

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah *transfer pricing*, sementara ruang lingkungannya adalah beban pajak, *tunneling incentive*, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015 sampai 2017. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan industri yang saat ini sedang berkembang dan sebagian besar penanaman modal dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri. Selain itu, perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang jumlah produksinya dalam ukuran besar, serta perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi dan pada akhirnya dijual kepada konsumen, maka dari itu aktivitas usaha yang dilakukan akan selalu terkait dengan aspek perpajakan. Data penelitian diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia yaitu *www.idx.co.id* dan *website* perusahaan selama kurun waktu 2015 – 2017.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode secara kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2017 yang diambil dari

situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu *www.idx.co.id* dan website perusahaan. Peneliti menggunakan analisis regresi data panel. Selanjutnya, data diolah dengan menggunakan *software Econometric Views (EViews)* versi 10, untuk memberikan gambaran dari objek penelitian antara variabel independen terhadap variabel dependen sehingga didapatkan sebuah kesimpulan.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015 - 2017. Dasar penentuan pemilihan sampel adalah sampel yang memenuhi kelengkapan data. Metode pengumpulan sampel (*sampling method*) yang digunakan adalah dengan cara *purposive sampling*, dimana data yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif dan akhirnya akan didapatkan sampel dengan kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel antara lain:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015 - 2017.
2. Perusahaan sampel dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih. Hal ini sesuai dengan PSAK No.15 yang menyatakan bahwa pemegang saham pengendali adalah pihak yang memiliki saham atau efek yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih.

3. Perusahaan sampel tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan. Karena jika mengalami kerugian perusahaan tersebut tidak diwajibkan untuk membayar pajak, sehingga tidak relevan dengan penelitian ini. Maka perusahaan yang mengalami kerugian dikeluarkan dari sampel.
4. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan tahunan dalam satu jenis mata uang yaitu rupiah.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan tidak perlu dikumpulkan lagi oleh peneliti, data sekunder mencakup informasi yang dipublikasikan, buletin statistik, situs web perusahaan dan dokumen perpustakaan. Data-data yang dikumpulkan adalah total piutang, beban pajak dan laba sebelum pajak, jumlah pemegang saham asing, jumlah saham yang beredar, total aset, dan laba bersih tahun yang bersangkutan yang dapat ditemukan dalam *annual report* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tahun pengamatan dilakukan selama tiga tahun, yaitu tahun 2015–2017. Jumlah amatan perusahaan yang dihitung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.1
Kriteria Populasi Terjangkau

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2015 – 2017	158
2	Perusahaan sampel tidak dikendalikan oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan 20% atau lebih	(56)
3	Perusahaan sektor manufaktur yang tidak konsisten terdaftar di BEI tahun 2015-2017	(15)
4	Perusahaan yang mengalami kerugian dan tidak menggunakan rupiah dalam laporannya	(60)
5	Perusahaan yang datanya tidak lengkap	(6)
	Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian	21
	Total amatan tahun 2015 – 2017	63

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2019)

D. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 4 variabel independen dan 1 variabel dependen.

Berikut merupakan definisi dan cara operasionalisasi variabel yang digunakan:

1. Variabel Dependen (*Transfer Pricing*)

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi fokus utama peneliti dan merupakan variabel utama dalam sebuah penelitian

(Sekaran dan Bougie, 2017: 77). Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah *transfer pricing*. Berikut adalah definisi konseptual dan operasional dari *transfer pricing*.

a. Definisi Konseptual

Transfer pricing merupakan kegiatan yang berkaitan dengan harga transfer pada transaksi barang dan jasa antar perusahaan dalam perusahaan multinasional yang memiliki hubungan istimewa, dengan tujuan menurunkan laba kena pajak dinegara yang mempunyai tarif pajak lebih tinggi dan mengalihkan labanya di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah (Suandy, 2011:71).

b. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, *transfer pricing* diukur menggunakan rasio nilai transaksi pihak berelasi (*related party transaction/ RPT*) sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017), Melmusi (2016), serta Kusumasari, et al (2018) dengan membagi piutang transaksi pihak berelasi dengan total piutang. Piutang dalam hubungan istimewa merupakan saldo tagihan dari transaksi yang dilakukan dengan pihak dimana perusahaan mempunyai hubungan istimewa. Piutang dalam hubungan istimewa ini dapat timbul karena terjadinya transaksi seperti:

- 1) Pengeluaran atau pembebanan yang dilakukan oleh WP kepada pihak lain dalam hubungan istimewa untuk biaya suatu usaha, seperti sewa kantor, asuransi, listrik, dan lain-lain; penjualan harta tetap seperti

mesin di mana pengeluaran atau pembebanan tersebut akan ditagih lagi kepada pihak tersebut;

- 2) Peminjaman dana; dan
- 3) Transaksi penyerahan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan harga pasar atau harga yang wajar;

Piutang transaksi pihak berelasi dan total piutang dapat ditemukan di bagian aset pada laporan posisi keuangan, dengan rumus sebagai berikut:

$$RPT = \frac{\text{Piutang transaksi pihak berelasi}}{\text{Total Piutang}}$$

2. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat baik secara positif maupun negatif, dapat dikatakan varians dalam variabel terikat jika telah disebabkan oleh variabel bebas (Sekaran dan Bougie, 2017:79). Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu beban pajak, *tunneling incentive*, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus.

a. Beban Pajak

1) Definisi Konseptual

Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

2) Definisi Operasional

Pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan *effective tax rate* sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartati (2014). Dengan adanya ETR, maka perusahaan dapat mengetahui berapa bagian dari penghasilan yang sebenarnya perusahaan bayarkan untuk pajak. Nilai transaksi *effective tax rate* dapat ditemukan di Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK) bagian perpajakan, dengan rumus sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak} - \text{Beban Pajak Tangguhan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

b. *Tunneling Incentive*

1) Definisi Konseptual

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Zhang, 2004 dalam Mutamimah, 2008).

2) Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, *tunneling incentive* diproksikan dengan presentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah dan Saebani (2018). Data presentase kepemilikan saham dapat ditemukan di laporan tahunan pada bagian komposisi pemegang saham, dengan rumus sebagai berikut :

$$TUN = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

c. Ukuran Perusahaan

1) Definisi Konseptual

Ukuran perusahaan adalah indikator untuk menggambarkan besar kecilnya suatu usaha yang ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total aset perusahaan.

2) Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total aset sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017). Data total aset dapat dilihat di laporan posisi keuangan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma Total Aset}$$

d. Mekanisme Bonus

1) Definisi Konseptual

Mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila memperoleh laba.

2) Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, mekanisme bonus diukur menggunakan indeks trend laba bersih (ITRENDLB) sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017), Saraswati dan Sujana (2017), Fauziah dan Saebani (2018), serta Sukma (2018) dengan membagi laba bersih tahun t dengan laba bersih tahun $t-1$. Nilai laba bersih dapat ditemukan di laporan posisi keuangan pada bagian laporan laba rugi, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Mekanisme Bonus} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t - 1}$$

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data panel dan menggunakan software *e-views* versi 10. Data panel merupakan kombinasi dari data *cross section* dan data *time series* yang berarti beberapa data diobservasi atas sejumlah kategori dan data tersebut dikumpulkan dalam suatu jangka waktu tertentu (Rosadi, 2011:272). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Selanjutnya dilakukan pengujian model untuk mengetahui model yang tepat dan melakukan uji asumsi klasik. Langkah terakhir yaitu melakukan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh antara variabel pajak, *tunneling incentive*, ukuran perusahaan, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran data diantaranya adalah rata-rata, simpangan baku, nilai minimal, nilai maksimal dan jumlah (*sum*) (Sarwono (2016:53)). Statistik deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Statistik deskriptif berhubungan dengan metode pengelompokkan, peringkasan, dan penyajian data dalam cara yang lebih informatif. Data-data tersebut harus diringkas dengan baik dan teratur sebagai dasar pengambilan.

2. Pemilihan Model

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data panel. Data panel adalah gabungan dari *time series* dan *cross section* yang diamati dalam kurun waktu tertentu. Menurut Gujarati (2003) dalam Ghazali (2013:232), keuntungan menggunakan data panel dengan menggabungkan jenis data *cross section* dan *time series* adalah:

- a. Data panel memberikan data yang lebih informatif, lebih bervariasi, menunjukkan tingkat kolonieritas yang rendah diantara variabel dan lebih efisien.
- b. Dengan melakukan analisis *data cross section* yang dilakukan dalam beberapa periode, maka data panel tepat untuk digunakan dalam penelitian perubahan dinamis.

- c. Data panel mampu mendeteksi dan mengukur pengaruh-pengaruh yang tidak dapat diobservasi melalui data murni *time series* atau data murni *cross section*.
- d. Data panel memungkinkan mengolah model perilaku yang lebih kompleks. Seperti fenomena skala ekonomis dan perubahan teknologi dapat dipahami lebih baik dengan data panel dibandingkan dengan data murni *cross section* atau *time series*.
- e. Data panel berhubungan dengan individu, kota negara dan sebagainya sepanjang waktu (*overtime*), maka sifatnya akan heterogen. Teknik untuk mengestimasi data panel dapat memasukkan heteroginitas secara eksplisit untuk setiap variabel individu secara spesifik.

Menurut Rosadi (2011), menyatakan bahwa terdapat tiga metode yang digunakan yaitu *pooling least square*, *fixed effect* dan *random effect*. Untuk menentukan model yang paling tepat, maka dilakukan pengujian yaitu Uji *Chow* dan Uji *Hausman*, dan Uji *Lagrange Multiplier*.

1) *Common Effect*

Model ini diasumsikan bahwa tidak ada perbedaan nilai *intersep* dan *slope* di setiap variabel. Data yang ada, dikombinasikan tanpa melihat perbedaan waktu dan juga antar individu. Model *common effect* menggabungkan kedua data yaitu *cross section* dan data *time series* dengan menggunakan *Ordinary Least Square* (OLS) (Astuti, 2010).

2) *Fixed Effect*

Model *fixed effect* diasumsikan bahwa setiap perusahaan memiliki intersep yang berbeda-beda untuk setiap subjek (*cross section*), namun koefisien *slope* tidak bervariasi atau bisa dikatakan perusahaan juga memiliki periode waktu yang tetap ataupun konstan. (Ghozali, 2013:262).

3) *Random Effect* (Pendekatan Efek Random)

Random Effect merupakan adanya variabel gangguan secara menyeluruh yaitu kombinasi antara *time series* dan *cross section* (Munandar, 2017). Variabel gangguan berbeda-beda diantara individu, maka dari itu model *random effect* juga disebut *error component model* (ECM).

Dalam menentukan model terbaik diantara ketiga model diatas, peneliti akan menggunakan tiga teknik estimasi model. Untuk memperoleh model yang tepat dalam menentukan estimasi regresi data panel, ketiga teknik tersebut dapat digunakan.

a. Uji *Chow* (*Chow Test*)

Chow test merupakan uji dengan tujuan untuk menentukan model panel diantara *common effect* atau *fixed effect*, yang lebih cocok digunakan dalam penelitian. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5% atau $\alpha = 0,05$. Hipotesis dalam pengujian ini adalah:

H_0 : Model menggunakan *common effect*

H_1 : Model menggunakan *fixed effect*

Hipotesis yang diujikan merupakan nilai residual dari pendekatan *fixed effect*. Pengambilan keputusannya adalah H_0 ditolak jika probabilitas *chi*

square lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. H_0 diterima jika probabilitas *chi square* lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

b. Uji Hausman (*Hausman Test*)

Hausman test merupakan uji dengan tujuan untuk menentukan model panel diantara *fixed effect* atau *random effect*, yang lebih cocok digunakan dalam penelitian. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5% atau $\alpha = 0,05$. Hipotesis dalam pengujian ini adalah:

H_0 : Model yang menggunakan *random effect*

H_1 : Model yang menggunakan *fixed effect*

Hipotesis yang diujikan merupakan nilai residual dari pendekatan *random effect*. Pengambilan keputusannya adalah H_0 ditolak jika nilai probabilitas *chi square* lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. H_0 diterima jika probabilitas *chi square* lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

c. Uji lagrange multiplier (*Lagrange Multiplier Test*)

Uji *lagrange multiplier* merupakan uji dengan tujuan untuk menentukan model panel diantara *random effect* atau *common effect*, yang lebih cocok digunakan dalam penelitian. Taraf signifikansi yang digunakan adalah 5% atau $\alpha = 0,05$. Hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Model yang menggunakan *common effect*

H_1 : Model yang menggunakan *random effect*

Hipotesis yang diujikan merupakan nilai residual dari pendekatan *common effect*. Pengambilan keputusannya adalah H_0 ditolak jika nilai

probabilitas *chi square* lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. H_0 diterima jika probabilitas *chi square* lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal dan tidak memiliki masalah dengan normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, heterokedastisitas. Berikut ini penjelasan mengenai uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dan menunjukkan bahwa sampel yang diuji berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Dalam *software Eviews*, uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *Jarque-Bera*. Uji jarque-bera digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak. Bila probabilitas yang digunakan 5% dan angka menunjukkan lebih dari 5%, maka data berdistribusi normal) (Winarno, 5.41:2015).

Jogiyanto (2004:172), mengatakan bahwa distribusi yang melanggar asumsi normalitas dapat dijadikan menjadi bentuk yang normal dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Transformasi data, dapat dilakukan dengan logaritma natural (Ln), Log 10, maupun akar kuadrat. Jika ada data yang bernilai negatif, transformasi data

dengan logaritma akan menghilangkannya sehingga jumlah sampel (n) akan berkurang.

2. *Trimming* yaitu memangkas atau membuang observasi yang bersifat *outlier*.
3. *Winsorizing* yaitu mengubah nilai-nilai *outlier* menjadi nilai-nilai minimum atau maksimum yang diizinkan supaya distribusinya menjadi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan, ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mendeteksi adanya multikolinearitas yaitu melihat koefisien korelasi diantara variabel yang lebih besar dari 0,80. Jika nilai antar variabel menunjukkan angka yang tidak lebih dari 0,80 maka penelitian terbebas dari multikolinearitas.

Jika dalam data memiliki masalah multikolinearitas, maka alternatif dalam menangani kasus tersebut adalah dengan membiarkan model mengandung multikolinearitas karena estimatornya masih dapat bersifat BLUE (*Best, Linear, Unbiased and Estimated*) namun multikolinearitas akan menyebabkan standar eror yang besar, menambahkan data jika memungkinkan karena masalah multikolinearitas umumnya muncul apabila data observasi sedikit, hilangkan salah satu variabel independen yang memiliki hubungan yang kuat atau melakukan transformasi salah satu variabel seperti melakukan diferensi (Winarno, 2015:5.1).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Terdapat beberapa cara dalam menguji heterokedastisitas, yaitu Uji *Breuch Godfrey*, Uji *White*, Uji *Glejser*, dan lain-lain. Dasar pengambilan keputusannya apabila nilai probabilitas *chi-square* lebih dari 0,05 (Rosadi, 2012:77).

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan hubungan residual diantara satu observasi dengan residual observasi lainnya. Autokorelasi pada umumnya lebih mudah timbul dalam data yang sifatnya runtut waktu, karena sesuai dengan sifatnya, data masa sekarang selalu dipengaruhi oleh data pada masa-masa sebelumnya. Namun, autokorelasi juga dapat dijumpai pada data yang sifatnya antar objek (*cross section*). Untuk mengidentifikasi autokorelasi dalam data, dapat melihat nilai statistik Durbin Watson (DW) dibandingkan dengan tabel DW $\alpha = 5\%$. Jika, hasil statistik berada diantara dU dan 4-dU, maka data dapat dikatakan terbebas dari autokorelasi (Winarno, 2015:5.29).

4. Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel dilakukan dengan *software Eviews* versi 10. Penelitian ini menggunakan metode data panel seimbang, yaitu data gabungan

dari data runtun waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*) dengan jumlah yang sama. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

- a) Y = *Transfer Pricing*
- b) α = Konstanta
- c) $\beta_1 - 4$ = Koefisien Regresi
- d) X1 = Beban Pajak
- e) X2 = *Tunneling incentive*
- f) X4 = Ukuran Perusahaan
- g) X4 = Mekanisme Bonus
- h) e = eror

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin besar jumlah koefisien determinasi didalam suatu penelitian akan menunjukkan kekuatan pengaruh masing-masing variabel. Rentang nilai R^2 adalah antara 0 – 1. Jika nilai R^2 mendekati 1, maka prediksi yang dibuat antara variabel independen terhadap variabel dependen semakin akurat. Sebaliknya, jika $R^2 = 0$, hal tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sarwono, 2016:30).

b. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen yang diuji memiliki kelayakan terhadap variabel dependen (Sarwono (2016:32)). Tingkat signifikansi pada pengujian ini adalah $\alpha = 5\%$, Keputusan hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

c. Uji Statistik T

Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi pada pengujian ini adalah $\alpha = 5\%$, Keputusan hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, dengan tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, dengan tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.