

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *Net Cash Flow*, Tingkat Ekspansi dan Total Deviden PT Unilever Indonesia Tbk.

3.1.1 Sejarah Singkat PT Unilever Indonesia Tbk.

Unilever adalah perusahaan multinasional yang berkantor pusat di Rotterdam, Belanda (dengan nama Unilever N.V.) dan London, Inggris (dengan nama Unilever plc). Unilever memproduksi makanan, minuman, pembersih, dan juga perawatan tubuh. Unilever adalah produsen barang rumah tangga terbesar ketiga di dunia. Unilever juga merupakan produsen olesan makanan (seperti margarin) terbesar di dunia.

Unilever adalah salah satu perusahaan paling tua di dunia yang masih beroperasi, dan saat ini menjual produknya ke lebih dari 190 negara. Unilever memiliki lebih dari 400 merek dagang, dengan 14 merek diantaranya memiliki total penjualan lebih dari £1 miliar, yakni : Axe, Dove, Omo, Becel, Heartbrand, Hellmann's, Knorr, Lipton, Lux, Magnum, Rama, Rexona, Sunsilk dan Surf. Unilever NV dan Unilever plc, beroperasi dibawah satu nama dan dipimpin oleh dewan direksi yang sama. Unilever dibagi menjadi empat divisi utama, yakni makanan, minuman dan es krim, perawatan rumah tangga, dan perawatan tubuh.

Unilever memiliki pusat riset dan pengembangan Di Inggris, Belanda, Tiongkok, India, dan Amerika Serikat. Unilever didirikan pada tahun 1930 sebagai hasil penggabungan dari produsen margarin asal Belanda, margarine unie dan produsen sabun asal Inggris, Lever Brothers. Selama paruh kedua dari abad ke-20, Unilever secara signifikan berdiversifikasi ke berbagai bidang bisnis dan juga berekspansi ke berbagai negara. Unilever juga membuat beberapa upaya akuisisi, termasuk Lipton (1971), Brooke Bond (1984), Chesebrough-Ponds (1987), *Best Foods* dan Ben & Jerry's (2000), serta Alberto Culver (2010). Pada dekade 2010an, dibawah kepemimpinan Paul Polman, Unilever secara perlahan menggeser fokus bisnisnya ke bisnis kesehatan dan kecantikan, dari yang sebelumnya ke bisnis makanan, yang menunjukkan tren perlambatan pertumbuhan.

PT Unilever Indonesia Tbk (perusahaan) 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 tanggal 16 Desember 1933, terdaftar di Raad van Justitie di Batavia dengan No. 302 pada tanggal 22 Desember 1933 dan diumumkan dalam *javasche courant* pada tanggal 9 Januari 1934 Tambahan 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 di berita negara No. 2620 tanggal 15 Mei 1998 tambahan No. 39. Perusahaan mendaftarkan 15% dari 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 16 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 dihadapan 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.2003.4 https://www.unilever.co.id/10_09_2016. Perusahaan bergerak dalam bidang produksi sabun, deterjen, margarin dan makanan yang terbuat dari susu, es krim, makanan dan minuman dari teh dan produkproduk 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. Perusahaan memulai operasi komersialnya pada tahun 1933.

3.1.2 Logo PT Unilever Indonesia Tbk.



Gambar 3.1

Sumber: *unilever.co.id*

3.1.3 Visi, Misi dan Nilai-nilai Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk.

a. VISI

Untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.

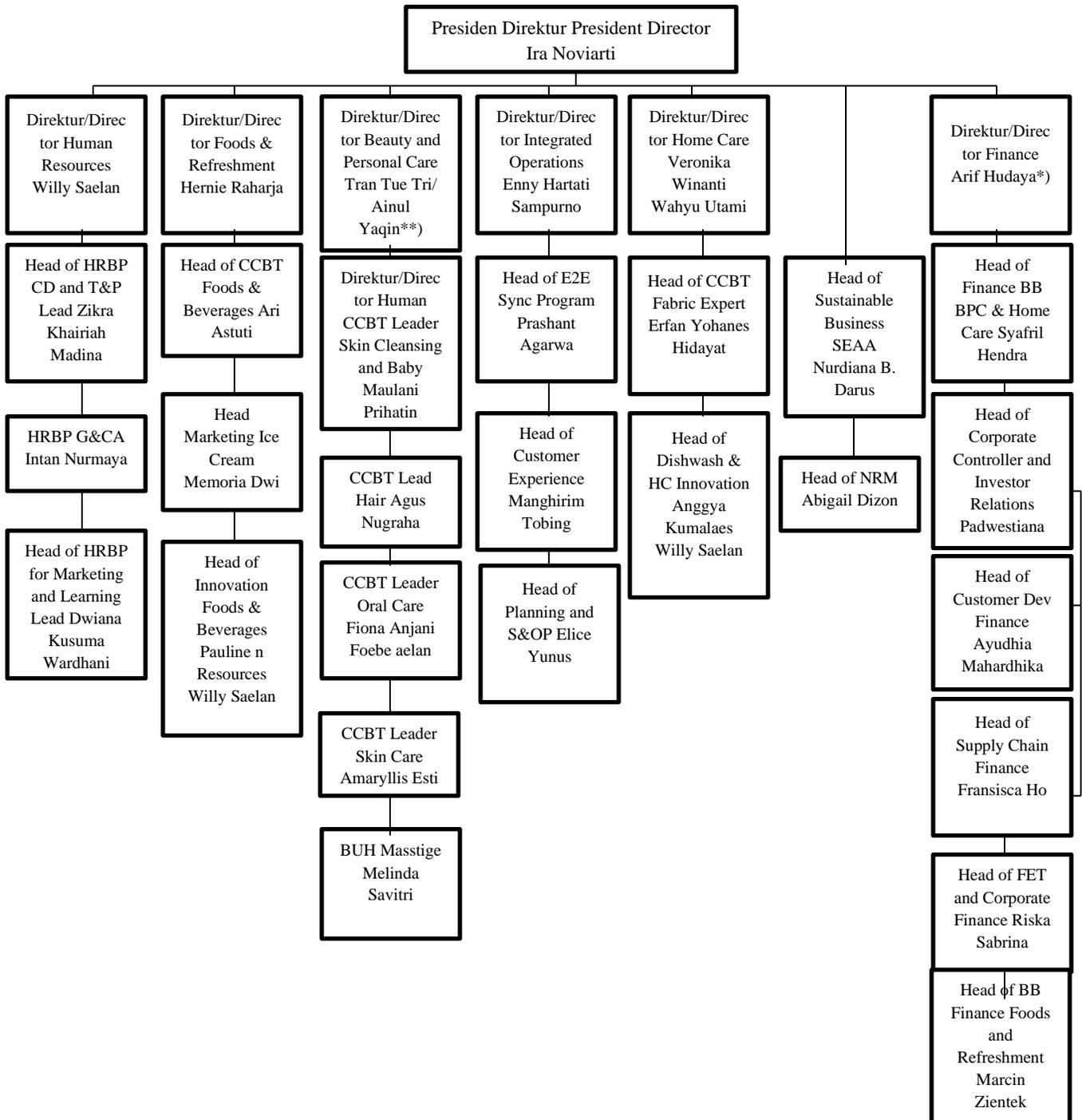
b. MISI

1. Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
2. Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.
3. Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.
4. Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan.

3.1.4 Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk.

Berikut disajikan Struktur Organisasi dari PT. Unilever Indonesia Tbk

Tabel 3.1
Struktur Organisasi PT Unilever Indonesia Tbk



Nama	Posisi
KOMISARIS	
Hemant Bakshi	Presiden Komisaris
Alexander Steven Rusli	Komisaris Independen
Alissa Wahid	Komisaris Independen
Debora Herawati Sadrach	Komisaris Independen
Fauzi Ichsan	Komisaris Independen
Ignasius Jonan	Komisaris Independen

DIREKSI	
Nama	Posisi
Ira Noviarti	Presiden Direktur
Willy Saelan	Direktur
Hernie Raharja	Direktur
Tran Tue Tri/ Ainul Yaqin**)	Direktur
Enny Hartati	Direktur
Sampurno	
Veronika Winanti	Direktur
Wahyu Utami	
Arif Hudaya	Direktur

Sumber: Bursa Efek Indonesia, IDX, *Annual Report* PT Unilever Indonesia Tbk.

3.1.5 Anak perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk.

1. PT Anugrah Lever - didirikan pada tahun 2000 dan bergerak di bidang pembuatan, pengembangan, pemasaran dan penjualan kecap, saus cabe dan saus-saus lain dengan merk dagang Bango, Parkiet dan Sakura dan merek-merek lain.
2. PT Technopia Lever - didirikan pada tahun 2002 dari hasil patungan dengan Technopia Singapore Pte. Ltd. Technopia bergerak di bidang distribusi, ekspor dan impor barang-barang dengan menggunakan merk dagang Domestos Nomos.
3. PT Knorr Indonesia - diakuisisi pada 21 Januari 2004.
4. PT Sara Lee Body Care Indonesia Tbk.

3.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif dengan menggunakan metode survei. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik untuk satu variabel atau lebih sifatnya independen untuk mendapatkan gambaran tentang variabel-variabel tersebut (Sujarweni, 2019:87). Dalam penelitian ini penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana *Nest Cash Flow* dan Tingkat Ekspansi terhadap total deviden PT Unilever Indonesia Tbk. Sedangkan penelitian verifikatif merupakan penelitian untuk menguji hipotesis sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima (Syofian, 2015:9). Dalam penelitian ini,

penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *Nest Cash Flow* dan Tingkat Ekspansi terhadap total deviden PT Unilever Indonesia Tbk. Metode survei merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dengan memberi batasan yang jelas pada suatu objek tertentu (Syofian, 2015: 10).

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan suatu tindakan dalam membuat batasan-batasan yang akan digunakan dalam analisis. Adapun yang akan dianalisis adalah hubungan antara variabel bebas (variabel independen) dengan variabel terikat (variabel dependen).

1. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif (Sekaran & Bougie, 2017). Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah *Net Cash Flow* dan Tingkat Ekspansi
2. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel terikat merupakan akibat dari variabel bebas karena ada suatu tindakan (Sekaran & Bougie, 2017). Adapun variabel terikat pada penelitian ini adalah Total Deviden.

Berikut ini adalah operasionalisasi variabel-variabel yang digunakan, sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Satuan
(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Net Cash Flow</i> (X ₁)	Rasio untuk menilai kesehatan perusahaan dengan memperhatikan alur kas yang perusahaan miliki pada PT Unilever Indonesia Tbk.	<i>Arus Kas Operasi + Arus Kas Investasi + Arus Kas Pendanaan</i>	Rupiah
Tingkat Ekspansi (X ₂)	Selisih peningkatan/penurunan asset tiap tahunnya PT Unilever Indonesia Tbk.	$Ta_t - Ta_{(t-1)}$	Rupiah
Total Dividen (Y)	Total keuntungan yang di bagikan perusahaan terhadap para investor.	<i>Total deviden setelah RUPS</i>	Rupiah

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi dan menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan data dan informasi sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

Studi lapangan yaitu penelitian untuk mendapatkan data sekunder dan objek yang akan diteliti dengan menggunakan pengumpulan data perusahaan melalui Galeri

Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2.2.1 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka misalnya: Total Deviden, profitabilitas, aktiva, dan hutang (Sujarweni, 2019). Sifat datanya adalah data deret waktu (*time series*) yaitu data hasil observasi rentang waktu tertentu.

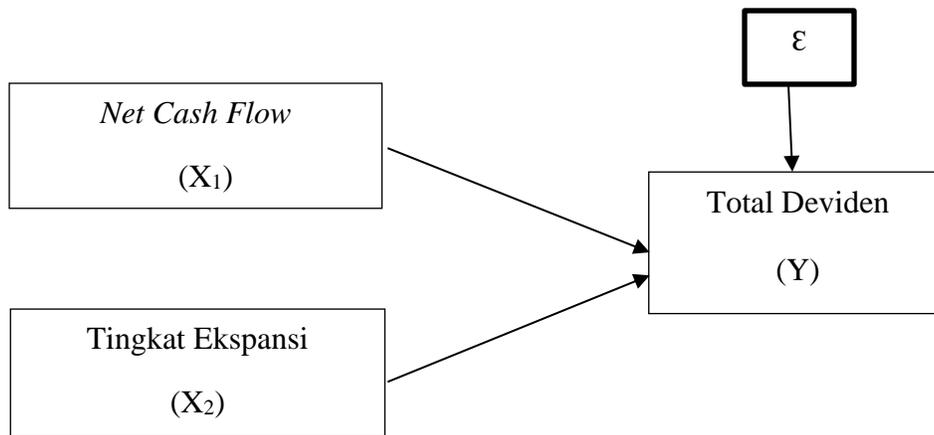
Jenis data yang digunakan berdasarkan sumber data yang diteliti dalam penelitian ini berupa data sekunder. Data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-bukusebagai teori, majalah, dan lain sebagainya (Sujarweni, 2019). Data ini berupa laporan keuangan perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. khususnya mengenai *Net Cash Flow*, *tingkat ekspansi* dan total deviden yang diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi maupun dari internet.

3.2.2.2 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan studi dokumentasi yang berdasarkan pada laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk yang dipublikasikan oleh BEI melalui (www.idx.co.id) dan disediakan oleh Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Data yang diperlukan yaitu mengenai *Net Cash Flow*, *Tingkat Ekspansi* dan *Total Deviden*.

3.2.3 Model Penelitian

Penulis mengambil judul penelitian mengenai “Pengaruh *Net Cash Flow* dan Tingkat Ekspansi Terhadap Total Deviden”. Maka penulis menyajikan model penelitian beserta indikator-indikator setiap variabel penelitian, baik variabel bebas yaitu *Net Cash Flow* (X_1) dan Tingkat Ekspansi (X_2) maupun variabel terikat yaitu Total Deviden (Y) adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan diteliti apakah masing-masing variabel bebas (*Net Cash Flow* dan Tingkat Ekspansi) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat (Total Deviden), baik secara simultan maupun parsial. Pada penelitian ini penulis menggunakan *SPSS 25* untuk pengolahan data. Berikut adalah analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini:

3.3.1 Analisis Rasio Keuangan

1. Net Cash Flow

Net Cash Flow merupakan arus kas bersih yang dapat Anda gunakan untuk melihat kesehatan finansial perusahaan. Berikut adalah rumus dari *Net Cash Flow*:

$$\text{Net Cash Flo} = \text{Arus Kas Operasi} + \text{Arus Kas Inves} + \text{Arus Kas Pendanaan}$$

2. Tingkat Ekspansi

Tingkat Ekspansi Merupakan salah satu variable yang menghitung tingkat ekspansi perusahaan. Tingkat Ekspansi perusahaan dapat di simpulkan di dalam total asset perusahaan diamana jika total asset lebih tinggi dari tahun sebelumnya berarti perusahaan memiliki perkembangan asset dan melakukan ekspansi.

$$\text{Tingkat Ekspansi} = Ta_t - Ta_{t-1}$$

Lukman Syamsuddin (2004:62)

3. Total Deviden

Dividen yang dibagikan kepada pemegang saham merupakan keuntungan yang diperoleh perus ahaan. Sedangkan untuk pembagian dividen sendiri

dilaksanakan berdasarkan kebijakan dividen masing masing perusahaan Gumanti (2013).

3.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen baik secara simultan maupun parsial (Sugiyono, 2018: 57). Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

3.3.2.1 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik kolmogorov-smirnov (Sujarweni, 2019:179). Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan uji *kolmogorov-Sminov*, dimana jika angka signifikan yang ditunjukkan tabel lebih kecil dari alpha 5% atau $\alpha < 0,05$ maka dikatakan data tidak memenuhi asumsi normalitas. Begitupun sebaliknya, jika angka signifikansi di dalam tabel lebih besar dari alpha 5% atau $\alpha > 0,05$ maka data sudah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat (Sujarweni, 2019:179). Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Gejala ini dapat di deteksi dengan nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).

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

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya (Sujarweni, 2019:180). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastis. Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Tetapi tidak berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas.

Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dianalisis melalui uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut

residualnya, yang mana apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menguji dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya (Sujarweni, 2019:188) Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data *crosssection* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena “gangguan” pada observasi yang berbeda berasal dari individu kelompok yang berbeda. Dengan menggunakan program SPSS, uji autokorelasi dapat digunakan dengan Run Test. Run Test sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Run Test digunakan untuk melihat apakah residual terjadi secara random atau tidak. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*:

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka dapat diartikan bahwa data yang diperlukan cukup random sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi pada data yang diuji.
- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05 maka dapat diartikan bahwa data yang diperlukan tidak random sehingga terdapat masalah autokorelasi pada data yang diuji.

3.3.2.2 Persamaan Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_n) dengan variabel dependen (Y) (Syofian, 2015: 405). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Model persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Total Deviden

a = nilai kostanta, harga jika $X = 0$

b_i = koefisien regresi

X_1 = *Net Cash Flow*

X_2 = *Tingkat Ekspansi*

e = standar eror

3.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Koefisien determinasi adalah untuk menilai seberapa besar pengaruh X dan Y maka di gunakan koefisien determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%) (Sugiyono 2013:207) Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan mengenai *variable-variable* independen dalam menjelaskan variasi beberapa variable independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variable dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data salaing (*cross section*) Relatif rendah karena adanya yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang lebih tinggi.

$$KD : (R)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

100% = Pengali yang menyatakan dalam persentase

Dengan kriteria:

$R^2 = 1$, berarti terdapat kecocokan sempurna dan seluruh variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya.

$R^2 = 0$, berarti tidak ada variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya dan tidak ada hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebasnya.

3.3.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis berfungsi untuk menginformasi apakah dugaan sementara dapat diterima atau ditolak. Langkah-langkah pengujian hipotesis secara rinci dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

a. Penetapan Hipotesis Operasional

1. Kesesuaian Model

$H_0 : \rho_1 = \rho_2 = 0$ *Net Cash Flow* dan Tingkat Ekspansi secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap Total Deviden pada PT Unilever Indonesia Tbk.

$H_a : \rho_1 = \rho_2 \neq 0$ *Net Cash Flow* dan Tingkat Ekspansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Total Deviden pada PT Unilever Indonesia Tbk.

2. Hipotesis Parsial

$H_{01} : \rho_1 = 0$ secara parsial *Net Cash Flow* berpengaruh tidak signifikan terhadap Total Deviden pada PT Unilever Indonesia Tbk.

$H_{a1} : \rho_1 \neq 0$ secara parsial *Net Cash Flow* berpengaruh signifikan terhadap Total Deviden pada PT Unilever Indonesia Tbk.

$H_{02} : \rho_2 < 0$ secara parsial *Tingkat Ekspansi* berpengaruh tidak signifikan terhadap Total Deviden pada PT Unilever Indonesia Tbk.

$H_{a2} : \rho_2 > 0$ secara parsial *Tingkat Ekspansi* berpengaruh signifikan terhadap Total Deviden pada PT Unilever Indonesia Tbk.

b. Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikan (α) ditetapkan sebesar 5% atau 0,05 nilai ini merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan antar variabel memiliki hubungan yang cukup nyata.

c. Uji Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

1. Uji Signifikansi

a. Secara simultan menggunakan uji F

b. Secara parsial menggunakan uji t

2. Kaidah keputusan

Secara parsial

Jika nilai sign $t > \text{sign } \alpha 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika nilai sign $t < \text{sign } \alpha 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Terima H_0 : jika nilai t hitung $\geq (\alpha = 0.05)$

Secara simultan

Jika nilai $\text{sign } f > \text{sign } \alpha 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika nilai $\text{sign } f < \text{sign } \alpha 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

3. Penarikan Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian seperti tahapan diatas maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif. Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.