

## PEMANFAATAN APLIKASI SPSS DALAM ANALISIS PENGARUH BIAYA PEMASARAN DAN GAJI PADA PENDAPATAN PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI

Raja Almas Ramadhani<sup>1)</sup>, Melani Defina Maharani<sup>2)</sup>, Nur Azizyah Putri Dewita<sup>3)</sup>,  
Siti Alnazwa Rivania Nanlohy<sup>4)</sup>, Syti Sarah Maesaroh<sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Bisnis Digital, Universitas Pendidikan Indonesia, Jl. Dadaha No.18, Kec.Tawang, Kota Tasikmalaya, Indonesia  
Co Responden Email : <sup>1</sup>rajarmd@upi.edu, <sup>2</sup>melanimaha123@upi.edu, <sup>3</sup>nurazizyahpd@upi.edu,  
<sup>4</sup>sitalnazwa@upi.edu, <sup>5</sup>sytisarah@upi.edu

### Abstract

#### Article history

Received 09 Apr 2023

Revised 27 Apr 2023

Accepted 07 Jun 2023

Available online 15 Aug 2023

#### Keywords

SPSS Application,  
Marketing Cost,  
Employee Salaries,  
Revenue,  
Telecommunication

This research was conducted to carry out the data analysis process using the SPSS V.26 application with the case of finding out the effect of marketing costs and employee salaries on the revenue of telecommunications companies in Indonesia (case studies on PT Telkom Indonesia Tbk. and PT Indosat Tbk both partially and simultaneously). The IBM SPSS software platform is one application that can be used as a data mining tool. This research used a descriptive research design with a quantitative approach. Multiple linear regression analysis was used to test the relationship between independent variables (marketing costs and employee salaries) and dependent variable (company revenue), as well as normality, multicollinearity, autocorrelation, and heteroscedasticity tests were conducted using SPSS V.26 to identify any symptoms on the variables used. The results of the study show that partially, the marketing cost variable has a significant effect on the revenue variable with a significance value of 0.041, and the employee salary variable also has a significant effect on the revenue variable with a significance value of 0.000. Meanwhile, simultaneously, the marketing cost variable and the employee salary variable have a significant effect on revenue because of a significance value of 0.000. Therefore, the hypotheses proposed in this study are accepted.

### Abstrak

#### Riwayat

Diterima 09 Apr 2023

Revisi 27 Apr 2023

Disetujui 07 Jun 2023

Terbit 15 Agustus 2023

#### Kata Kunci

Aplikasi SPSS,  
Biaya Pemasaran,  
Gaji Karyawan  
Pendapatan,  
Telekomunikasi

Penelitian ini dilakukan untuk melakukan proses analisa data menggunakan aplikasi SPSS V.26 dengan kasus mencari tahu pengaruh biaya pemasaran dan gaji karyawan terhadap pendapatan perusahaan telekomunikasi di Indonesia (studi kasus pada PT Telkom Indonesia Tbk. dan PT Indosat Tbk pengaruh biaya pemasaran dan gaji karyawan terhadap pendapatan perusahaan telekomunikasi di Indonesia (studi kasus pada PT Telkom Indonesia Tbk. dan PT Indosat Tbk. secara parsial dan secara simultan. Platform software IBM SPSS merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan sebagai tools data mining. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (biaya pemasaran dan gaji karyawan) dengan variabel dependen (pendapatan perusahaan). Serta melakukan Uji Normalitas, Multikolinearitas, Autokorelasi, dan Heteroskedastisitas untuk mengetahui terdapatnya gejala pada variabel yang digunakan dengan memanfaatkan penggunaan aplikasi SPSS V.26. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, variabel biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan dengan nilai signifikan sebesar 0,041, dan variabel biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sedangkan secara simultan variabel biaya pemasaran dan biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan secara bersama terhadap pendapatan karena nilai signifikansi 0,000. Sehingga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima.

## 1. PENDAHULUAN

Pada perkembangan era digital yang semakin modern ini, dunia industri semakin pesat yang menyebabkan timbulnya persaingan antara perusahaan dengan berbagai upaya yang dilakukan. Hal yang harus dicapai perusahaan yaitu meningkatkan jumlah pendapatan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Persaingan tersebut mengharuskan setiap perusahaan menciptakan strategi yang efektif dan efisien guna mencapai tujuan perusahaan. Tingkat pendapatan yang tinggi dapat menjadi acuan sebagai alat kompetitif untuk perusahaan (Pamelda & Pradipto, 2021). Perusahaan menginginkan pendapatan yang tinggi karena diharapkan dapat memperoleh laba yang meningkat pula.

Dalam implementasi upaya meningkatkan pendapatan perusahaan harus mempersiapkan faktor keberhasilan yang dapat meningkatkan penjualan. Faktor keberhasilan tersebut adalah perusahaan yang memiliki aspek pemasaran yang harus diperhatikan untuk kelangsungan bisnis dan untuk perkembangan perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan untuk bersaing dalam persaingan bisnis (Nofiani & Mursid, 2021). itu, Kompetensi Sumber daya manusia yang dimiliki juga memiliki peran penting sebagai faktor penentu untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawan (Hoki & Sofyan, 2019). Maka faktor untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia yaitu pemberian kompensasi yang layak sebagai bentuk penghargaan karyawan sebagai penggerak perusahaan.

Pemasaran merupakan faktor vital yang harus direncanakan oleh perusahaan dengan mempertimbangkan beberapa hal sehingga dapat mencapai target yang ingin dicapai. Perusahaan berusaha untuk mendapatkan konsumen yang sesuai dengan target *market* mereka. Pemasaran merupakan kegiatan perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dan perkembangan perusahaan untuk meningkatkan laba. Hal yang dilakukan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan

perusahaan dari kegiatan pemasaran yaitu memperkenalkan, mempengaruhi, memenuhi kebutuhan, dan memberikan kepuasan kepada konsumen (Atmaja & Yulianthini, 2020). Perusahaan harus merancang ide pemasaran sebagai peluang untuk mengembangkan pemasaran dengan mengumpulkan informasi dari konsumen (Musnaini et al., 2021). Dalam melakukan kegiatan pemasaran yang pasti perusahaan memerlukan biaya pemasaran sebagai modal penentu berkembangnya jangkauan pasar yang semakin besar.

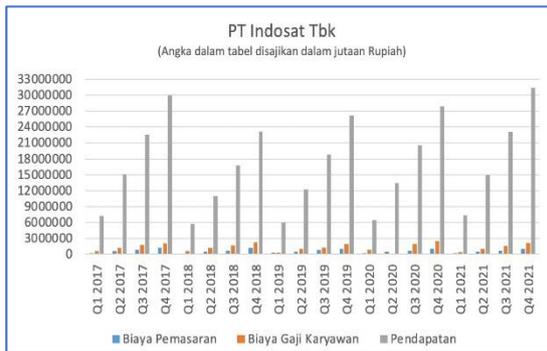
Dalam penentu suatu perusahaan mengalami peningkatan pendapatan yaitu memenuhi kepuasan kerja karyawan sebagai motivasi dalam bekerja. Dalam meningkatkan kepuasan kerja, perusahaan harus memenuhi kebutuhan karyawan salah satunya memberikan kompensasi yang layak (Hakim & Muhdi, 2019). Output dari kinerja karyawan salah satunya ditentukan dari kompensasi yang didasari harapan karyawan terhadap perusahaan. Kinerja karyawan yang baik akan menjadi dorongan dan mendukung mutu perusahaan menjadi meningkat dari segi kualitas perusahaan, standar kerja, dan kepercayaan konsumen. Karyawan merupakan sumber daya manusia yang memiliki peran penting dalam perusahaan, karena pada dasarnya merekalah sebagai organ yang menghidupkan dan menjalankan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Maka, bagi perusahaan untuk mempertahankan kepuasan kerja karyawan sangatlah penting karena dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan.

Perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia menunjukkan berkembang cukup pesat dari tahun ke tahun (Peridustrian, 2019). Hal itu dipengaruhi oleh penyebaran penduduk yang semakin pesat serta inovasi (peningkatan pelayanan) dari industri telekomunikasi yang lebih memudahkan masyarakat untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan informasi (Nur Amanda et al., 2023; Septarini et al., 2023). Hal ini dapat bermanfaat bagi keberlangsungan bisnis perusahaan untuk meningkatkan performa terbaiknya untuk penggunaannya. Ada beberapa industri telekomunikasi yang cukup menguasai di

Indonesia salah satunya PT. Telkom Tbk dan PT. Indosat Tbk, Keduanya merupakan perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) serta perusahaan yang terbesar di Indonesia.



Gambar 1. Grafik biaya pemasaran, biaya gaji dan pendapatan PT Telekomunikasi Tbk (PT Telkom Indonesia (Persero), 2022)



Gambar 1. Grafik biaya pemasaran, biaya gaji dan pendapatan PT Indosat Tbk (Indosat Ooredoo Hutchison, 2022)

PT Telekomunikasi Tbk dan PT Indosat Tbk harus senantiasa responsif terhadap perkembangan dan ketatnya persaingan industry (Razak, 2019). Maka pertimbangan perusahaan untuk efektifitas peningkatan pendapatan tentunya melalui keberhasilan pemasaran serta kepuasan karyawan dengan pemberian kompensasi atau gaji sebagai motivasi kerja karyawan.

SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) adalah sebuah perangkat lunak statistik yang hadir untuk mengolah analisis data lanjutan, analisis data dengan algoritma *machine learning*, analisis *string*, serta analisis *big data* yang terpadu untuk membentuk platform data analisis (Zein, et al., 2019).

Platform software IBM SPSS merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan sebagai tools data mining yang memiliki fitur-fitur *advanced* analisis statistik, *machine*

*learning algorithms*, dan *text analysis*, ekstensibilitas sumber terbuka, dan dapat terintergrasi dengan beberapa sumber data. Aplikasi SPSS menawarkan pengoperasian yang mudah bagi pengguna, fleksibilitas, dan skalabilitas SPSS memungkinkan diakses oleh pengguna dari semua tingkat keahlian pengoperasian sistem komputerisasi yang dimiliki pengguna.

Menurut (Irafah et al., 2020) dalam Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2007:7) menyatakan bahwa Laporan keuangan adalah serangkaian pencatatan dan pengikhtisaran segala transaksi keuangan. Laporan keuangan berisikan neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (berbentuk laporan arus kas, atau arus dana), pencatatan serta format lainnya yang termasuk ke dalam komponen laporan keuangan (Zaidane, et al., 2021).

Menurut (Januarsah, et al., 2019) dalam Mulyadi (2014:487-488) dikemukakan bahwa biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan semenjak proses produksi berakhir hingga produk tersebut kembali dalam wujud tunai. Biaya pemasaran memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran serta memancing minat beli konsumen akan produk atau jasa yang ditawarkan. pada akhirnya biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran akan kembali melalui peningkatan penjualan atau pendapatan perusahaan.

Menurut (Yuliana, et al., 2022) dalam Priansa (2014) berpendapat bahwa gaji adalah bentuk kompensasi yang diberikan oleh organisasi kepada pegawai atas balas jasa atau pekerjaan yang telah diselesaikan terhadap organisasi. Berdasarkan (Yuliana, et al., 2022) dalam Badriyah (2015) mengemukakan bahwa dengan memberikan imbalan yang adil akan timbul kepuasan pegawai. Sedangkan, ketidakpuasan pegawai kerap muncul karena gaji yang diterima cenderung kecil dibandingkan dengan yang diperkirakan akan diterima. Gaji karyawan merupakan salah satu aspek penting karena gaji dapat meningkatkan motivasi serta kinerja karyawan, sehingga mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

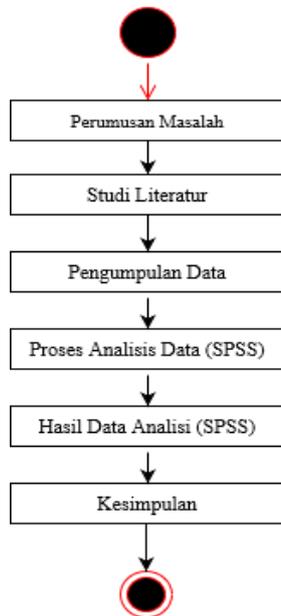
Menurut Wulansar & Azlina (2018) dalam (Stice, Skousen, 2004, 230) dijelaskan bahwa pendapatan merupakan aliran masuk uang atau kenaikan nilai yang terjadi hasil dari penjualan atau produksi barang dalam suatu periode, pemberian jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang menjadi bagian dari

kegiatan utama atau fundamental dari suatu perusahaan. Pendapatan merupakan informasi esensial sebab merupakan tolak ukur kinerja keuangan perusahaan.

## 2. METODE PENELITIAN

### A. Tahapan Penelitian

Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan penelitian sebagaimana terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Penelitian

#### 1. Perumusan Masalah

Peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat sebelumnya. Tahapan perumusan masalah ini sangat menentukan studi literature yang akan digunakan, metode penelitian yang akan dijalankan, serta instrumen-instrumen apa yang akan dipakai.

#### 2. Studi Literatur

Peneliti menggunakan studi literatur berupa buku dan jurnal-jurnal terkait dengan tema penelitian yang peneliti lakukan untuk menjadi landasan penelitian yang peneliti lakukan sehingga hasil penelitian akan tepat dan akurat.

#### 3. Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data dari laporan resmi perusahaan yang menjadi obyek penelitian yang dilakukan yaitu PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dan PT Indosat Tbk.

Peneliti mengambil data biaya pemasaran, biaya gaji karyawan dan pendapatan perusahaan dari laporan keuangan

yang di publish perusahaan melalui website resmi perusahaan, data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2.

#### 4. Proses Analisis Data

Pada tahapan ini peneliti menentukan aplikasi yang dapat digunakan untuk proses analisis data yang dimiliki dimana dari hasil studi literatur yang penulis jadikan acuan penulis memilih aplikasi SPSS sebagai alat bantu pemrosesan data penelitian yang sudah dimiliki. Data yang dimiliki kemudian dilakukan analisis statistik deskriptif analisis regresi linier berganda dengan menggunakan data-data penelitian yang telah dimiliki dan menggunakan aplikasi SPSS.

#### 5. Analisis Hasil

Setelah didapatkan hasil akhir perhitungan menggunakan aplikasi SPSS langkahdilakukan analisis hasil untuk merumuskan kesimpulan nantinya. Dalam penelitian ini analisis hasil memegang peranan penting untuk keberlangsungan penelitian ini

#### 6. Kesimpulan

Tahapan akhir dari penelitian yang dilakukan adalah membuat kesimpulan dari hasil proses pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Kesimpulan yang dihasilkan juga dapat digunakan serta dikembangkan pada penelitian berikutnya.

### B. Analisis Data

Peneliti menggunakan data pada tabel 1 dan tabel 2 yang kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS untuk mendapatkan output statistik deskriptif variabel penelitian pada tahun 2017-2021 dengan sample sebanyak +/- 40 dan angka dalam tabel disajikan dalam jutaan.

### C. Evaluasi Hasil

Tahapan akhir dari penelitian ini adalah melakukan pengujian hasil analisis yang telah dilakukan [ada tahap sebelumnya, dan pengujian pada penelitian ini menggunakan aplikasi aplikasi SPSS. Beberapa metode pengujian yang dilakukan antara lain:

1. Uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikonilearitas, uji auorolerasi, uji heteriskedastisitas

2. Uji hipotesis, meliputi uji koefisien determinasi, uji T, uji hipotesis, dan uji F

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Pengolahan Data, Populasi dan Sampel Penelitian

##### A. Pengolahan Data

Proses pengolahan data dimulai dari pengumpulan data dimana data didapat dari informasi website resmi PT Telekomunikasi Tbk dan PT Indosat Tbk sebagaimana terdapat pada tabel 1 dan tabel 2 artikel penelitian ini.

Data-data yang diperoleh kemudian dicatat menggunakan aplikasi microsoft excel, untuk kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS untuk memperoleh hasil penelitian.

##### B. Populasi

Populasi penelitian ini adalah perusahaan telekomunikasi besar yang ada di Indonesia yaitu: PT Telekomunikasi dan PT Indosat.

##### C. Sampel Penelitian

Sampel penelitian ini bersumber dari laporan perusahaan PT Telekomunikasi Tbk dan PT Indosat Tbk tahun 2017-2021, sebagaimana tabel 1 dan tabel 2.

#### 3.2 Data Set Penelitian

Data Set merupakan sebuah proses input data yang dimiliki ke dalam tabel agar lebih sederhana, ringkas serta mudah dipahami.

Tabel 1. Biaya Pemasaran, Biaya Gaji dan Pendapatan PT Telkom Indonesia Tbk (PT Telkom Indonesia (Persero), 2022)

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk		Dalam Jutaan	
Tahun	Biaya Pemasaran	Biaya Gaji Karyawan	Pendapatan
Q1 2017	985,000	2,977,000	31,022,000
Q2 2017	2,050,000	6,715,000	64,021,000
Q3 2017	3,402,000	10,595,000	97,003,000
Q4 2017	5,268,000	13,529,000	128,256,000
Q1 2018	870,000	3,035,000	32,343,000
Q2 2018	1,958,000	7,035,000	64,368,000
Q3 2018	2,983,000	10,299,000	99,203,000
Q4 2018	4,214,000	13,178,000	130,784,000
Q1 2019	907,000	3,132,000	34,840,000
Q2 2019	1,992,000	6,488,000	69,345,000
Q3 2019	2,949,000	9,744,000	102,631,000
Q4 2019	3,724,000	13,012,000	135,567,000
Q1 2020	641,000	3,451,000	34,194,000
Q2 2020	1,456,000	7,016,000	66,856,000

Q3 2020	2,356,000	10,406,000	99,941,000
Q4 2020	3,482,000	14,390,000	136,462,000
Q1 2021	755,000	3,500,000	33,945,000
Q2 2021	1,529,000	7,370,000	69,480,000
Q3 2021	2,371,000	11,018,000	106,043,000
Q4 2021	3,633,000	15,524,000	143,210,000

Tabel 2. Biaya Pemasaran, Biaya Gaji dan Pendapatan PT Indosat Tbk (Indosat Ooredoo Hutchison, 2022)

PT Indosat Tbk		Dalam Jutaan	
Tahun	Biaya Pemasaran	Biaya Gaji Karyawan	Pendapatan
Q1 2017	262,019	597,281	7,289,796
Q2 2017	593,371	1,162,371	15,112,382
Q3 2017	940,884	1,730,199	22,565,827
Q4 2017	1,282,788	2,022,021	29,926,098
Q1 2018	178,831	587,653	5,692,420
Q2 2018	474,825	1,161,580	11,065,782
Q3 2018	721,042	1,677,532	16,769,793
Q4 2018	1,228,930	2,238,310	23,139,551
Q1 2019	296,684	369,232	6,046,164
Q2 2019	557,869	1,000,721	12,291,529
Q3 2019	770,474	1,285,773	18,853,041
Q4 2019	1,145,457	1,934,024	26,117,533
Q1 2020	249,366	893,159	6,523,095
Q2 2020	541,679	1,432,407	13,451,721
Q3 2020	753,232	1,965,826	20,592,026
Q4 2020	1,082,774	2,578,463	27,925,661
Q1 2021	235,264	451,739	7,345,302
Q2 2021	522,473	1,044,737	14,983,533
Q3 2021	747,224	1,591,528	23,055,094
Q4 2021	1,035,426	2,193,703	31,388,311

#### 3.3 Hasil Pengolahan Data SPSS

##### A. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Tabel Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Pemasaran	40	178.831	52.680.000	1.500.490	1.240.350
Biaya Gaji Karyawan	40	369.232	15.524.000	5.008.306	4.676.183
Pendapatan	40	5.692.420	143.210.000	50.491.216	43.883.127
Valid N (listwise)	40				

Tabel 3 diatas menunjukkan output statistik deskriptif variabel penelitian pada tahun 2017-2021 dengan sample sebanyak 40 dan angka dalam tabel disajikan dalam jutaan. Berdasarkan hasil tabel di atas penjelasan mengenai statistik deskriptif dari masing-masing variabel dapat disimpulkan sebagai berikut:

##### 1. Biaya pemasaran

Variabel biaya pemasaran memiliki nilai minimum sebesar 178.831 dan nilai maksimum sebesar 5.268.0000. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya biaya pemasaran berada di antara 178.831 sampai 5.268.0000. Variabel biaya pemasaran memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 1.500.490,30 dan memiliki standar deviasi sebesar 1.240.350,12. Ini menandakan bahwa nilai rata-rata (mean) lebih dari standar deviasi yang berarti data ini memiliki penyebaran yang merata.

**2. Biaya gaji karyawan**

Variabel biaya gaji karyawan memiliki nilai minimum sebesar 369.232 dan nilai maksimum sebesar 15.524.000. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya biaya pemasaran berada di antara 369.232 sampai 15.524.000. Variabel biaya pemasaran memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 5.008.306,48 dan memiliki standar deviasi sebesar 4.676.183,36. Ini menandakan bahwa nilai rata-rata (mean) lebih dari standar deviasi yang berarti data ini memiliki penyebaran yang merata.

**3. Pendapatan**

Variabel pendapatan memiliki nilai minimum sebesar 5.692.420 dan nilai maksimum sebesar 143.210.000. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya biaya pemasaran berada di antara 5.692.420 sampai 143.210.000. Variabel biaya pemasaran memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 50.491.216,5 dan memiliki standar deviasi sebesar 43.883.127,7. Ini menandakan bahwa nilai rata-rata (mean) lebih dari standar deviasi yang berarti data ini memiliki penyebaran yang merata.

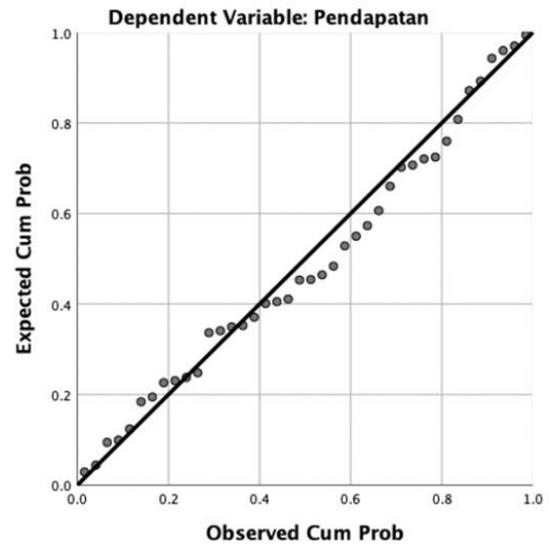
**B. Uji Asumsi Klasik**

**A. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan sebuah pengujian data statistik yang digunakan dalam rangka pengujian sebuah data yang

sedang diamati apakah mempunyai distribusi normal atau tidak (Supriantikasari & Utami, 2019).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4. Uji Normalitas Grafik P-P Plot  
 Sumber: Output Spss

Berdasarkan Gambar di atas dapat dilihat bahwa penyebaran data (titik) menyebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis. Dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dapat dipenuhi.

**B. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilaksanakan dalam rangka melakukan pengujian apakah terdapat korelasi diantara variabel bebas didalam model regresi (Qurays et al., 2018).

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Biaya Pemasaran	.144	6.937
Biaya Gaji Karyawan	.144	6.937

a. Dependent Variable: Pendapatan  
 Sumber: Output Spss

Tabel 4 di atas menunjukkan nilai tolerance pada variabel biaya pemasaran sebesar 0,144 dan pada variabel biaya gaji karyawan sebesar 0,144. Untuk nilai VIF pada variabel biaya pemasaran dan

variabel biaya pemasaran sebesar 6,937. Dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance dari kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 dan ini menandakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### C. Heteroskedastisitas

Tabel 5. Heteroskedastisitas

			Biaya Pemasaran	Biaya Gaji Karyawan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Biaya Pemasaran	Correlation Coefficient	1.000	.931**	.138
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.396
		N	40	40	40
Biaya Gaji Karyawan	Biaya Pemasaran	Correlation Coefficient	.931**	1.000	-.037
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.819
		N	40	40	40
Unstandardized Residual	Biaya Pemasaran	Correlation Coefficient	.138	-.037	1.000
		Sig. (2-tailed)	.396	.819	.
		N	40	40	40

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Output Spss

Berdasarkan tabel diatas nilai korelasi dari variabel biaya pemasaran dan variabel biaya gaji karyawan dengan unstandardized residual mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dengan hasil signifikansi > 0,05 Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### D. Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.13092
Cases < Test Value	200
Cases >= Test Value	200
Total Cases	400
Number of Runs	210
Z	.901
Asymp. Sig. (2-tailed)	.368

a. Median

Sumber: Output Spss

Tabel 6 di atas merupakan hasil output runtest, tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,078. Berdasarkan hasil tersebut menandakan bahwa nilai probabilitas 0,078 lebih besar dari 0,05 dan tidak terjadi gejala.

### C. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah sebuah pemodelan regresi dimana melibatkan variabel-variabel independen dan hal ini dikerjakan untuk mencari tahu arah dan berapa besar pengaruh sebuah variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 7. Hasil Uji Regesi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2938756.98	945609.881		3.108	.004
Biaya Pemasaran	2.716	1.282	.077	2.119	.041
Biaya Gaji Karyawan	8.681	.340	.925	25.536	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan  
 Sumber: Output Spss

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji regresi linier berganda didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

$$Y = 2938756,98 + 2,716 X_1 + 8,681 X_2 + \epsilon$$

Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2938756,98 menunjukkan jika jumlah biaya pemasaran dan biaya gaji karyawan bernilai konstan (nol) atau ditiadakan, maka pendapatan sebesar positif 2.938.756,98.
2. Nilai Koefisien regresi pada variabel biaya pemasaran sebesar positif 2,716. Ini mengartikan bahwa biaya pemasaran dan pendapatan memiliki hubungan positif, Jika biaya pemasaran bertambah maka pendapatan akan semakin meningkat begitu juga sebaliknya jika biaya pemasaran berkurang maka pendapatan akan berkurang. Setiap kenaikan biaya pemasaran sebesar 1% maka pendapatan akan meningkat sebesar 271,6%.
3. Nilai Koefisien regresi pada variabel biaya gaji karyawan sebesar positif 8,681. Ini mengartikan bahwa biaya gaji karyawan dan pendapatan memiliki hubungan positif, Jika biaya gaji karyawan bertambah maka pendapatan akan semakin meningkat begitu juga sebaliknya jika biaya pemasaran berkurang maka pendapatan akan berkurang. Setiap kenaikan biaya gaji karyawan sebesar 1% maka pendapatan akan meningkat sebesar 868,1%.

## D. Uji Hipotesis

### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan pengujian dalam rangka memberi penjelasan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen, pengujian ini juga dapat dipergunakan dalam ukur seberapa baik garis regresi yang dimiliki (Widarjono, 2018).

Tabel 8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.996 <sup>a</sup>	.993	.993	3769310.07

a. Predictors: (Constant), Biaya Gaji Karyawan,

Biaya Pemasaran

b. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Output Spss

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0,993 ini mengartikan bahwa variabel biaya pemasaran dan biaya gaji karyawan mampu mempengaruhi pendapatan sebesar 99,3%. Sedangkan sisanya sebesar 0,7% dipengaruhi faktor lain.

### 2. Uji T

Uji-t merupakan sebuah pengujian statistika dalam rangka mencari tahu apakah terdapat beda dari nilai yang telah dikira sebelumnya dengan nilai hasil perhitungan statistika, nilai perkiraan ini bermacam-macam sumbernya, ada berasal temua peneliti ada berdasarkan isu-isu, nilai persyaratan, dan lainnya, ataupun kepalsuan hipotesis nol (Widarjono, 2018).

Tabel 9. Uji-t Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2938756.98	945609.881		3.108	.004
1 Biaya Pemasaran	2.716	1.282	.077	2.119	.041
Biaya Gaji Karyawan	8.681	.340	.925	25.536	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber: Output Spss

### Uji hipotesis biaya pemasaran terhadap pendapatan ( $H_1$ )

Berdasarkan perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar positif 2,119 dan nilai signifikan sebesar 0,041. Dengan nilai signifikan sebesar 0,041 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena  $\text{sig } \alpha < 0,05$ , maka secara parsial variabel biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan.

### Uji hipotesis biaya gaji karyawan terhadap pendapatan ( $H_2$ )

Berdasarkan perhitungan didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar positif 25,536 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena  $\text{sig } \alpha < 0,05$ , maka secara parsial variabel biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan

### 3. Uji-F

Uji simultan  $F(\text{Uji\_Simultan})$  dipergunakan dalam rangka mencari tahu ada atau tidaknya pengaruh dengan bersamaan ataupun simultan diantara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Uji-F Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.458E+16	2	3.729E+16	2624.554	.000 <sup>b</sup>
Residual	5.257E+14	37	1.421E+13		
Total	7.510E+16	39			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Biaya Pemasaran, Biaya Gaji Karyawan

Sumber: Output Spss

Berdasarkan tabel uji f di atas terdapat nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2624,554 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan variabel biaya pemasaran dan biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan secara bersama terhadap pendapatan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05.

## 4. KESIMPULAN

Platform software IBM SPSS merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan sebagai tools data mining yang memiliki banyak fitur antara lain: *advanced analysis statistik, machine learning algorithms, dan text analysis.*

Peneliti sangat terbantu dengan aplikasi SPSS V.26 dimana proses perhitungan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat

menggunakan SPSS V.26 dengan hasil yang cukup akurat, Hal ini juga didukung dari beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi referensi penelitian ini. SPSS terbukti merupakan salah satu perangkat lunak/software statistik yang dikembangkan dalam rangka pengolahan data untuk proses analisis data lanjutan, menggunakan algoritma *machine learning*, analisis *string*, serta analisis *big data* terpadu.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Biaya pemasaran secara parsial berpengaruh positif terhadap laba perusahaan telekomunikasi dengan nilai signifikan sebesar 0,041, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) pada penelitian ini diterima.
- b. Biaya pemasaran secara parsial berpengaruh positif terhadap laba perusahaan telekomunikasi dengan nilai signifikan sebesar 0,000, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) pada penelitian ini diterima.
- c. Secara simultan variabel biaya pemasaran dan biaya gaji karyawan berpengaruh signifikan secara bersama terhadap pendapatan karena nilai signifikansi 0,000

## REFERENSI

- Atmaja, P. D., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Relationship Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome pada PT.TELKOM Datel Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 258–266.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Ed.9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, A. R., & Muhdi, M. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Guru Smk Swasta Di Wilayah Timur Kabupaten Pemalang. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial - Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 29(2), 105–115.
- Hoki, L., & Sofyan, S. (2019). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Kedisiplinan terhadap Kinerja Karyawan PT Sumber Sukses Rezeki. *Jurnal Ilmiah Smart - STMIK TIME*, 3(1), 22–25.
- Indosat Ooredoo Hutchison. (2022). *Laporan Keuangan PT Indosat Tbk. Company Annual Report*. Indosat Ooredoo Hutchison
- Irafah, S., Sari, E. N., & Muhyarsyah, M. (2020). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Peran Internal Audit, dan Kesuksesan Penerapan Sistem Informasi Keuangan Daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 337-348.
- Januarsah, I., Jubi, J., Inrawan, A., & Putri, D. E. (2019). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5(1), 32-39.
- Musnaini, M., Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran* (H. Wijoyo, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Insan Cendekia Mandiri.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis - Politeknik Pos Indonesia*, 11(2), 71–77.
- Nur Amanda, I., Triansyah, J., Kurniawan, A., & Gumelar, A. R. (2023). Sistem Informasi Kependudukan Warga Studi Kasus Perumahan Tegallega Permai Kabupaten Bogor. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 7(1), 63–70. <https://doi.org/10.31000/jika.v7i1.7151>
- Pamelda, R. A., & Pradipto, D. (2021). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 91–100. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.485>
- Perindustrian, K. (2019). *Analisis Perkembangan Industri. Laporan tahunan Kementerian Perindustrian* (Edisi 1). Kementerian Perindustrian.

- PT Telkom Indonesia (Persero). (2022). *Laporan Keuangan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk*. Company Annaul Report. [https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id\\_ID/page/ir-laporan-keuangan-146](https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/ir-laporan-keuangan-146)
- Qurays, A., Susyanti, J., & Rachmat, A. (2018). Pengaruh Financial Leverage, Operating Leverage dan Dept to Equity Ratio (DER) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen UNISMA*, 07(01), 36–50.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 1–14.
- Septarini, R. S., Sugiyani, Y., Aksani, M. L., & Nuramalia, E. (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Document Kependudukan Pada Desa Pasir Jaya. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 7(1), 71–78. <https://doi.org/10.31000/jika.v7i1.7187>
- Supriantikasari, N., & Utami, E. (2019). Pengaruh Return on Asset, Debt Equity Ratio, Current Ratio, Earning Per Share dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham. *JRAMB - Jurnal Riset Akutansi Mercu Buana*, 5(1), 49–66.
- Widarjono, A. (2018). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan EViews* (Edisi V, Vol. 1). UPP STIM YKPN.
- Wulansari, M., & Azlina, Y. (2018). Analisis Hubungan Biaya Promosi dengan Pendapatan pada PT. Bank XYZ. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 85-90
- Yuliana, Y., Arwin, A., & Pratiwi, J. D. (2020). Dampak Gaji dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Cipta Mandiri Agung Jaya). *BISMA Cendekia*, 1(1), 1-6
- Zaidane, S. N., Purbayati, R., & Hadiani, F. (2021). Pengaruh ROA, CR, DER, dan Operating Leverage Terhadap Return Saham Perbankan Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(1), 84–98
- Zein, S. Z., Yasyifa, L. Y., Ghozi, R. G., Harahap, E., Badruzzaman, F. H., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Teknologi Pembelajaran*, 4(2)