

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek didalam penelitian ini adalah laporan rasio keuangan dari PT. Unilever Indonesia, Tbk. Dengan rasio keuangan yaitu *Net Profit Margin*, *Return On Asset*, dan *Devidend Payout Ratio*. Sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah PT. Unilever Indonesia, Tbk. Berikut merupakan gambaran perusahaan yang akan diteliti.

3.1.1 Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 3.1

Logo Perusahaan

3.1.1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. Unilever Indonesia Tbk.

Tanggal Pendirian : 5 Desember 1933

Kepemilikan : Penanaman Modal Asing

Kantor Pusat : Graha Unilever Green Office Park Kav. 3 Jl. BSD
Boulevard Barat BSD City Tangerang 15345

Domisili : Tangerang

3.1.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Selama 85 tahun, Unilever Indonesia telah menjadi yang terdepan di industri barang-barang konsumsi di Indonesia. Bisnis kami didirikan dengan berlandaskan pada sebuah tujuan utama, yakni untuk memasyarakatkan cara hidup yang berkelanjutan.

Perseroan pertama kali didirikan dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V. pada tanggal 5 Desember 1933. Di tahun 1980, nama Perseroan diubah menjadi "PT Unilever Indonesia", yang tercatat dalam akta No. 171 dari notaris Ny. Kartini Muljadi, S.H. tertanggal 22 Juli 1980. Perseroan mengalami perubahan nama lebih lanjut menjadi "PT Unilever Indonesia Tbk" pada 30 Juni 1997 yang tercatat oleh akta No. 92 dari notaris publik Tn. Mudofir Hadi, SH. Akta tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman melalui Surat Keputusan No.C2-1.049HT.01.04-Th.1998 tertanggal 23 Februari 1998 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 39 tertanggal 15 Mei 1998, Suplemen No. 2620.

Setelah menjadi perusahaan publik di tahun 1981, Unilever Indonesia menawarkan sahamnya pada masyarakat melalui Bursa Efek di Jakarta dan Surabaya pada tanggal 11 Januari 1982, dan sejak saat itu pula tercatat di Bursa

Efek Indonesia. Pada akhir tahun 2018, saham Perseroan menempati peringkat ke-5 kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia.

- Jejak Langkah Perusahaan

1933 Unilever didirikan dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V di Angke, Jakarta

1936 Memperkenalkan salah satu produk Unilever, yaitu sabun Lux, kepada masyarakat Indonesia.

1982 Unilever Indonesia menjadi perseroan terbuka dan melepas saham ke publik dengan mendaftarkan 15% saham di Bursa Efek Indonesia.

1990 - Membuka pabrik Personal Care di Rungkut, Surabaya.

- Memasuki Bbisnis the dengan mengakuisisi Sari Wangi.

1992 Membuka pabrik es krim Wall's di Cikarang serta meluncurkan Conello dan Paddle Pop.

2001 Memulai bisnis dan kecap dengan mengakuisisi Bango.

2008 - Membangun pabrik Perawatan Kulit (Skin Care) terbesar se-Asia di Cikarang.

- Memasuki bisnis minuman sari buah dengan mengakuisisi Buavita dan Gogo.

- 2012 Berhasil melipatgandakan bisnis hanya dalam kurun waktu lima tahun, dengan mencatat hasil €2 miliar.
- 2013 Memperingati 80 tahun perjalanan Unilever di Indonesia dengan meluncurkan “Project Sunlight” untuk menginspirasi masyarakat agar bergabung menciptakan masa depan yang lebih cerah untuk anak-anak dan generasi mendatang.
- 2014 Meluncurkan program “Bitobe untuk Indone” sebagai wujud komitmen jangka panjang Lifebuoy untuk menciptakan masyarakat yang lebih sehat.
- 2015 Membuka pabrik ke-9 dari Unilever Indonesia seluas 6 hektar di Cikarang, yang memiliki kapasitas produksi sebanyak 7 juta unit bumbu masak dan kecap setiap tahunnya.
- 2016 Memindahkan kantor pusat ke gedung baru di BSD City Tangerang. Kantor baru ini di tempatin oleh 1.200 karyawan dan diresmikan pada tahun 2017.
- 2017 Merayakan 35 tahun tercatatnya sahan UNVR du Bursa Efek Indonesia. Sejak menjadi perusahaan public, saham Perserosn telah meningkat lebih dari 1.570 kali dan asset Perseroan telah bertumbuh dari 110 kali lipat
- 2018 - Memasuki kategori baru yaitu kategori saus sambal dengan

mempersiapkan saus sambal Jawa dan meluncurkan *brand* perawatan tubuh baru, korea glow.

- Melakukan aksi korporasi dengan menjual aset kategori *Spreads* pada tanggal 2 Juli 2018.

- Makna Logo

Logo dari PT. Unilever Indonesia, Tbk. sendiri memiliki arti yaitu dimana Unilever memiliki tujuan mulia yakni memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan (kehidupan yang ramah lingkungan dan memberikan manfaat social kepada masyarakat). Masing-masing ikon pada logo mewakili suatu aspek dari setiap upaya tujuan Unilever.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

3.1.2.1 Visi

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

3.1.2.2 Misi

- Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari.
- Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand 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 untuk terus bertumbuh seraya mengurangi dampak terhadap lingkungan.

3.1.3 Jenis Produk yang Dihasilkan

Berikut adalah produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Unilever Indonesia, Tbk. :

Tabel 3.1

Produk PT. Unilever Indonesia, Tbk.

Segmen Produk	Merk Dagang
Perawatan Pribadi	Vaseline, Dove, Sunsilk, Clear, Tresemmé, Pureline Hijab Fresh, Rexona, Lifebouy, Closeup, Pepsodent, Lux, Pond's, Citra, Fair & Lovely, Axe, Zwitsal, Lakmé, Korea Glow
Perawatan Rumah	Rinso, Sunlight, Molto, Super Pell, Wipol, Vixal, Cif, Domestos, Surf
Pemurni Air	Pure It
Makanan dan Minuman	Lipton, Royco, Wall's, Bango, Cornetto, Feast, Jawara, Magnum, Buavita, Paddle Pop,

Populaire, Sari Wangi

3.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari PT. Unilever Indonesia Tbk. adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia, Tbk.

Dewan Komisaris :

Presiden Komisaris :	Maurits Daniel Rudolf Lalisang
Komisaris Independen :	Mahendra Siregar
	Erry Firmansyah
	Hikmahanto Juwana
	Cyrellus Harinowo
	Alexander Rusli

Dewan Direksi :

Presiden Direktur :	Hemant Bakshi
Direktur Chief Financial Officer :	Tevilyan Yudhistira Rusli
	Vikram Kumaraswamy
Direktur Supply Chain :	Amparo Cheung Aswin
Direktur Customer Development :	Enny Hartati Sampurno

Direktur Human Resources :	Willy Saelan
Direktur Home Care Marketing Services :	Vikas Gupta
Direktur Foods :	Hernie Raharja
Direktur Refreshment :	Jochanan Senf
Direktur Personal Care :	Ira Noviarti
Direktur & Sekretaris Perusahaan :	Sancoyo Antarikso

Komite Audit :

Ketua :	Erry Firmansyah
Anggota :	Dwi Martani
	Haryanto Sahari

Komite Nominasi dan Remunerasi :

Ketua :	Mahendra Siregar
Anggota :	Maurits Daniel Rudolf Lalisang
	Aditya Arisusetio

Audit Internal :	Fransisca Ho
	Yohannes Nugraha

3.2 Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode deskriptif analisis dan metode verifikatif. Metode deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang menuturkan atau menggambarkan situasi yang terjadi pada masa sekarang,

kemudian menganalisis serta menginterpretasikan data-data yang diperoleh dengan analisa tertentu.

Menurut Sugiyono (2010: 147), bahwa metode deskriptif analisis adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan metode verifikatif menurut Mohammad Nazir (2011: 91) adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistik sehingga dapat dihasilkan pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.

Adapun yang dideskripsikan adalah *Net Profit Margin*, *Return On Assets*, dan *Devidend Payout Ratio* dan verifikatifnya bertujuan untuk mengetahui sebab akibat dengan menguji hipotesis antara *Net Profit Margin dan Return On Assets* sebagai variabel independen terhadap *Devidend Payout Ratio* sebagai variabel dependen pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

3.2.1 Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 59).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Tiga variabel yaitu *Net Profit Margin*, *Return On Asset* dan *Dividend Payout Ratio*". Ke tiga variabel tersebut terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, maka yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

- Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel Independen adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (Sugiyono, 2010: 59).

Dalam kaitanya dengan masalah yang diteliti, maka yang menjadi variabel independen adalah:

1. *Net profit Margin* (X_1) merupakan Rasio yang menunjukkan gambaran mengenai laba untuk para pemegang saham sebagai prosentase dari penjualan, dengan kata lain *Net Profit Margin* merupakan perbandingan antara keuntungan atau laba bersih perusahaan setelah pajak dengan penjualan yang terdapat pada laporan keuangan pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. periode 2006-2018.
2. *Return On Asset* (X_2) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dilihat dari perbandingan antara laba bersih perusahaan setelah pajak dengan total aset pada perusahaan yang terdapat pada laporan keuangan pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. periode 2006-2018.

- Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010: 59)

Devidend Payout Ratio merupakan rasio yang mengukur persentase pendapatan yang didistribusikan kepada pemegang saham dalam bentuk tunai. Rasio ini dihitung untuk para pemegang saham dihitung dengan perbandingan antara deviden per lembar saham dengan laba per lembar saham.

Dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti, maka yang menjadi variabel dependen adalah *Dividend Payout Ratio* (Y). Untuk lebih jelasnya, tabel operasionalisasi variabel penelitian dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Satuan	Skala
<i>Net Profit Margin</i>	Rasio yang mengukur besarnya presentasi laba bersih atas penjualan bersih pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2006-2018.	<i>Net Profit Margin</i> : Dengan membagi Laba Setelah Pajak (<i>EAT</i>) Dengan Penjualan Bersih (<i>Net Sales</i>)	%	Rasio
<i>Return On Asset</i>	Rasio yang mengukur kemampuan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2006-2018.	<i>Return On Asset</i> : Dengan membagi Laba Setelah Pajak (<i>EAT</i>) dengan Total Aset	%	Rasio
<i>Dividend Payout Ratio</i>	Rasio perbandingan antara dividen yang dibayarkan dengan laba per lembar saham pada PT. Unilever	<i>Dividend Payout Ratio</i> : Dengan membagi <i>Dividen per share</i> dengan	%	Rasio

Indonesia, Tbk periode *Earning per share*
2006-2018.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data Sekunder yaitu data yang diambil dari buku-buku literatur, sumber data dan informasi lainnya yang ada hubungannya, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan masalah yang diteliti.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam angka-angka, menunjukkan nilai terhadap besaran variable yang diwakilinya.

3.2.2.2 Prosedur Pengumpulan Data

Adapun prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Studi dokumentasi

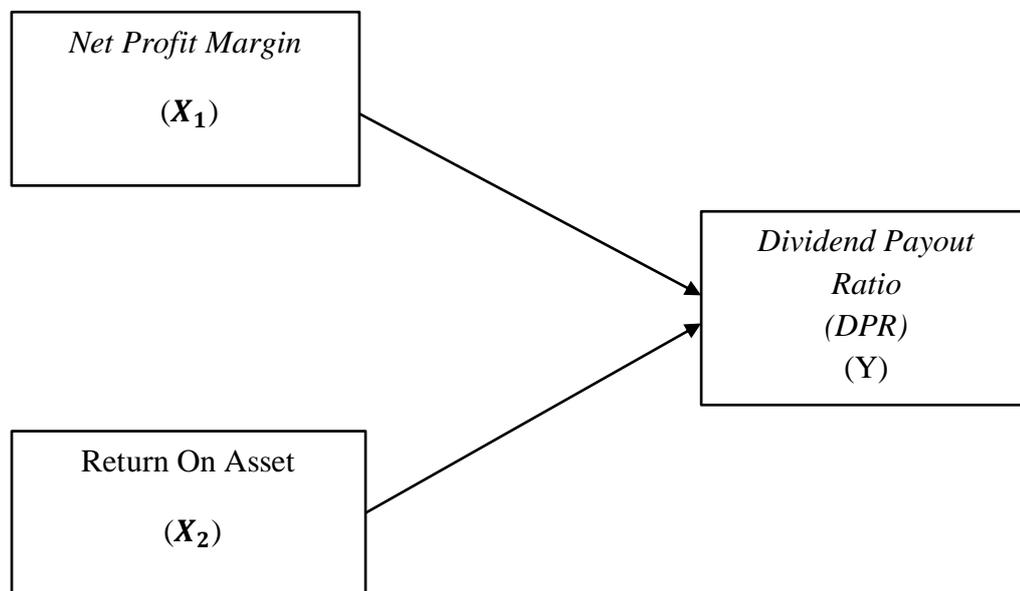
Studi dokumentasi yaitu pengumpulan data-data yang dilakukan dengan cara melihat, membaca dan mencatat data-data maupun informasi yang diperoleh dari Galeri Bursa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

2. Studi Kepustakaan

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

3.3 Model Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016: 101), model penelitian merupakan pola pikir yang menghubungkan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian.. Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh *Net Profit Margin* dan *Return On Asset* terhadap *Dividend Payout Ratio* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. Periode 2006-2018.” maka model penelitiannya adalah :



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Net Profit Margin* dan *Return On Asset* terhadap *Dividend Payout*

Ratio pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. Periode 2006-2018.” Maka analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

3.4.1 Analisis rasio keuangan

a. *Net Profit Margin*

Untuk menghitung *Net Profit Margin* rumus yang digunakan yaitu :

$$NPM = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Net Sales}}$$

b. *Return On Asset*

Untuk menghitung *Return On Asset* rumus yang digunakan yaitu :

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

c. *Dividend Payout Ratio*

Untuk menghitung *Dividend Payout Ratio* digunakan rumus yaitu :

$$DPR = \frac{\text{Dividen per share}}{\text{Earning per share}}$$

3.4.2 Analisis Statistik

Dalam Pengolahan Data Penelitian ini digunakan software *SPSS* 16.0 dengan analisis statistik sebagai berikut :

3.4.2.1 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen 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 arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Selain itu dapat digunakan uji asumsi *kolmogorov- Smirnov* (K-S). Bila nilai signifikan ($\alpha < 0,05$) berarti distribusi data tidak normal, sebaliknya bila nilai signifikan ($\alpha > 0,05$) berarti distribusi data normal.

b) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem 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, deteksi adanya problem autokorelasi adalah dengan melihat besaran *Run Test*. Apabila hasil dari nilai

Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka terdapat gejala autokorelasi. Dan jika hasil dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka tidak terdapat gejala autokorelasi. Autokorelasi bisa diatasi dengan berbagai cara, misalnya dengan melakukan transformasi data dan menambah data observasi.

c) Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan linier diantara *variable independen* dalam model regresi. Syarat berlakunya model regresi ganda adalah antar variabel bebasnya (*independentvariable*) tidak memiliki hubungan sempurna atau mengandung multikolinieritas. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas

0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

3. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari *variance inflation factor* (VIF). Ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Bila didapat multikolonieritas maka nilai t bagi koefisien variabel akan menjadi kecil. Metode untuk mendiagnosa adanya multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance dan variance inflation faktor (VIF)* yang diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$VIF = \frac{1}{tolerance} \quad tolerance = \frac{1}{VIF}$$

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

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data cross section daripada time series. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data time series bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya

heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scetterplot model tersebut. Tidak terdapat heterokedastisitas jika : (1) penyebaran titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik data menyebar diatas dan di bawah atau sekitar angka nol dan (3) titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

Selain itu, untuk meyakinkan apakah model tersebut lulus uji heteroskedastisitas dapat digunakan uji Glejser. Bila nilai signifikan ($\alpha < 0,05$) maka terdapat heterokedastisitas pada penelitian, sebaliknya bila nilai signifikan ($\alpha > 0,05$) maka tidak terdapat heterokedastisitas pada penelitian tersebut. Persamaan regresi yang baik adalah jika terjadi heterokedastisitas.

3.4.2.2 Analisis Regresi Berganda

Teknik yang digunakan adalah analisa regresi berganda. Regresi berganda yaitu regresi yang menghubungkan dua variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena tidak ada kaitan antara variabel X_1 dan X_2 . Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik atau turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

(Sugiyono, 2010: 56)

Dimana :

$Y = \text{Dividend Payout ratio}$

$\alpha = \text{Intercept}$

$\beta_i = \text{Koefisien Regresi}$

$X_1 = \text{Net Profit Margin}$

$X_2 = \text{Return On Asset}$

3.4.3 Koefisien Determinasi dan Non Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lain atau pengaruh dari faktor lain, penulis menggunakan analisis koefisien determinasi dan non determinasi. Koefisien determinasi (R^2) dimana (R^2) dapat menunjukkan besarnya kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara 0 dan 1, semakin besar nilai koefisien determinasi, maka kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya semakin besar. Adapun koefisien determinasi dan non determinasi dapat dicari dengan rumus semakin berikut:

Koefisien Determinasi : $r^2 \times 100\%$

Koefisien non Determinasi : $(1 - r^2) \times 100\%$

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

3.4.4 Uji Hipotesis

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

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara Simultan

$H_0 : \rho = 0$ Secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan *Net Profit Margin, Return On Asset*, terhadap *Dividend Payout Ratio* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

$H_a : \rho \neq 0$ Secara simultan ada pengaruh yang signifikan *Net Profit Margin, Return On Asset*, terhadap *Dividend Payout Ratio* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

b. Secara Parsial

$H_{01} : \beta = 0$ Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan *Net Profit Margin* terhadap *Dividend Payout Ratio* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

$H_a : \beta \neq 0$ Secara parsial ada pengaruh yang signifikan *Net Profit Margin* terhadap *Dividend Payout Ratio* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

$H_0 : \beta = 0$ Secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan *Return on Asset* terhadap *Dividend Payout Ratio* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

$H_a : \beta \neq 0$ Secara parsial ada pengaruh yang signifikan *Return on Asset* terhadap *Dividend Payout Ratio* pada PT. Unilever Indonesia, Tbk.

2. Penetapan tingkat 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.

3. Uji Signifikansi

- a. Secara simultan menggunakan uji F
- b. Secara parsial menggunakan uji t

4. Kaidah keputusan

Secara parsial

Terima H_0 : jika *significance t* $> (\alpha = 0,05)$

Tolak H_0 : jika *significance t* $\leq (\alpha = 0,05)$

Secara simultan

Jika *significance F* $< (\alpha = 0,05)$ H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika *significance F* $\geq (\alpha = 0,05)$ H_0 diterima dan H_a ditolak

5. Penarikan Simpulan

Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.