maksud mengukur efek dua atau lebih variabel bebas pada satu variabel terikat dengan pengukuran skala rasio. Penelitian ini mengasumsikan adanya hubungan timbal balik antara variabel independen secara positif yang dihasilkan dari sebuah perhitungan. Adapun persamaan regresi yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

\hat{Y} : Kinerja Perusahaan

X_1 : R&D

X_2 : Pemasaran

X_3 : *Capital Expenditure*

$\beta_{1,2,3}$: Koefisien masing-masing variabel independen

3.2.6.2 Uji Kelayakan Model

Pengujian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Sebelum itu peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian hipotesis terhadap variabel yang ada dengan berbagai pengujian sebagai berikut :

a. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan *R Square* adalah proporsi pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap variabel dependen. *R Square* digunakan untuk mengetahui sumbangsih yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y yang menghasilkan nilai sama dengan 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada satupun sumbangsih atau tidak dapat menjelaskan sedikitpun pengaruh yang diberikan oleh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika nilai R^2 mendekati 1 atau sama dengan 1, maka variabel-variabel independen secara keseluruhan atau sebagian dapat menjelaskan variabel dependen. Sebelum melakukan pengujian terhadap koefisien determinasi, terlebih dahulu peneliti melakukan uji F.

b. Uji F

Uji F adalah pengujian yang dilakukan untuk memberi penjelasan mengenai pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, penelitian ini mengukur sejauh mana pengaruh R&D (X1), pemasaran (X2), dan capital expenditure (X3) terhadap kinerja perusahaan (Y). Hasil dari pengujian nantinya akan digunakan sebagai dasar keputusan yang mana keputusan yang ada sebagaimana berikut ini :

1. Jika nilai signifikansi ($Sig < 0,05$, artinya R&D (X1), pemasaran (X2), dan capital expenditure (X3) secara simultan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Y)

2. Jika nilai signifikansi (Sig) $> 0,05$, artinya R&D (X1), pemasaran (X2), dan capital expenditure (X3) secara simultan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Y)

c. Uji t

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah secara terpisah (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sebelum melakukan pengujian, peneliti terlebih dahulu menentukan taraf signifikansi yang dilambangkan α . Taraf signifikansi digunakan oleh peneliti untuk mengetahui keberpengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pada penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5%. Selanjutnya peneliti menggunakan hasil perhitungan t hitung dan t tabel untuk melihat tingkat keberpengaruh antar variabel. Hasil yang akan diputuskan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Signifikansi (Sig) $< 0,05$ atau - t hitung $< - t$ tabel atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y (menolak H_0).
2. Jika nilai Signifikansi (Sig) $> 0,05$ atau - t hitung $> - t$ tabel atau t hitung $< t$ tabel maka terdapat pengaruh yang tidak signifikan variabel X terhadap variabel Y (menerima H_0).

Pemaparan paradigma penelitian yang dijelaskan dalam kerangka pemikiran, peneliti merumuskan hipotesis yang akan dihasilkan dari pengujian yaitu :

Hipotesis 1

$H_0 : \beta_1 < 0$ Tidak terdapat pengaruh positif pemasaran terhadap kinerja perusahaan

$H_1 : \beta_1 > 0$ Terdapat pengaruh positif pemasaran terhadap kinerja perusahaan

Hipotesis 2

$H_0 : \beta_2 < 0$ Tidak terdapat pengaruh positif R&D terhadap kinerja perusahaan

$H_1 : \beta_2 > 0$ Terdapat pengaruh positif R&D terhadap kinerja perusahaan

Hipotesis 3

$H_0 : \beta_3 < 0$ Tidak terdapat pengaruh positif *capital expenditure* terhadap kinerja perusahaan

$H_1 : \beta_3 > 0$ Terdapat pengaruh positif *capital expenditure* terhadap kinerja perusahaan

$\beta < 0$ dapat diartikan sebagai penerimaan hipotesis nol karena t hitung berada pada daerah penerimaan H_0 yang mana berarti peneliti menyimpulkan tidak adanya pengaruh positif antara variabel X terhadap variabel Y. Apabila $\beta > 0$ berarti hipotesis nol ditolak yang mana berarti terdapat pengaruh positif antara variabel X terhadap variabel Y karena t hitung berada di daerah penolakan H_0 .