

## BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisis Data

Penelitian ini memanfaatkan analisis statistik deskriptif, menguji asumsi klasik yang mencakup normalitas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Langkah selanjutnya melibatkan regresi data panel dengan pengujian hipotesis menggunakan uji z. Berikut adalah beberapa tahap yang dilakukan selama observasi:

#### a. Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran seluruh variabel penelitian perusahaan sampel selama kurun waktu penelitian. Hasil statistik deskriptif disajikan pada tabel di bawah ini :

**Table 3.1** Hasil Statistik Deskriptif

<i>Variable</i>	<i>Obs</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Dev.</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
PRICE	240	4799.98	7581.03	79	290.00
ROE	240	9.02	18.65	-78.74	224.46
SIZE	240	28.88	1.17	25.93	30.94

(Sumber : Data diolah, 2024)

#### 1. Harga Saham/Price (Y)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif variabel *price* diketahui jumlah sampel (Obs) sebanyak 240 kemudian di peroleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4799.98 dengan nilai standar deviasi sebesar 7581.03. Adapun nilai minimumnya yaitu 79 dan nilai maksimum yaitu 290.00.

#### 2. Profitabilitas/Return On Equity (X1)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif variabel profitabilitas diketahui memiliki jumlah (Obs) sebanyak 240 kemudian memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 9.02, dengan nilai standar deviasi sebesar 18.65. Adapun nilai minimumnya yaitu -78.74 dan nilai maksimum yaitu 224.46.

#### 3. Ukuran Perusahaan/Size (X2)

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif variabel *size* diketahui memiliki jumlah (Obs) sebanyak 240 kemudian memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 28.88 dengan nilai standar deviasi sebesar 1.17. Nilai minimum yaitu 25.93 dan nilai maksimum yaitu 30.94.

#### b. Pemilihan Model Regresi Data Panel

Regresi data panel dapat dilakukan dengan menguji tiga model analisis yaitu *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*. Masing-masing model memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Langkah regresi data panel guna menentukan model yang tepat dilakukan pada data yang telah ditabulasi oleh peneliti dan dilakukan pengolahan dengan menggunakan aplikasi STATA v.16 dengan penjelasan sebagai berikut :

#### 1. Uji Chow

Uji Chow bertujuan untuk menentukan menggunakan model yang terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) atau *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengestimasi data panel.

**Tabel 3.2** Uji Chow

F (2,226)	5.98
Prob > F	0.0030

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 3.2 hasil uji chow pada tabel tersebut menunjukkan bahwa  $P$  value ( $\text{Prob} > F$ ) sebesar 0.0030 sehingga  $H_1$  diterima. Maka model *Fixed Effect Model* (FEM) adalah model yang sebaiknya digunakan.

## 2. Uji Hausman

Uji Hausman bertujuan untuk menentukan model yang terbaik antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM).

**Tabel 3.3** Hasil Uji Hausman

Chi2(2)	1.38
Prob > chi2	0.5028

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 3.3 hasil uji hausman pada tabel tersebut menunjukkan bahwa  $P$  value ( $\text{Prob} > \text{chi}2$ )  $< \alpha$  sebesar 0.5028 sehingga  $H_1$  ditolak. Maka model regresi yang dipilih adalah *Random Effect Model* (REM).

## c. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda. Dalam analisa yang dilakukan, uji asumsi klasik yang digunakan berupa :

### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas pada tabel 3.4 :

**Tabel 3.4** Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	1/VIF
ROE	1.01	0.990732
SIZE	1.01	0.990732
Mean VIF	1.01	

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dari pengolahan data tersebut adalah 1.01 yang berarti tidak lebih dari 10 jika nilai  $VIF < 10$  maka dikatakan tidak terdapat indikasi adanya multikolinearitas antar variabel bebas.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk meninjau heteroskedastisitas dari penelitian ini, didapati hasil perhitungan sebagai berikut :

**Tabel 3.5** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Chi2(1)	72.23
Prob > chi2	0.0000

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 3.5 hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai probability  $0.0000 < 0.05$ , yang berarti bahwa data dianalisis dalam penelitian ini berdasarkan Uji *Breusch Pagan* terdapat masalah heteroskedastisitas.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Kriteria ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu data ditentukan dari hasil yang didapat, berikut adalah hasil uji korelasi:

**Tabel 3.6** Hasil Uji Autokorelasi

Obs	240
N (runs)	19
Z	-11.9
Prob > z	0

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan tabel 3.6 hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai probability 0 atau  $< 0,05$  sehingga dideteksi adanya permasalahan autokorelasi.

### d. Uji z

Berdasarkan hasil pada uji asumsi klasik terdapat adanya gejala pada uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, sehingga untuk mengatasi masalah tersebut digunakanlah *robust estimation*, metode ini merupakan alat penting untuk menganalisis data yang dipengaruhi oleh pencilan sehingga dihasilkan model robust atau kekar terhadap pencilan. Suatu estimasi yang robust adalah relatif tidak berpengaruh oleh perubahan kecil pada bagian besar data, berikut adalah hasil uji menggunakan uji z :

**Tabel 3.7** Hasil Uji (z)

Variabel Terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Coefficient	Robust Std. Error	z	$p >  z $
	ROE	84.4073	38.90448	2.17	0.030
PRICE	SIZE	473.8549	187.9144	2.52	0.012
	constant	-9619.806	6161.081	-1.56	-1.118

(Sumber : Data diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel 3.7 dapat diketahui analisis regresi dengan data panel yang diketahui bahwa :

1. Return On Equity (X1) memiliki nilai  $p > |z|$  0.030 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0.05 atau 5%. Serta nilai koefisien 84.4073 yang menunjukkan angka positif artinya *Return On Equity* (X1) hal ini menunjukkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, sehingga hipotesis satu (H1) **diterima**.
2. Size (X1) memiliki nilai  $p > |z|$  0.012 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0.05 atau 5%. Serta nilai koefisien 473.8549 yang menunjukkan angka positif artinya *Size* (X1) hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, sehingga hipotesis dua (H2)

diterima.

### 3.2 Pembahasan

#### 1. Pengaruh Profitabilitas (ROE) terhadap Harga Saham

Hipotesis yang pertama yaitu profitabilitas (ROE) diperoleh hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh terhadap harga sahamnya. Secara umum, ketika profitabilitas sebuah perusahaan meningkat, hal itu cenderung meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan tersebut. Ini bisa mengakibatkan kenaikan harga saham karena investor percaya bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang lebih besar di masa depan Suyanto & Nursanti, (2017). Hal ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan sehingga semakin besar pengaruh tersebut terhadap harga saham menjadi positif. Ketika profitabilitas terjadi peningkatan harga saham umumnya naik, sedangkan ketika profitabilitas melemah harga saham juga ikut turun, sehingga dapat memberikan signal positif terhadap harga saham dengan meningkatkan harga saham perusahaan Anggitasari, (2015). Profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba Wijayanti *et al.*, (2017). Profitabilitas yang tinggi sering dianggap sebagai indikator kesehatan dan kinerja finansial yang baik dari suatu perusahaan. Investor cenderung lebih tertarik untuk membeli saham dari perusahaan yang memiliki rekam jejak profitabilitas yang kuat, karena hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang konsisten dan berkelanjutan. Sebaliknya, ketika profitabilitas perusahaan menurun, hal itu dapat menyebabkan penurunan harga saham (Melinda & Dewi, 2023).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Savira *et al.*, (2020) meneliti pada perusahaan non keuangan LQ45 yang terdaftar BEI dengan memperoleh hasil sampel sebanyak 32 perusahaan, Hartuti *et al.*, (2022) meneliti pada perusahaan sub sektor konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI dengan memperoleh hasil sampel sebanyak 7 perusahaan dan Rahmah & Dwiridotjahjono, (2024) meneliti pada perusahaan indeks LQ45 dengan memperoleh hasil sampel sebanyak 16 perusahaan, juga menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lesmana, (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi harga saham.

#### 2. Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) terhadap Harga Saham

Hipotesis yang kedua yaitu ukuran perusahaan diperoleh hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Ukuran perusahaan merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Dalam penentuan skalanya perusahaan dapat menentukan skalanya berdasarkan total penjualan, total asset, *log size*, nilai pasar dan rata-rata tingkat penjualan Horas *et al.*, (2023). Perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap prospek *cashflow* di masa yang akan datang. Sedangkan bagi pemerintah akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum Gunarso, (2014). Hal ini sesuai dengan teori sinyal, ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat Arrizqi, (2021). Meningkatnya total aset perusahaan dengan harapan bahwa sumber dana perusahaan dapat memberikan tambahan keuntungan bagi perusahaan. Keuntungan ini akan mempengaruhi harga saham yang beredar

Rosita *et al.*, (2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lombogia *et al.*, (2020) meneliti pada perusahaan sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di BEI dengan memperoleh hasil sampel sebanyak 13 perusahaan, Faizal & Yahya, (2023) meneliti pada perusahaan indeks LQ45 yang terdaftar di BEI dengan memperoleh hasil sampel sebanyak 14 perusahaan dan Ade Rosita *et al.*, (2018) meneliti pada perusahaan jasa sektor transportasi yang terdaftar di BEI dengan memperoleh hasil sampel sebanyak 8 perusahaan, juga menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rosyida *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi harga saham.