

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kinerja keuangan return on asset, earning per share, dan harga saham dengan ruang lingkup mengenai pengaruh return on asset, earning per share dan harga saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

3.1.1 Sejarah PT. Unilever Indonesia Tbk

PT. Unilever Indonesia Tbk. Didirikan pada 5 desember 1933 sebagai Zeepfabrieken N.V. Lever dengan akta No. 33 yang dibuat oleh Tn. A.H. Van Ophuijsen, notaris di Batavia. Akta ini disetujui oleh Gubernur Jenderal Van Negerlandsch-Indie dengan surat No.14 pada 16 desember 1933, terdaftar di Raad van justitie di Batavia dengan No.302 pada tanggal 22 desember 1933 dan diumumkan dalam Javasche Chourant pada tanggal 09 januari 1934 No.3

Dengan akta No. 171 yang dibuat oleh notaris Ny.Kartini Mulyadi tertanggal 22 Juli 1980, nama perusahaan diubah menjadi PT. Unilever Indonesia. Dengan akta No.92 yang dibuat oleh notaris Tn. Mudofir Hadi, S.H. tertanggal 30 Juni 1997, nama perusahaan diubah menjadi PT. Unilever Indonesia Tbk. Akta ini disetujui oleh menteri kehakiman dengan keputusan no C2-1.049HT.01.04TH.98 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan diberita Negara No.2620 tanggal 15 Mei 1998 Tambahan No.39.

Perusahaan mendaftarkan 15 % sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya setelah memperoleh persetujuan dari Ketua Badan Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) No.SI-009/PM/E/1981 pada tanggal 18 november 1981.

Pada Rapat Umum Tahunan perusahaan pada tanggal 24 Juni 2003, para pemegang saham menyepakati pemecahan saham, dengan mengurangi nilai nominal saham dari Rp 100 per saham menjadi Rp 10 per saham. Perubahan ini dibuat di hadapan notaris dengan akta No. 46 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 10 Juli 2003 dan disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

Perusahaan bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari teh dan produk-produk kosmetik.

Sebagaimana disetujui dalam Rapat Umum Tahunan Perusahaan pada tanggal 13 Juni, 2000, yang dituangkan dalam akta notaris No. 82 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 14 Juni 2000, perusahaan juga bertindak sebagai distributor utama dan memberi jasa-jasa penelitian pemasaran. Akta ini disetujui oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan (dahulu Menteri Kehakiman) Republik Indonesia dengan keputusan No. C-18482HT.01.04-TH.2000 Pada tanggal 22 November 2000, perusahaan mengadakan perjanjian dengan PT Anugrah Indah Pelangi, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Anugrah Lever (PT AL) yang bergerak di bidang pembuatan, pengembangan, pemasaran dan penjualan kecap, saus cabe dan saus-

saus lain dengan merk dagang Bango dan merk-merk lain atas dasar lisensi perusahaan kepada PT AL.

Pada tanggal 3 Juli 2002, perusahaan mengadakan perjanjian dengan Texchem Resources Berhad, untuk mendirikan perusahaan baru yakni PT Technopia Lever yang bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan menggunakan merk dagang Domestos Nomos. Pada tanggal 7 November 2003, Texchem Resources Berhad mengadakan perjanjian jual beli saham dengan Technopia Singapore Pte. Ltd, yang dalam perjanjian tersebut Texchem Resources Berhad sepakat untuk menjual sahamnya di PT Technopia Lever kepada Technopia Singapore Pte. Ltd.

Dalam Rapat Umum Luar Biasa perusahaan pada tanggal 8 Desember 2003, perusahaan menerima persetujuan dari pemegang saham minoritasnya untuk mengakuisisi saham PT Knorr Indonesia (PT KI) dari Unilever Overseas Holdings Limited (pihak terkait). Akuisisi ini berlaku pada tanggal penandatanganan perjanjian jual beli saham antara perusahaan dan Unilever Overseas Holdings Limited pada tanggal 21 Januari 2004. Pada tanggal 30 Juli 2004, perusahaan digabung dengan PT KI. Penggabungan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode yang sama dengan metode pengelompokan saham (*pooling of interest*). Perusahaan menerima penggabungan dan setelah penggabungan tersebut PT KI tidak lagi menjadi badan hukum yang terpisah. Penggabungan ini sesuai dengan persetujuan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam suratnya No. 740/III/PMA/2004 tertanggal 9 Juli 2004.

Pada tahun 2007, PT Unilever Indonesia Tbk. (Unilever) telah menandatangani perjanjian bersyarat dengan PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (Ultra) sehubungan dengan pengambilalihan industri minuman sari buah melalui pengalihan merek “Buavita” dan “Gogo” dari Ultra ke Unilever. Perjanjian telah terpenuhi dan Unilever dan Ultra telah menyelesaikan transaksi pada bulan Januari 2008.

1.1.2 Dewan Direksi PT. Unilever Indonesia Tbk.

Struktur perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk., di desain agar dapat mengambil keputusan dengan cepat. Dewan komisaris adalah sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur perseroan terbatas (PT). adapun dewan komisaris pada PT. Unilever Indonesia Tbk., adalah sebagai berikut:

1. Presiden Komisaris dijabat oleh Maurits Daniel Rudolf Lalisang
2. Komisaris Independen dijabat oleh Cyrillus Harinowo, Erry Firmansyah, Hikmahanto Juwana dan Mahendra Siregar.

Struktur korporasi perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk., secara garis besar meliputi kantor perusahaan. Didalam kantor perusahaan terdapat struktur yang dikepalai oleh Dewan Direksi, setelah itu dibawah Dewan Direksi terdapat Direksi, Direksi langsung untuk membantu menjalankan tugasnya, Direksi dibantu oleh Direktur-Diretur yang mengkepalai bidang tertentu yaitu sebagai berikut:

1. *President Direktor*

2. *Director & Chief Financial*
 - a. *Financial & accounting*
 - b. *Corporate Managemant Accounting*
 - c. *Bussines system, IT & ERP*
3. *Director Home Care & Food*
 - a. *Commercial Home Care*
 - b. *Marketing Home Care*
 - c. *Commercial Food*
 - d. *Food Solution Business Unit*
 - e. *Marketing Food*
4. *Director Personal Care*
 - a. *Commercial Personal Care*
 - b. *Marketing Personal Care*
5. *Director Refreshment & Marketing Service*
 - a. *Commercial Refreshment*
 - b. *Marketing Refreshment*
 - c. *Marketing Service*
6. *Director Supply Chain*
 - a. *Commercial Supply Chain*
 - b. *Custumer Service*
 - c. *Supply Management*
 - d. *Quality Assurance & Environmen*

- e. Supply & Demand Planing*
 - f. Engineering & Safety*
 - g. Manufacturing*
 - h. Logistic*
7. *Customer Development*
- a. Activation Implementation Management*
 - b. Sales Operation*
 - c. Customer Marketing & Trade Category Management*
 - d. Commercial Customer Development*
 - e. Customer Development Management*

1.1.3 Visi dan Misi PT. Unilever Indonesia Tbk.

PT. Unilever Indonesia Tbk. Memiliki visi Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

Sedangkan misi yang diemban PT. Unilever Indonesia Tbk mengacu pada empat pilar utama, yaitu:

- Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui barang dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
- Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.

- Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan.

1.1.4 Produk PT. Unilever Indonesia Tbk

Unilever memiliki sembilan pabrik utama di kawasan Jababeka, Cikarang, Jawa Barat dan Kawasan Industri Rungkut, Surabaya, Jawa Timur dengan kantor pusat di Jakarta. Produk-produk Unilever berjumlah sekitar 39 brand utama dan 700 SKU, dipasarkan melalui jaringan melibatkan sekitar 400 distributor dan menjangkau ratusan ribu toko yang tersebar di seluruh Indonesia.

Secara keseluruhan produksi perusahaan digolongkan ke dalam dua katagori divisi, yaitu divisi Home Care and Personal Care dan Food and Refreshment.

1. Home Care and Personal Care

Dengan berbagai pilihan produk unggulan pada seluruh tingkatan harga, jutaan konsumen Indonesia mempercayai brand-brand Home & Personal Care Unilever untuk membuat mereka berpenampilan baik, merasa nyaman, dan lebih menikmati kehidupan, dari hari ke hari. Adapun produk yang dihasilkan dari divisi ini adalah: Domestos, Molto, Rinso, Pure It, Surf, Sunlight, Vixal, Super Pel, Wipol, Ioma, Lux, Rexona, Lifeboy, Sunsilk, Clear, Close Up, Fair & Lovely, Zwitsal, Ponds, Vaseline, TRESemme, Dove, Pepsodent, AXE, Citra.

2. Food and Refreshment

Unilever memberikan pilihan produk Foods and Refreshment yang lezat dan bernutrisi untuk memuaskan konsumen setiap harinya, melalui antusiasme kami dalam berinovasi pada kekayaan warisan kuliner Indonesia, dan sejumlah produk favorit di dunia. Adapun produk yang dihasilkan dari divisi ini adalah: Sariwangi, Bango, Blue Band, Royco, Buavita, Cornetto, Lipton, Walls, Magnum, Paddle Pop, FAST, Populaire, Best Food.

1.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode korelasional.

Menurut Moh.Nasir (2003:64) :

“Suatu metode meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.”

Menurut Sugiyono (2008:86) :

“Metode korelasional yaitu penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan antara variabel yang berbeda. Disini dapat diketahui berapa besar kontribusi variabel bebas terhadap tingkatannya serta besarnya hubungan yang terjadi.”

1.2.1 Operasional Variabel

Suharsimin Arikunto (2010 : 161) menjelaskan bahwa variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Berdasarkan judul yang penulis kemukakan, yaitu “Pengaruh *Return On Asset (ROA)* dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham”, maka terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel-variabel tersebut adalah:

1) Variabel Independent

Menurut Sugiyono (2008 : 59) bahwa “*Variabel independen* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu :

a) *Return On Asset (X₁)*

Merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menggambarkan sejauh mana asset-asset yang dimiliki menghasilkan laba.

b) *Earning Per Share(X₂)*

Menunjukkan hasil atau pendapatan yang akan diterima oleh para pemegang saham untuk setiap lembar saham yang dimilikinya atas keikutsertaan dalam perusahaan selama satu periode.

2) Variable dependen

Menurut Sugiyono (2008 : 59) bahwa “*Variabel dependen* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas)”. Variabel dependen yang digunakan dalam

penelitian ini yaitu Harga saham (Y). Harga saham adalah harga selembarnya yang berlaku dalam pasar saat ini di bursa efek.

Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel operasionalisasi variabel berikut:

Table 3.1
Operasionalisasi variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala	Rasio
<i>Return On Asset (X₁)</i>	Merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan asset-asset yang dimiliki PT. Unilever Indonesia, Tbk. Dalam menghasilkan laba periode Tahun 2006 s.d 2015	$\frac{EBIT}{Jumlah\ Asset}$	Persen	Rasio
<i>Earning Per Share (X₂)</i>	Rasio yang menggambarkan laba bersih per saham biasa yang beredar selama suatu periode pada PT. Unilever Indonesia, Tbk Tahun 2006 s.d 2015	$\frac{EAT}{Jumlah\ Saham\ Beredar}$	Rupiah	Rasio
Harga Saham (Y)	Harga pasar per lembar saham PT. Unilever Indonesia, Tbk Tahun 2006 s.d 2015	Closing Price (<i>n + 1</i>)	Rupiah	Rasio

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data sekunder.

Menurut Nur Indriantoro (2002 : 149), data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pengumpul data primer atau pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.2.2.2 Prosedur Pengumpulan Data

Adapun prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Studi Dokumentasi

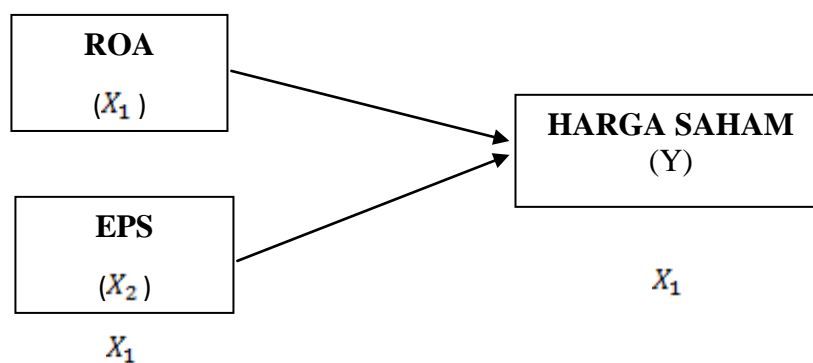
Studi dokumentasi yaitu pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara melihat, membaca dan mencatat data-data maupun informasi yang diperoleh dari PT. Unilever Indonesia Tbk. Melalui situs internet di www.unilever.co.id yang merupakan alamat website resmi dari PT. Unilever Indonesia Tbk. dan melalui akses internet dengan situs www.idx.co.id. Serta di pojok BEI (Bursa Efek Indonesia) Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, Jalan Siliwangi No. 24 Tasikmalaya.

2) Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji teori yang diperoleh dari literature, artikel, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu sehingga peneliti dapat memahami literatur yang berkaitan dengan penelitian yang bersangkutan.

1.3 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah alur sederhana yang mendeskripsikan pola hubungan variabel penelitian atau prosedur kerja penelitian untuk memecahkan masalah penelitian. Model atau paradigma yang baik menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang diteliti (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini paradigma penelitian dapat digambarkan dalam model skema sebagai berikut:



Gambar 3.1
Paradigma Penelitian

1.4 Teknik Analisis Data

1.4.1 Analisa Deskriptif Variabel

1) Return On Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan asset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba. *Return On Asset (ROA)* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Jumlah Asset}} \times 100\%$$

2) *Earning Per Share (EPS)*

Earning Per Share (EPS) adalah adalah laba bersih yang siap dibagikan kepada pemegang saham dibagi dengan jumlah lembar saham perusahaan. Rumus untuk menghitung *Earning Per Share (EPS)* sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share (EPS)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Jumlah Lembar saham yang beredar}}$$

(Eduardus Tandelilin, 2010 : 374)

3) Harga Saham

Menurut Abdul (2005: 16), Harga penutupan saham yaitu harga yang diminta oleh penjual atau pembeli pada saat akhir bursa. Harga penutupan ini tertera pada laporan keuangan perusahaan akhir tahun yang dimungkinkan akan menjadi harga pasar.

1.4.2 Analisa Regresi Berganda

1.4.2.1 Persamaan Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variasi- variasi variabel X terhadap variabel Y, Dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Sugiyono (2011: 275)

Keterangan:

\hat{Y} = Harga Saham

a = Konstanta

e = Standar error

b_1, b_2 = Koefisien regresi (Nilai pengaruh perubahan, yaitu suatu bilangan yang menunjukkan *Return on Asset* dan *Earning Per Share* terhadap harga saham)

X_1 = ROA (%)

X_2 = EPS (%)

Imam mengemukakan (2005:133) Model regresi linear berganda dapat dikatakan baik apabila memenuhi kriteria asumsi klasik. Untuk memenuhi model regresi tersebut layak atau tidaknya dipergunakan sebagai alat analisis, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variable bebas dan variable terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas. Selain itu dapat digunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), yang dijelaskan oleh Imam (2005:115), bila nilai signifikan, 0,05 berarti distribusi data tidak normal, sebaliknya bila nilai signifikan, 0,05 berarti distribusi data normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable-variabel independen. Metode untuk mendiagnosa adanya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Faktor (VIF)* yang di ukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance}} \text{tolerance} = \frac{1}{VIF}$$

Dwi (2014:99)

- Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10 maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

- Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan *VIF* >10 maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana tidak terjadi ketidaksamaan variabel dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Duwi Priyanto 2010: 83). Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah ada tidaknya masalah heteroskedastisitas. Ada beberapa model pengujian yang biasa dilakukan diantaranya yaitu Uji Spearman's Rho, Uji Gleser, Uji Park dan melihat pola grafik regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Serman's rho yaitu mengkolerasikan nilai residual (Unstandardized residual) dengan masing-masing variable independen. Jika signifikan kolerasi < 0,05 maka

pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas dan jika lebih dari $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai produksi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, yaitu Durbin Wotsen (DW test), uji lagrange Multiplier (LM) yaitu Statistic Breusch Godfrey dan uji autokorelasi statistic Q yaitu Baxpearce dan Ljung Box. Dalam penelitian ini penulis menggunakan cara yang pertama yaitu Durbin Wotsen (DW test). Menurut Dwi (2014: 106) keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- Terjadi autokorelasi positif jika DW dibawah -2 atau $DW < -2$
- Tidak terjadi autokorelasi jika DW berada diantara -2 dan +2
- Terjadi autokorelasi negative jika DW diatas +2 atau $DW > +2$

1.4.2.2 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variable independen (X) mempengaruhi variable dependen (Y) maka digunakan analisis koefisien determinasi yaitu kuadrat nilai korelasi dikalikan 100%.

Koefisien korelasi dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Untuk mencari pengaruh factor lain yang mempengaruhi variable Y maka digunakan rumus koefisien non determinasi sebagai berikut:

$$Knd = 1 - (r)^2 \times 100\%$$

keterangan:

Knd = Koefisien non determinasi

Selanjutnya dilakukan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikansi, kaidah keputusan dan penarikan kesimpulan, sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis

$H_{a_1}: \rho \neq 0$: Return on Asset berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.

$H_{o_1}: \rho = 0$: Return on Asset tidak berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.

$H_{a_2}: \rho \neq 0$: Earning Per Share berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.

$H_{o_2}: \rho = 0$: Earning Per Share tidak berpengaruh secara parsial terhadap harga saham.

$H_a: \rho \neq 0$: Return on Asset dan Earning Per Share berpengaruh secara simultan terhadap harga saham.

$H_a: \rho = 0$: Return on Asset dan Earning Per Share tidak berpengaruh secara simultan terhadap harga saham.

b. Uji Signifikasi

Untuk melakukan uji signifikasi dilakukan dengan dua pengujian yaitu:

- 1) Secara parsial menggunakan uji t
- 2) Secara simultan menggunakan uji F

Daerah kritis dapat dicari dengan melihat tabel. Nilai tabel dapat dicari pada table t yakni nilai t dari $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan df: n-2

c. Kaidah keputusan

- 1) Secara Simultan

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan diterima H_0 jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

- 2) Secara Parsial

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$, $t_{hitung} > t_{tabel}$

d. Penarikan Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian, akan dilakukan analisa secara kuantitatif dan kualitatif. Dari penelitian tersebut akan ditarik kesimpulan, apakah hipotesis yang telah ditetapkan itu diterima atau ditolak.