

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *Market To Book Value*, Profitabilitas, *Firm Size* dan Keputusan *Hedging*. Dengan ruang lingkup penelitiannya yaitu Pengaruh *Market To Book Value*, Profitabilitas dan *Firm Size* terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Tbk. periode 2007-2022.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Unilever Indonesia Tbk. didirikan pada tanggal 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 tanggal 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933 dan diumumkan dalam Tambahan No. 3 Javasche Courant pada tanggal 9 Januari 1934. Dengan akta No. 17 yang dibuat oleh notaris Ny. Kartini Mulyadi tertanggal 22 Agustus 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 Tbk. Akta ini disetujui oleh Menteri Kehakiman dengan keputusan No. C2-1049HT.01.049.TH.98 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Tambahan No. 9 Berita Negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998. Perusahaan mendaftarkan 15% dari sahamnya di Bursa Efek

Jakarta dan Bursa Efek Surabaya setelah memperoleh persetujuan Ketua Badan Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) No.S1-009/PM/E/1981.

Perusahaan bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin, minyak sayur dan makanan yang terbuat dari susu, eskrim, makanan ringan, dan minuman dari teh, dan produk-produk kosmetik. Perusahaan mulai operasi komersialnya pada tahun 1933.

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 merek dagang Bango, Perkiet dan Sakura juga merek-merek lain atas dasar lisensi perusahaan kepada PT AL.

Pada tanggal 3 Agustus 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 merek 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.

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. Perubahan ini dibuat di hadapan notaris dengan akta No. 46 yang dibuat oleh notaris Singgih Susilo, S.H. tertanggal 10 Agustus 2003 dan disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan keputusan No. C-17533 HT.01.04-TH.2003.

Pada tanggal 30 Agustus 2004, perusahaan digabung dengan PTKI. Penggabungan tersebut dilakukan dengan menggunakan metode yang sama dengan metode pengelompokan saham (*pooling of interest*). Perusahaan merupakan yang 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 Agustus 2004.

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

Unilever adalah perusahaan yang dibangun atas dasar tujuan mulia, tujuannya merupakan “jantung” dari segala yang Unilever lakukan baik sebagai karyawan, brand, maupun perusahaan. Setelah lebih dari 87 tahun Unilever tidak pernah berubah, perusahaan ini ingin menjadikan kehidupan berkelanjutan sebagai hal yang lumrah untuk dimiliki. Unilever selalu berupaya menciptakan masa depan

yang lebih baik setiap harinya melalui produk-produk dan kampanye. Perusahaan ini juga menginspirasi masyarakat untuk mengambil tindakan kecil dalam kehidupan sehari-hari agar dapat membuat perubahan bagi dunia.

3.1.2 Logo Perusahaan



Sumber: www.unilever.co.id (diakses pada 2 April 2023)

Gambar 3.1
Logo PT. Unilever Indonesia Tbk

3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

3.1.3.1 Visi Perusahaan

“Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari masyarakat Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia secara positif setiap harinya”.

3.1.3.2 Misi Perusahaan

1. Bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
2. Membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan baik bagi mereka dengan orang lain.
3. Menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bias mewujudkan perubahan besar bagi dunia.

4. Senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan.

3.1.4 Struktur Organisasi

Yang dimaksud dengan struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antar bagian dalam suatu perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi maka para karyawan dapat mengetahui dengan jelas tugas, wewenang, dan tanggung jawab mereka sehingga dapat terjalin kerjasama yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan.

Struktur organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk. Ditampilkan dengan bagan (Lampiran 2).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Market To Book Value*, Profitabilitas dan *Firm Size* terhadap Keputusan *Hedging* PT. Unilever Indonesia Tbk adalah menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif adalah metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain (Sugiyono, 75: 2018).

Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018: 80).

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian variabel tersebut dapat didefinisikan (Sugiyono, 2018 :95). Penelitian ini menggunakan dua macam variabel yang akan diteliti yaitu variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas).

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif valuta asing diprosikan dengan *forward contract* yang dinotasikan dengan Y. Instrumen derivatif merupakan kontrak perjanjian antara dua pihak untuk menjual dan membeli sejumlah aset (baik komoditas, maupun sekuritas) pada tanggal tertentu dimasa yang akan datang dengan harga yang telah disepakati pada saat ini. Pada penelitian ini dilihat dari *forward contract* pada akhir periode laporan keuangan tahunan yang dilakukan PT. Unilever Indonesia Tbk.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi variabel lainnya serta sifatnya dapat berdiri sendiri. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *Market To Book Value* (X_1), Profitabilitas (X_2) dan *Firm Size* (X_3).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Market To Book Value</i> (X ₁)	Mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan nilai buku sahamnya pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.	$MTBV = \frac{Market\ Price}{Book\ Value}$	Kali	Rasio
Profitabilitas (X ₂)	Kemampuan PT. Unilever Indonesia Tbk. Untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.	$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Asset} \times 100$	%	Rasio
<i>Firm Size</i> (X ₃)	Diukur dengan cara mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural pada PT. Unilever Indonesia Tbk.	$Ln\ Total\ Assets$	Kali	Rasio
<i>Hedging</i>	Transaksi Instrumen Derivatif Valuta Asing yang dilakukan PT. Unilever Indonesia Tbk.	$Ln\ Total\ Forward\ Contract$	Rupiah	Rasio

Dalam penelitian ini, data *forward contract* dilakukan konversi data dalam bentuk Logaritma Natural (Ln). Data penelitian diubah ke dalam bentuk logaritma natural, agar parameter dapat diinterpretasikan sebagai elastisitas. Dalam model penelitian ini logaritma yang digunakan adalah bentuk logaritma natural (Ln).

Menurut Sugiyono (2018) penggunaan logaritma natural (Ln) dalam penelitian dimaksud untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan studi dokumentasi. Data yang diperoleh didapat dari web PT. Unilever Indonesia Tbk. periode 2007-2022 (www.unilever.co.id) dan Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) yang memuat data *Market To Book Value*, Profitabilitas, *Firm Size*, dan *Forward Contract*.

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada sifatnya adalah data kuantitatif yaitu data dalam bentuk angka. Sifat datanya adalah data deret waktu (*time series*), yaitu data observasi dari kurun waktu tertentu.

Jenis data yang digunakan berdasarkan sumber data yang diteliti dalam penelitian ini berupa data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumen perusahaan (Sugiyono, 2018: 376). Data sekunder penelitian ini merupakan data atau informasi yang telah atau diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan PT.Unilever Indonesia Tbk, khususnya mengenai *Maket To Book Value*, Profitabilitas, *Firm Size* dan Keputusan *Hedging* melalui situs resmi milik Bursa Efek Indonesia dan juga situs resmi PT. Unilever Indonesia Tbk.

3.2.2.2 Polulasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 148). Populasi dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk yaitu dari tahun 1982 sampai dengan tahun 2022.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2018: 149). Sampel dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk yaitu dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2022.

3.2.2.3 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data merupakan bagian dari proses pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Untuk memperoleh data dan informasi yang substansial maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data yang dapat mendukung pelaksanaan penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku referensi, literature, jurnal, dan lain sebagainya yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dan juga mempelajari beberapa penelitian terdahulu yang sudah dipublikasikan melalui media internet.

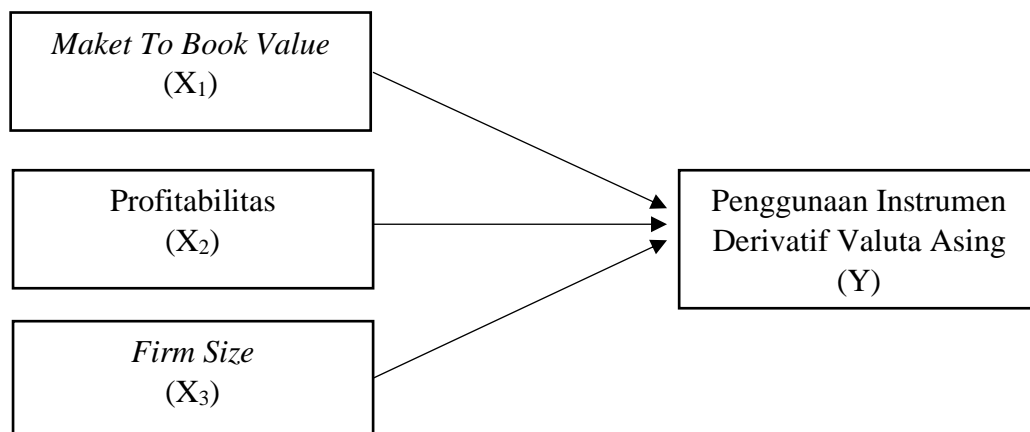
2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara melihat, membaca dan mencatat data-data maupun informasi yang diperoleh dari website atau situs resmi PT. Unilever Indonesia, Tbk. dan sebagian dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, IDX peneliti dapat memahami literature yang berkaitan dengan penelitian yang bersangkutan.

3.3 Model Penelitian

Model penelitian atau model diagram dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel X_1 (*Market To Book Value*), X_2 (Profitabilitas), X_3 (*Firm Size*) terhadap variabel Y (Instrumen Derivatif Valuta Asing) baik secara simultan maupun secara parsial.

Jika dituangkan dalam bentuk bagan sebagai berikut.



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan membandingkan laporan keuangan sepuluh tahun terakhir dengan selisih yang akan timbul ini akan diketahui perbandingan yang terjadi. Adapun langkah-langkah perhitungan sebagai berikut.

1. $Market\ To\ Book\ Value = \frac{Market\ Price}{Book\ Value} \times 100$
2. Profitabilitas, $ROA = \frac{Earning\ After\ Taxes}{Total\ Assets} \times 100$
3. Firm Size = Ln *Total Assets*

(Brigham & Houston, 2019)

3.4.2 Uji Model/Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas data penelitian menggunakan uji *KolmogorovSmirnov*. Tingkat signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (p) yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat atau mengetahui gejala deteksi korelasi atau hubungan antara variabel bebas dan model regresi tersebut (Ghozali, 2018). Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel bebas harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala ini dapat dilihat dari besarnya Tolerance dan VIF:

- a. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dan model regresi tersebut.
- b. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada atau terjadi multikolinearitas antar variabel dan model regresi tersebut.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi mengenai terjadi tidaknya kesamaan varians berdasarkan residual dalam satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018: 137). Dasar analisis untuk menentukan ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, maka pada pengindikasian telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2018: 111). Terjadinya korelasi karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya, umumnya terjadi dalam data *time series*. Model regresi yang baik tidak mengalami autokorelasi, sehingga uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin Watson* yang mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen yang berhubungan dengan

hipotesis yang akan diuji. Pengambilan keputusan autokorelasi dalam uji *Durbin Watson* berdasarkan penetapan dua hipotesis, yaitu H_0 (tidak ada autokorelasi dengan nilai $r=0$) dan H_a (terdapat autokorelasi dengan nilai $r \neq 0$) dengan ketentuann nilai statistik dari uji *Durbin-Watson* berkisar di antara 0 dan 4. Nilai statistik dari uji *Durbin-Watson* yang lebih kecil dari 1 atau lebih besar dari 3 diindikasi terjadi autokorelasi.

5. Uji Linearitas

Uji Linearitas menguji spesifikasi model yang memuat informasi yang dapat diperoleh sebagai fungsi model empiris dalam bentuk linear, kuadrat ataupun kubik, selain itu mengetahui keadaan model yang baik/buruk (Ghozali, 2018: 167). Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai linear atau tidak. Jika ada hubungan antara dua variable yang belum diketahui apakah linear atau tidak, maka linearitas tidak dapat digunakan untuk memberikan *adjustment* bahwa hubungan tersebut bersifat linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas dapat menggunakan uji *Durbin-Watson*, *Ramsey Test* atau uji *Lagrange Multipler*.

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menganalisis data digunakan uji statistik dengan pemodelan Regresi Linear Berganda. Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel indenpenden *Market To Book Value*, Profitabilitas, dan *Firm Size* terhadap variabel dependen Keputusan *Hedging*.

Dengan kata lain melibatkan tiga variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) dan satu variabel terikat (Y). Model Regresi Linear Berganda dinyatakan dalam persamaan (Sugiyono, 2018: 307).

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

Keterangan:

Y	= Keputusan <i>Hedging</i>
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien arah regresi
X_1	= <i>Market To Book Value</i>
X_2	= Profitabilitas
X_3	= <i>Firm Size</i>
e	= Standar error

3.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *adjusted R²* karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari dua variabel. Selain itu, nilai *adjusted R²* dianggap paling baik dari nilai R^2 , karena *adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model regresi (Ghozali, 2018).

3.4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional, penetapan tingkat signifikan dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional

Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$ Secara simultan *Market To Book Value*, Profitabilitas, dan *Firm Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_a : \rho \neq 0$ Secara simultan *Market To Book Value*, Profitabilitas, dan *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

Secara Parsial

$H_{01} : \rho = 0$ Secara parsial *Market To Book Value* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_{a1} : \rho \neq 0$ Secara parsial *Market To Book Value* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_{02} : \rho = 0$ Secara parsial Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_{a2} : \rho \neq 0$ Secara parsial Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_{03} : \rho = 0$ Secara parsial *Firm Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

$H_{a3} : \rho \neq 0$ Secara parsial *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Hedging* pada PT. Unilever Indonesia Tbk.

2. Penetapan Tingkat Signifikan

Taraf signifikan (α) ditetapkan sebesar 5%. Ini berarti kemungkinan kebenaran hasil penarikan simpulan mempunyai probabilitas 95% korelasi, taraf nyata atau taraf kesalahan atau taraf signifikan sebesar 5%. Taraf signifikan ini adalah tingkat yang umum digunakan dalam hubungan antara variabel–variabel yang diteliti.

3. Uji Signifikan

a. Uji Model F (Pengujian Secara Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen, sehingga apabila terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya maka model regresi dinyatakan *fit* atau layak sebagai model penelitian. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Statistik t (Pengujian Secara Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut.

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

4. Kriteria Keputusan

Secara Parsial

- a. Tolak H_0 : Jika Signifikan $t < (\alpha = 0,05)$
- b. Terima H_a : Jika Signifikan $t \geq (\alpha = 0,05)$

Secara Simultan

- a. Tolak H_0 : Jika Signifikan $F < (\alpha = 0,05)$
- b. Terima H_a : Jika Signifikan $F \geq (\alpha = 0,05)$

5. Penarikan Kesimpulan

Dari data tersebut akan ditarik simpulan, apakah hipotesis yang telah ditetapkan tersebut ditolak atau diterima, untuk perhitungan alat analisis dalam pembahasan akan menggunakan SPSS versi 26 agar yang diperoleh lebih akurat.