

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Data Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data Penelitian

Data-data yang digunakan dalam pembahasan ini diperoleh dari laporan biaya promosi di *Counter Alunk Reload Anyer*, yang terdiri dari 36 bulan.

**Tabel 4.1**  
**Data Biaya Promosi tahun 2014-2016 (dalam Rp.0.000)**

<b>NO</b>	<b>BULAN</b>	<b>TOTAL</b>
1	Januari	254
2	Februari	318
3	Maret	284
4	April	366
5	Mei	358
6	Juni	384
7	Juli	313
8	Agustus	494
9	September	395
10	Oktober	390
11	November	373
12	Desember	371
13	Januari	254
14	Februari	318

15	Maret	284
16	April	366
17	Mei	358
18	Juni	384
19	Juli	313
20	Agustus	494
21	September	395
22	Oktober	390
23	November	373
24	Desember	371
25	Januari	254
26	Februari	318
27	Maret	284
28	April	366
29	Mei	358
30	Juni	384
31	Juli	318
32	Agustus	358
33	September	209
34	Oktober	246
35	November	218
36	Desember	187
<b>TOTAL</b>		<b>12100</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>358,33</b>

*Sumber: CounterAlunk Reload Anyer*

Dengan presentasi dari total biaya Promosi perbulan menggunakan media sebagai berikut:

**TABEL 4.2**  
**Data Prsentase Kebutuhan**  
**Biaya Promosi untuk setiap tahun**

<b>NO</b>	<b>Media Promosi</b>	<b>Persentase</b>
1	Radio	40%
2	Baliho	10%
3	Humas	15%
4	Internal Perusahaan	15%
5	Demo Produk	10%
6	Online	10%

*Sumber: CounterAlunk Reload Anyer*

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa total biaya media promosi yang dikeluarkan tiap bulannya mengalami fluktuasi naik turun dari bulan kesatu kebulan berikutnya.

Sedangkan gambaran data Pendapatan *counter* dapat dilihat berdasarkan laporan penjualan sebagai berikut:

**TABEL 4.3**  
**Data Pendapatan Selama 36 Bulan**  
**(dalam satuan jumlah barang)**  
**(dalam Rp.0.000)**

No	Bulan	Total
1	Januari	6746
2	Februari	9443
3	Maret	8906
4	April	10171
5	Mei	9024
6	Juni	9576
7	Juli	5657
8	Agustus	9122
9	September	9297
10	Oktober	12193
11	November	8532
12	Desember	10389
13	Januari	13346
14	Februari	12474
15	Maret	14881
16	April	12381
17	Mei	13781
18	Juni	12057
19	Juli	7968
20	Agustus	13268
21	September	12651
22	Oktober	15185

23	November	9711
24	Desember	9128
25	Januari	8466
26	Februari	9526
27	Maret	9421
28	April	8093
29	Mei	9530
30	Juni	5359
31	Juli	6571
32	Agustus	10409
33	September	8190
34	Oktober	7755
35	November	1813
36	Desember	6404
<b>Total</b>		<b>347,442</b>

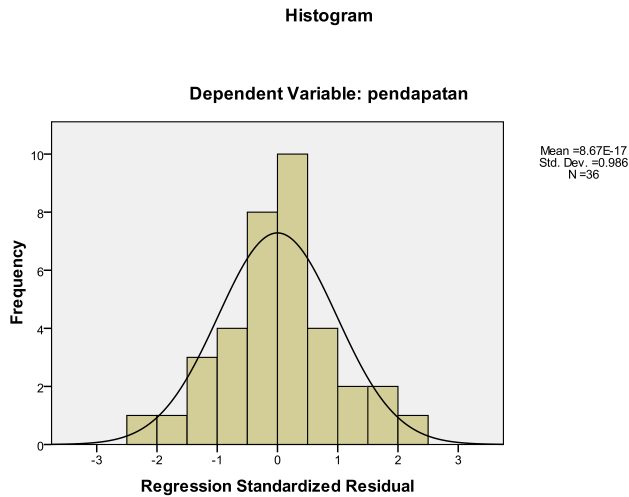
*Sumber: CounterAlunk Reload Anyer*

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap variabel-variabel penelitian dengan menggunakan asumsi klasik bertujuan agar model regresi dapat memenuhi kriteria *BLUE* (Best, Linear, Unbiased, Estimator).

### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

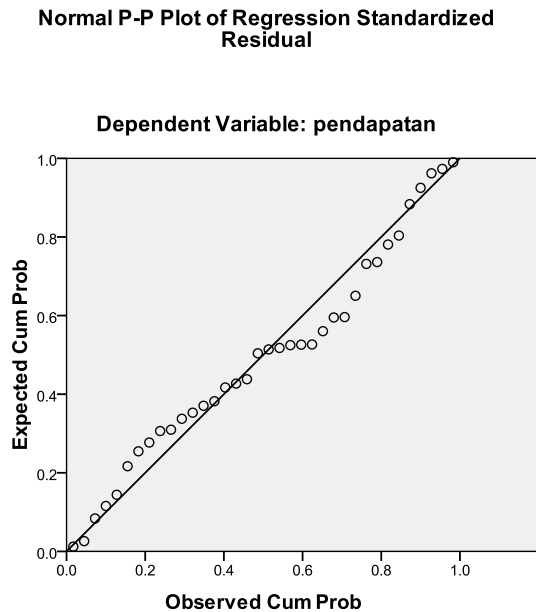
**Gambar 4.1****Histogram**

*Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0*

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan aplikasi software SPSS.17, diperoleh hasil seperti gambar diatas. Maka dapat dikatakan bahwa data terdistribusi secara normal, karena grafik histogram memberikan pola distribusi yang tidak merata (kurtosis negatif).

## Gambar 4.2

### Normal P-P Plot



Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0

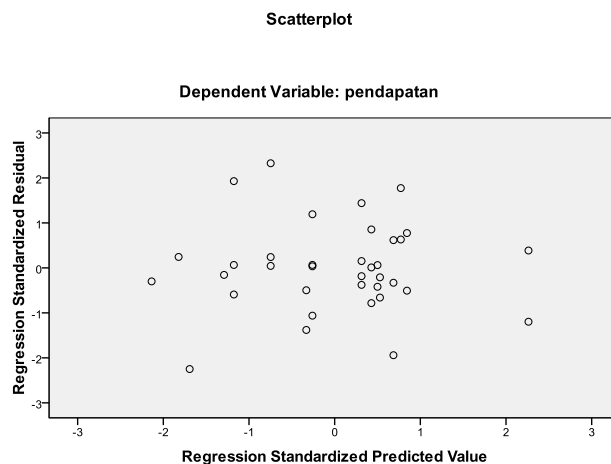
Dengan menggunakan aplikasi software SPSS.17, diperoleh hasil perhitungan seperti gambar diatas yang menunjukkan data terdistribusi **normal**, karena titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varians error bersyarat  $x$  merupakan angka yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* sebagai berikut:

**Gambar 4.3**

**Scatterplot**



Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0

Dari hasil pengolahan data menggunakan aplikasi software SPSS.17, diperoleh gambar seperti diatas, hal tersebut



menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai untuk memprediksi volume penjualan berdasarkan masukan variabel bebas biaya promosi.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu atau ruang. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

**Tabel 4.4**

**Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408 <sup>a</sup>	.166	.142	2618.26588	1.078

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0

Dari tabel 4.4 menunjukkan hasil perhitungan nilai DW sebesar 1,078. Nilai ini selanjutnya dibandingkan dengan nilai

tabel dengan menggunakan signifikansi 5%, jumlah sampel 36(n) dan jumlah variabel bebas 1 ( $k=1$ ), maka dalam tabel Durbin Watson akan diperoleh  $dL = 1,3929$  dan  $dU = 1,5136$  maka  $4-dU = 2,4864$  dan  $4-dL = 3,6071$ . Karena nilai DW sebesar 1,078 berarti bahwa nilai  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $4-dU$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi. Tidak ada autokorelasi positif maupun negatif.

### **3. Analisis Data**

#### **1. Regresi Sederhana**

Pengujian persamaan regresi dilakukan untuk menganalisa ada tidaknya pengaruh dari variabel independen yaitu biaya promosi terhadap variable dependen yaitu pendapatan dengan perhitungan menggunakan SPSS.17 dihasilkan tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4102.951	2175.775		1.886	.068		
promosi	16.506	6.342	.408	2.603	.014	1.000	1.000

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0

Dari tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu  $Y = 4102,951 + 16,506 X$ , dengan persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan:

- Konstanta sebesar 4102,951. Artinya jika biaya promosi (X) sama dengan nol, maka pendapatan sebesar 16,506.
- Koefisien korelasi variabel biaya promosi (X) sebesar 16,506. Hal ini berarti bahwa apabila pendapatan (Y) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka pendapatan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 16,506.

## 2. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

**Tabel 4.6**  
**Koefisien Korelasi Sederhana**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408 <sup>a</sup>	.166	.142	2618.26588	1.078

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0

Berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan SPSS.17, diperoleh koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,408 menyatakan bahwa hubungan variabel independen (promosi) terhadap variabel dependen (pendapatan) sebesar 40%. Artinya promosi mempunyai hubungan yang tinggi dengan Pendapatan.

## 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel dalam menerangkan variabel dependen (Pendapatan). Hasil pengelolaan software SPSS 17 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408 <sup>a</sup>	.166	.142	2618.26588	1.078

a. Predictors: (Constant), promosi

b. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0

Pada hasil estimasi nilai R Square sebesar 0,166 artinya 16% nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Sedangkan sisanya dijelaska noleh variabel lain diluar model, misalnya merk barang, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

#### 4. Uji Hipotesis

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individu) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Maka harus dilakukan uji hipotesis untuk membuktikan hasil yang telah diperoleh dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  sebagai berikut dengan menggunakan SPSS 17:

**Tabel 4.8**  
**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4102.951	2175.775		1.886	.068		
promosi	16.506	6.342	.408	2.603	.014	1.000	1.000

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data di Olah Menggunakan SPSS 17.0

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (individu) pengaruh biaya promosi dalam uji t, didapat  $t_{hitung}$  sebesar 2,603 dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  sama dengan 0,05 dan derajat kebebasan ( $df = n-k-1$ ). Dengan  $df = 36-1-1 = 34$ , maka t tabel diperoleh hasil sebesar 1,690. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan.

## **B. Promosi dalam Tinjauan Ekonomi Islam**

Kegiatan promosi dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mengajak konsumen mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berbagai cara dilakukan guna menarik

minat konsumen. Namun, dalam perspektif ekonomi islam telah dijelaskan bahwa jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang utama dan akan menghasilkan keberkahan jika dilakukan dengan jalan yang benar dan suka sama suka antar pihak. Suka sama suka disini berarti bahwa tidak ada pihak yang merasa tertipu, terkianati dan terdzolimi. QS. An-Nisa menjelaskan sebagai berikut:

QS. An-Nisa (4) ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ

*orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. (QS. An-Nisa [4] : 29)<sup>1</sup>*

Allah melarang umatnya untuk saling memakan harta dengan jalan yang batil (tidak baik), kecuali dengan jalan perniagaan atau jual beli. Jual beli diperbolehkan oleh Allah SWT selagi memenuhi syarat suka sama suka antar pihak. Untuk itu, dalam kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan hendaknya

---

<sup>1</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemahnya (Jakarta:2013). 83.

dilakukan dengan cara yang jujur, adil, dan transparan agar tidak ada konsumen yang merasa tertipu, terdzolimi ataupun terkianati.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Counter* dalam penjualan produk dilakukan secara jujur, karena apa yang disiarkan dalam iklan adalah nyata yang terdapat dalam produk tersebut, dan antar karyawan dalam bidang promosi pun terdapat transparansi guna menjaga kepercayaan antar konsumen. Karena kejujuran sangat penting dalam sebuah organisasi, dan Islam melarang keras kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun.