

PENGARUH *NET PROFIT MARGIN* DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP *STOCK PRICE* DENGAN *SALES GROWTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR *BASIC MATERIALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*



OLEH :

NAMA : LILIS APRILIA RUSDIANI
NPM : 1905160761
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada Hari Kamis, Tanggal 31 Agustus 2023, Pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

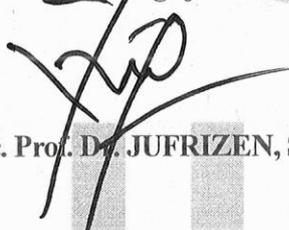
MEMUTUSKAN

Nama : LILIS APRILIA RUSDIANI
N P M : 1905160761
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH *NET PROFIT MARGIN* DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP *STOCK PRICE* DENGAN *SALES GROWTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR *BASIC MATERIALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I



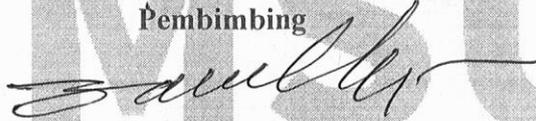
(Assoc. Prof. Dr. JUFRIZEN, S.E, M.Si)

Penguji II



(RONI PARLINDUNGAN, S.E, M.M)

Pembimbing



(Dr. BHRIL DATUK S, S.E., M.M)

Ketua



(Assoc. Prof. Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

Sekretaris



(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : LILIS APRILIA RUSDIANI
N.P.M : 1905160761
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH *NET PROFIT MARGIN* DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP *STOCK PRICE* DENGAN *SALES GROWTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR *BASIC MATERIALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2023

Pembimbing Skripsi

Dr. BAHRIL DATUK S, S.E., M.M.

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

JASMAN SARIPUDDIN HSB, S.E., M.Si.

Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lilis Aprilia Rusdiani
NPM : 1905160761
Dosen Pembimbing : Dr. Bahril Datuk S, S.E., M.M.
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Penelitian : Pengaruh *Net Profit Margin* dan *Return on Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	Perbaiki judul, untuk menggunakan SEM-PLS	30/03-23	
Bab 2	Perbaiki hipotesis	16/05-23	
Bab 3	Jhu		
Bab 4	Pembahasan sudah ok.	16/08-23	
Bab 5	Kesimpulan & Saran ok.	16/08-23	
Daftar Pustaka	OK	16/08-23	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Setuju di sidang hijau.	16/08-23	

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Jasman Saripuddin Hsb, S.E, M.Si.)

Medan, 16 Agustus 2023

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Dr. Bahril Datuk S, S.E., M.M.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Muchtar Basri No.3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lilis Aprilia Rusdiani
NPM : 1905160761
Program : Strata -1 (S-1)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Net Profit Margin* Dan *Return On Equity* Terhadap *Stock Price* Dengan *Sales Growth* Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari fakultas hukum universitas muhammadiyah sumatera utara

Medan, Agustus 2023
Saya yang menyatakan



Lilis Aprilia Rusdiani

ABSTRAK

PENGARUH *NET PROFIT MARGIN* DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP *STOCK PRICE* DENGAN *SALES GROWTH* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR *BASIC MATERIALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Lilis Aprilia Rusdiani
Program Studi Manajemen
Email: lilisaprilias42@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui pengaruh *net profit margin* terhadap *sales growth*, (2) mengetahui pengaruh *return on equity* terhadap *sales growth*, (3) mengetahui pengaruh *net profit margin* terhadap *stock price*, (4) mengetahui pengaruh *return on equity* terhadap *stock price*, (5) mengetahui *sales growth* terhadap *stock price*, (6) mengetahui pengaruh *net profit margin* terhadap *stock price* dengan *sales growth* sebagai variabel mediasi, (7) mengetahui pengaruh *return on equity* terhadap *stock price* dengan *sales growth* sebagai variabel mediasi pada perusahaan sektor *basic materials* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2022. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel, uji asumsi klasik, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *eviews 12*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *sales growth*, *return on equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *sales growth*, *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *stock price*, *return on equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *stock price*, *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *stock price*, *sales growth* tidak memediasi pengaruh *net profit margin* terhadap *stock price*, *sales growth* tidak memediasi pengaruh *return on equity* terhadap *stock price*.

Kata Kunci : *Net Profit Margin, Return On Equity, Sales Growth, dan Stock Price.*

ABSTRACT

THE EFFECT OF NET PROFIT MARGIN AND RETURN ON EQUITY ON STOCK PRICE WITH SALES GROWTH AS A MEDIATING VARIABLE IN BASIC MATERIALS SECTOR COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE INDONESIAN

Lilis Aprilia Rudiani
Management Study Program
Email: lilisaprilias42@gmail.com

This study aims to: (1) determine the effect of net profit margin on sales growth, (2) determine the effect of return on equity on sales growth, (3) determine the effect of net profit margin on stock price, (4) determine the effect of return on equity on stock price, (5) determine the effect of sales growth on stock price, (6) determine the effect of net profit margin on stock price with sales growth as a mediation variable, (7) determine the effect of return on equity on stock price with sales growth as a mediation variable in basic materials sector companies listed on the Indonesia stock exchange for the 2018-2022 period. This research method uses a quantitative type of research. Data analysis techniques in this study use panel data regression, classical assumption test, t test, f test and the coefficient of determination. Data processing in this study using evIEWS 12. Based on the results of study, it can be concluded that net profit margin has a significant effect on sales growth, return on equity does not have a significant effect on sales growth, net profit margin has a significant effect on stock price, return on equity does not have a significant effect on stock price, sales growth does not have a significant effect on stock price, sales growth does not mediate the effect of net profit margin on stock price, sales growth does not mediate the effect of return on equity on stock price.

Keywords: *Net Profit Margin, Return On Equity, Sales Growth, And Stock Price.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayahnya serta kemudahan kepada kita semua, terutama kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriringan salam disampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalah kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri Tauladan bagi kita semua. Penelitian ini merupakan kewajiban bagi penulis guna melengkapi tugas - tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) adapun judul penulis yaitu : “Pengaruh *Net Profit Margin* dan *Return On Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan banyak dorongan, motivasi dan saran yang tak terhingga besarnya dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam segala hal selama penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Terima kasih yang sangat istimewa untuk Bapak A. Muttaqin dan Ibu Ismiwati yang telah mengasuh, membimbing, memberikan kasih sayang yang tiada ternilai yang selalu mendoakan penulis dengan setulus hati dan ikhlas sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E, M.M., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Saripuddin Hasibuan, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc. Prof. Dr. Jufrizen , S.E, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Bahril Datuk S, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan tulus ikhlas dan kebaikan hatinya berkenan meluangkan waktu untuk memberikan dorongan, semangat, saran, bimbingan, dan pengarahan dalam penyusunan Proposal Skripsi.
9. Ibu Titin Farida., S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk

membimbing penulis selama berada di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

10. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

11. Kepada seluruh anggota keluarga yang selalu mendo'akan serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis ucapkan banyak terima kasih.

12. Kepada semua pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu terimakasih atas dukungannya.

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis masih banyak terdapat berbagai kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan sebagai bahan pertimbangan dan perbaikan. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua khususnya para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 2023

Penulis

Lilis Aprilia Rusdiani
1905160761

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Stock Price</i>	15
2.1.1.1 Pengertian <i>Stock Price</i>	15
2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat <i>Stock</i>	17
2.1.1.3 Jenis-Jenis <i>Stock</i>	18
2.1.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Stock Price</i>	19
2.1.1.5 Pengukuran <i>Stock Price</i>	20
2.1.2 <i>Net Profit Margin</i>	21
2.1.2.1 Pengertian <i>Net Profit Margin</i>	21
2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat <i>Net Profit Margin</i>	22
2.1.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Net Profit Margin</i>	23
2.1.2.4 Pengukuran <i>Net Profit Margin</i>	24
2.1.3 <i>Return On Equity</i>	24
2.1.3.1 Pengertian <i>Return On Equity</i>	24
2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat <i>Return On Equity</i>	25
2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Return On Equity</i>	27
2.1.3.4 Pengukuran <i>Return On Equity</i>	27
2.1.4 <i>Sales Growth</i>	28
2.1.4.1 Pengertian <i>Sales Growth</i>	28
2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat <i>Sales Growth</i>	29
2.1.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Sales Growth</i>	30
2.1.4.4 Pengukuran <i>Sales Growth</i>	34
2.2 Kerangka Konseptual	34
2.3 Hipotesis.....	42

BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Definisi Operasional Variabel	44
3.3 Tempat dan Waktu	47
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisa Data	50
BAB 4 HASIL PENELITIAN	
4.1 Deskripsi Data	60
4.2 Analisis Data	64
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
5.3 Keterbatasan Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Stock Price</i>	1
Tabel 1.2 Laba Bersih.....	5
Tabel 1.3 Total Ekuitas.....	7
Tabel 1.4 Hasil Penjualan.....	9
Tabel 3.1 Rencana Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 3.2 Sampel Perusahaan.....	49
Tabel 4.1 <i>Stock Price</i>	60
Tabel 4.2 <i>Net Profit Margin</i>	61
Tabel 4.3 <i>Return On Equity</i>	62
Tabel 4.4 <i>Sales Growth</i>	63
Tabel 4.5 Kriteria Pemilihan Model.....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Chow Model I.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Chow Model II.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Hausman.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Lagrange Multiplier Model I.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Lagrange Multiplier Model II.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas Model I.....	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model I.....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t) Model I.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t) Model II.....	73
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji f) Model I.....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji f) Model II.....	77

Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Model I.....	78
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Model II.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	42
-------------------------------------	----

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Arus globalisasi dan modernisasi telah menyebabkan terjadinya integrasi pasar dunia, sehingga perekonomian suatu negara tidak dapat terhindar dari pengaruh perubahan ekonomi di belahan dunia lainnya. Arus barang dan arus modal telah melewati batas-batas negara dalam waktu yang singkat. Pemilik modal memiliki banyak peluang dalam memilih sektor industri apa dan di negara mana investasi akan dipilih. Pemerintah berusaha menyediakan berbagai alternatif sumber dana yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhannya guna mendorong perkembangan perusahaan. Pemerintah Indonesia beranggapan bahwa pasar modal merupakan sarana yang tepat untuk mendukung percepatan pembangunan ekonomi Indonesia (Lutfi & Sunardi, 2019)

Pasar modal (*Capital Market*) adalah pasar yang mempertemukan pihak yang menawarkan dan yang memerlukan dana jangka panjang, baik surat utang (obligasi), ekuitas (saham), reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain dan sebagai sarana bagi kegiatan beinvestasi. Pasar modal memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kegiatan jual beli instrumen keuangan jangka panjang dan kegiatan terkait lainnya. Pasar modal sebagai tempat perdagangan efek yang telah dilakukan secara terorganisir. Suatu sistem yang tersusun dalam mempertemukan penjual dan pembeli efek, melalui perantara atau pemodal langsung (Halim, 2018).

Stock atau saham secara umum adalah bukti bahwa seseorang memiliki kepemilikan atas perusahaan dan berhak atas dividen perusahaan sesuai dengan saham yang dimiliki pada perusahaan tersebut. Menurut (Bursa Efek Indonesia, 2023) saham adalah tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas asset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Investor atau pihak yang menyertakan modalnya pada suatu perusahaan memiliki acuan untuk menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan dengan melihat harga saham pada perusahaan yang akan diinvestasikan. *Stock Price* merupakan indikator keberhasilan pengelolaan suatu perusahaan, saat harga saham suatu perusahaan tinggi maka perusahaan tersebut dikatakan berhasil dalam mengelolah perusahaannya sehingga dapat menarik para investor untuk berinvestasi diperusahaan tersebut. Sedangkan, jika harga saham suatu perusahaan rendah maka dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang kurang baik. Dunia saham selalu identik dengan ketidakpastian, *gambling*, mudah berubah atau fluktuatif. Namun jika diteliti lebih dalam lagi ada hal-hal yang bisa dianalisis dalam perubahan saham, seperti kinerja perusahaan tersebut, serta analisis rasio-rasio keuangan (Oktavia & Genjar, 2019).

Tabel 1.1
Stock Price
Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	316	254	274	394	400	328
ALKA	300	418	262	256	266	300

ALMI	400	358	248	300	272	316
BAJA	113	62	116	334	124	150
WTON	376	450	386	246	191	330
SMBR	1.750	440	1.065	620	386	852
FASW	7.775	7.700	7.475	7.600	5.850	7.280
ISSP	84	184	160	398	246	214
Rata-Rata	1.389	1.233	1.248	1.268	967	1.221

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Dihat dari tabel 1.1 rata-rata *stock price* pada masing-masing perusahaan diatas cenderung mengalami penurunan. Ada 7 perusahaan yang mengalami penurunan yakni DPNS (PT. Duta Pertiwi Nusantara Tbk), ALKA (PT. Alakasa Industrindo Tbk), ALMI (PT. Alumindo Light Metal Industry Tbk), BAJA (PT. Saranacentral Bajatama Tbk), WTON (PT. Wijaya Karya Beton Tbk),SMBR (PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk)dan ISSP (PT. Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk). Di samping 7 perusahaan yang mengalami penurunan terdapat 1 perusahaan yang mengalami peningkatan yaitu FASW (PT. Fajar Surya Wisesa Tbk). Namun jika dilihat dari rata-rata *stock price* pertahun maka harga saham cenderung mengalami peningkatan. Terdapat 4 tahun diatas rata-rata dan 1 tahun dibawah rata-rata, pada 4 tahun yang berada diatas rata-rata yaitu tahun 2018, 2019, 2020 dan tahun 2021. Sedangkan untuk 1 tahun dibawah rata-rata yaitu berada ditahun 2022. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa *stock price* pada perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami fluktuatif, hal ini dikarenakan beberapa faktor salah satunya yakni fundamental perusahaan.

Dalam menganalisis perubahan saham, para investor perlu melihat laporan keuangan perusahaan tersebut. Didalam sebuah laporan keuangan, terdapat kinerja perusahaan yang dapat dihitung melalui rasio-rasio keuangan yang dapat digunakan untuk menganalisis harga saham suatu perusahaan. Analisis terhadap

rasio keuangan perusahaan perlu dilakukan agar dapat mengetahui kinerja perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Susanti & Wirakusuma, 2022). Penggunaan rasio keuangan dapat memudahkan investor, pihak pemerintah dan para pemakai laporan keuangan lainnya untuk mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan dan kinerjanya. Dengan membandingkan rasio keuangan perusahaan dari tahun ketahun.

Profitabilitas merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi perusahaan. Rasio ini mempunyai arti penting bagi sebuah perusahaan karena dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan jangka waktu tertentu, pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Perusahaan dengan tingkat kemampuan menghasilkan laba tinggi mampu menumbuhkan kepercayaan kepada para investor. Kepercayaan investor ini dapat menjadi hal yang efektif untuk mengangkat harga saham suatu perusahaan. Menurut (Rambe et al., 2015) Profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan. Kalau rata-rata di atas telah memberikan gambaran yang menarik dari kondisi keuangan perusahaan, maka ratio ini memberikan jawaban akhir tentang seberapa efektif perusahaan dikelola.

Rasio profitabilitas secara umum terdiri dari 4 (empat) yaitu *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Equity* (ROE) dan *Return On Assets* (ROA). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) dan *Return On Equity* (ROE).

Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui presentasi laba bersih yang diperoleh setelah dikurangi pajak. Semakin tinggi *Net Profit Margin* maka akan menghasilkan laba yang tinggi. Sebaliknya, *Net Profit*

Margin yang rendah maka akan menghasilkan laba yang rendah. Dengan demikian tinggi rendahnya *Net Profit Margin* akan mempengaruhi pertumbuhan laba. Margin laba bersih sering digunakan oleh para investor untuk mengukur seberapa efisien manajemen pengelolaan perusahaannya dan juga memperkirakan profit masa depan berdasarkan peramalan penjualan yang dibuat oleh manajemannya (Novita & Situmorang, 2020).

Laba atau profit yang menjadi tujuan utama perusahaan dapat dicapai dengan penjualan barang dan jasa. Semakin besar volume penjualan barang dan jasa, maka laba yang dihasilkan oleh perusahaan juga akan semakin besar (Siregar et al., 2020).

Tabel 1.2
Laba Bersih
Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Kode Perusa-haan	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
DPNS	9.380.137.352	3.937.685.121	2.400.715.154	22.723.655.893	27.428.849.986
ALKA	22.943.498	7.354.721	6.684.414	17.445.033	48.041.219
ALMI	6.544.635.062	(298.808.902.797)	(266.819.009.730)	532.647.501	(49.762.658.850)
BAJA	(96.695.781.573)	1.112.983.748	55.118.520.227	88.527.078.771	(103.341.187.716)
WTON	486.640.174.453	510.711.733.403	123.147.079.420	81.433.957.569	171.060.047.099
SMBR	76.074.721	30.073.855	10.981.673	51.817.305	94.827.889
FASW	1.405.367.771.073	968.833.390.696	353.299.343.980	614.926	119.926
ISSP	48.741	185.694	175.835	486.061	305.849

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat dilihat bahwa beberapa perusahaan mengalami fluktuasi pada nilai laba bersih selama periode 2018 sampai dengan 2022. Seperti pada perusahaan DPNS yang mengalami fluktuasi cukup besar, dengan penurunan yang signifikan pada tahun 2019 yang mencapai angka 3.937.685.121. Sedangkan, pada tahun 2018 nilai laba bersih sebesar 9.380.137.352 dan pada tahun 2020 kembali terjadi penurunan hingga mencapai

angka 2.400.715.154, kemudian laba bersih pada DPNS mengalami pertumbuhan yang luar biasa pada tahun-tahun berikutnya. Perusahaan WTON menunjukkan peningkatan laba bersih pada tahun 2018 dan 2019. Namun, terdapat penurunan tajam pada tahun 2020 dan 2021, dan disusul dengan peningkatan yang signifikan pada tahun 2022. Selain itu, ALMI dan BAJA juga menunjukkan fluktuasi, ALMI dan BAJA menjadi perusahaan yang menunjukkan laba bersih negatif selama beberapa tahun. Adanya laba bersih yang negatif dapat disebabkan oleh adanya penurunan volume penjualan, volume penjualan akan berpengaruh terhadap volume produksi dengan menurunnya volume penjualan maka konsekuensinya laba pun akan menurun.

Return On Equity adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat kembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki perusahaan (Siregar et al., 2021). *Return On Equity* menjadi salah satu unsur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu bisnis mampu mengelola permodalan dari pada investornya. *Return On Equity* mencerminkan seberapa besar *return* yang diberikan bagi pemegang saham atau setiap rupiah uang yang di tanamkannya. *Return On Equity* menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi *Return On Equity*, maka akan semakin baik (Batubara & Purnama, 2018).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingginya *Return On Equity* adalah meningkatnya penjualan tanpa adanya peningkatan beban dan biaya secara operasional. Singkatnya perusahaan harus mampu meningkatkan efisiensi dalam penjualan.

Tabel 1.3
Total Ekuitas
Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia

Kode Perusa- haan	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
DPNS	227.708.559.001	282.101.635.876	284.823.663.685	307.956.854.988	329.957.934.086
ALKA	100.731.483	104.792.363	105.203.706	128.822.522	183.770.843
ALMI	327.200.695.930	2.190.102.147	(269.163.839.035)	524.001.628.520	527.915.087.362
BAJA	76.521.348.613	74.187.193.716	127.839.088.486	214.084.351.649	110.189.496.901
WTON	3.136.812.010.205	3.508.445.940.007	3.390.572.999.124	3.447.884.344.237	3.637.820.526.411
SMBR	3.473.671.056	3.482.293.092	3.407.888.607	3.466.244.521	3.086.916.334
FASW	4.288.337.297.565	4.692.597.823.392	4.582.994.996.488	5.092.869	5.011.458
ISSP	2.915.416	3.098.666	3.335.340	3.787.113	4.144.535

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan pada tabel 1.3 diatas dicantumkan Total ekuitas dari perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dapat dilihat bahwa nilai rata-rata total ekuitas pada perusahaan tersebut mengalami fluktuasi. Salah satu perusahaan yang mengalami fluktuasi adalah perusahaan ALMI yang pada tahun 2018 bernilai 327.200.695.930 lalu pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan yang cukup dramatis yakni dengan nilai 2.190.102.147 dan (269.163.839.035) namun pada tahun berikutnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Sedangkan, perusahaan ISSP menunjukkan peningkatan setiap tahunnya yakni dari tahun 2018 hingga tahun 2022 begitupun dengan DPNS dan ALKA. Sedangkan untuk perusahaan lainnya mengalami fluktuasi meskipun perubahannya tidak terlalu signifikan. Total ekuitas akan selalu mengalami perubahan setiap tahunnya hal ini dikarenakan beberapa faktor salah satunya adalah adanya perubahan pada sektor modal. Hal ini bisa berupa modal dari laba, tambahan investasi pemilik perusahaan, atau pengeluaran modal saham. Karena perubahan inilah modal kerja pun mengalami perubahan.

Sales Growth atau pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan perkembangannya dan merupakan faktor penting yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam sebuah perusahaan perlu adanya perkembangan dari sisi penjualan, hal ini dikarenakan penjualan berpengaruh secara langsung terhadap kelancaran kegiatan perusahaan sehari-hari. Perusahaan dengan penjualan yang stabil dan cenderung tinggi dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga memudahkan manajemen perusahaan menentukan strategi dibidang keuangan. *Sales growth* dapat mencerminkan nilai perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. *Sales growth* biasanya ditandai dengan peningkatan pada *market share* yang akan berdampak terhadap peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan meningkat. Meningkatnya penjualan dari tahun ketahun dapat meningkatkan keuntungan dalam menghasilkan laba dari total aktiva yang digunakan (Wulandari & Gultom, 2018).

Tabel 1.4
Hasil Penjualan
Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Kode Perusa-haan	Tahun					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
DPNS	111.294.849.755	143.382.081.850	118.917.403.800	96.644.910.643	147.210.449.631	200.912.586.007
ALKA	1.932.783.905	3.592.798.235	2.218.385.509	2.044.132.602	3.470.466.702	4.131.540.432
ALMI	3.484.905.171.484	4.422.880.456.073	2.234.124.975.480	959.336.335.705	1.460.999.942.048	1.269.693.638.847
BAJA	1.218.317.826.843	1.279.809.883.694	1.072.625.592.333	1.204.954.780.957	1.374.486.754.604	1.061.799.427.322
WTON	5.362.263.237.778	6.930.628.258.854	7.083.384.467.587	4.803.359.291.718	4.312.853.243.803	6.003.788.032.167
SMBR	1.551.524.990	1.995.807.528	1.999.516.771	1.721.907.150	1.751.585.770	1.881.767.356
FASW	7.337.185.138.762	9.938.310.691.326	8.268.503.880.196	7.909.812.330.437	11.932.773	10.890.282
ISSP	3.662.810	4.467.590	4.885.875	3.775.530	5.378.808	6.255.945

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dapat dilihat bahwa hasil penjualan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Seperti pada perusahaan DPNS yang pada tahun 2017 bernilai 111.294.849.755 lalu pada tahun 2018 mengalami peningkatan yakni berada diangka 143.382.081.850 dan pada tahun 2019 dan tahun 2020 mengalami penurunan namun kembali meningkat pada tahun 2021 dan tahun 2022. Begitupun halnya dengan perusahaan sejenis lainnya yang mengalami fluktuasi meskipun tidak terlalu signifikan. Ada beberapa faktor yang menyebabkan naik turunnya hasil penjualan salah satunya adalah kondisi dan kemampuan penjual, perusahaan harus bisa meyakinkan para pembelinya supaya bisa berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

Pada penelitian ini, objek yang digunakan oleh penulis sebagai objek penelitian adalah perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alasan memilih perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di BEI sebagai objek penelitian karena perusahaan sektor *Basic Materials* merupakan salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek yang cerah dimasa yang akan datang dan merupakan salah satu sektor yang mempunyai peran yang cukup besar dalam berkontribusi bahan baku. Sebab perusahaan sektor *Basic Materials* menjual produk atau jasa yang digunakan oleh industri lain sebagai bahan baku untuk memproduksi barang akhir. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data perusahaan yang terbaru sehingga kesimpulan yang diambil nantinya merupakan kesimpulan yang aktual dan representasi tepat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Amalya, 2018) menyimpulkan bahwa variabel ROE berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham namun memiliki hubungan positif terhadap harga saham dan NPM

berpengaruh signifikan terhadap harga saham dan memiliki hubungan positif terhadap harga saham. Sedangkan, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hutapea et al., 2017) NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham dan menurut (Pratama et al., 2019) *Return On Equity* berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap harga saham. Sementara itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Trisnawati, 2022) menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap harga saham perusahaan sektor *healthcare* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan menurut (Hayati et al., 2019) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik mengangkat judul dalam sebuah karya tulis ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “ **Pengaruh *Net Profit Margin* dan *Return On Equity* Terhadap *Stock Price* Dengan *Sales Growth* Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. *Stock price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia cenderung mengalami fluktuasi.
2. *Net Profit Margin* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia cenderung mengalami fluktuasi.

3. *Return On Equity* pada perusahaan sektor Basic Materials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia cenderung mengalami fluktuasi.
4. penjualan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami fluktuatif dari tahun ke tahun.

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini lebih terarah, peneliti membatasi penelitian yang akan dibahas hanya pada variabel, *Net Profit Margin* dan *Return On Equity* sebagai variabel independen (bebas) dan *stock price* sebagai variabel dependen (terikat) serta *Sales Growth* sebagai variabel mediasi dengan objek pengamatan yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap *Sales Growth* pada perusahaan *Basic Material* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap *Sales Growth* pada perusahaan *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap *Stock Price* pada perusahaan *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap *Stock Price* pada perusahaan *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Apakah *Sales Growth* berpengaruh terhadap *Stock Price* pada perusahaan *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

6. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode?
7. Apakah *Return On Equity* berpengaruh terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Sales Growth* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return On Equity* terhadap *Sales Growth* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sales Growth* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi pada perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi pada perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai *Stock Price* dan rasio-rasio keuangan seperti *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Sales Growth*.
- b. Untuk menambah kontribusi pada disiplin ilmu manajemen sebagai sarana pengembangan ilmu, khususnya dalam bidang manajemen keuangan dalam mengelola laba atau profit perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Net Profit Margin* dan *Return On Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai variabel Mediasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, Penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan mengenai cara menganalisis *Stock Price* dengan rasio-rasio keuangan seperti *Net Profit Margin*, *Return On Equity* dan *Sales Growth* serta tambahan ilmu pengetahuan sebagai pengaplikasian dari teori yang selama ini dipelajari.

- b. Bagi Investor, Penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan sebagai referensi yang bermanfaat dalam pemberian pertimbangan sebelum melakukan pembelian dan penjualan saham.
- c. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan dapat memberikan tambahan ilmu bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

BAB 2

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Stock Price*

2.1.1 Pengertian *Stock Price*

Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pembeli saham memiliki klaim atas pendapatan perusahaan dan aset perusahaan, serta berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) (Darsono & Rahman, 2018).

Saham adalah tanda bukti pengembalian bagian atau peserta dalam perseroan terbatas, bagi yang bersangkutan, yang diterima dari hasil penjualan sahamnya akan tetapi tertanam didalam perusahaan tersebut selama hidupnya, meskipun bagi pemegang saham sendiri bukanlah merupakan peranan permanen, karena setiap waktu pemegang saham dapat menjual sahamnya. Harga saham merupakan harga yang terjadi dipasar bursa pada saat tertentu dan harga saham tersebut ditentukan oleh pelaku pasar. Tinggi rendahnya harga saham ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham tersebut dipasar modal (Siregar & Farisi, 2018).

Stock price dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya. Harga saham yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu mengelola perusahaannya dengan baik. Hal ini akan diikuti dengan peningkatan

permintaan terhadap saham yang akan berpengaruh positif terhadap kenaikan harga saham. Jika harga saham mengalami penurunan secara terus menerus maka nilai emiten dari saham akan turun. Saham merupakan tanda bukti pengambilan bagian atau peserta dalam suatu perseroan terbatas bagi perusahaan yang bersangkutan yang diterima dari hasil penjualan sahamnya. Dimana saham yang telah terjual akan menjadi tanda bukti atas pengambilan bagian pada suatu perusahaan. Saham menjadi salah satu alternatif investasi di pasar modal yang paling banyak digunakan oleh para investor karena keuntungan yang diperoleh lebih besar dan dana yang dibutuhkan investor untuk melakukan investasi tidak begitu besar jika dibandingkan dengan obligasi. Tujuan perusahaan melakukan investasi saham adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan cara memaksimalkan nilai saham perusahaan yang pada akhirnya akan mencerminkan harga saham tersebut. Seorang investor hendaknya benar-benar memahami tentang harga saham dan kerap melakukan analisis harga saham terlebih dahulu agar tidak salah berinvestasi karena pergerakan harga suatu saham tidak dapat diperkirakan secara pasti. Harga saham ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif tinggi maka sangat dimungkinkan bahwa deviden yang dibayar juga relatif tinggi. Apabila deviden yang dibayarkan tinggi, maka berpengaruh positif terhadap harga saham dan investor tertarik untuk membelinya (Gunawan, 2020).

Menurut (Rianti, 2021) *Stock price* merupakan salah satu indikator perusahaan yang diperdagangkan di pasar bursa yang memiliki nilai penting bagi perusahaan sebagai indikator keberhasilan perusahaan dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang terkait di pasar modal. Harga Saham

merupakan nilai surat saham yang mencerminkan kekayaan perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut, dimana perubahan dan fluktuasinya sangat ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar bursa (pasar sekunder). Harga saham mempunyai nilai penting tersendiri bagi perusahaan, jika harga saham suatu perusahaan tinggi hal ini memberikan kesempatan untuk perusahaan mendapatkan tambahan investasi dari investor dari kenaikan harga sahamnya. Untuk investor, jika harga saham suatu perusahaan terus meningkat, investor akan menyimpulkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik (Putri, 2015).

Stock price pada suatu perusahaan cenderung mengalami perubahan atau fluktuatif. Hal ini disebabkan adanya permintaan dan penawaran terhadap saham dipasar modal. Jika harga saham suatu perusahaan tinggi maka dapat mencerminkan perusahaan tersebut mampu mengelola perusahaannya sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi diperusahaan tersebut. Sedangkan, jika harga saham suatu perusahaan rendah maka sering disimpulkan bahwa perusahaan kurang mampu dalam mengelola perusahaannya dan akan menurunkan nilai emiten dari saham tersebut.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat *Stock*

Tujuan perusahaan melakukan investasi saham adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan cara memaksimalkan nilai saham perusahaan yang pada akhirnya akan mencerminkan harga saham tersebut. (Gunawan, 2020)

Menurut (Halim, 2018) ada beberapa manfaat dan keuntungan yang diperoleh investor dengan membeli atau memiliki saham, yaitu sebagai berikut:

1. Dividen

Dividen adalah pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan penerbit saham tersebut atas keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Dividen diberikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam RUPS. Umumnya dividen merupakan salah satu daya tarik bagi pemegang saham dengan orientasi jangka panjang.

2. Capital Gain

Capital gain merupakan selisih antara harga beli dan harga jual. Capital gain terbentuk dengan adanya aktivitas perdagangan saham dipasar sekunder. Umumnya pemodal dengan orientasi jangka pendek mengejar keuntungan melalui *capital gain*.

Menurut (Fahmi, 2014) pihak yang memiliki saham akan memperoleh beberapa keuntungan sebagai bentuk kewajiban yang harus diterima, yaitu:

1. Memperoleh deviden yang akan diberikan pada setiap akhir tahun.
2. Memperoleh Capital Gain, yaitu keuntungan pada saat saham yang dimiliki tersebut di jual kembali pada harga yang lebih mahal.
3. Memiliki hak suara bagi pemegang saham jenis common stock (saham biasa), seperti pada RUPS dan RUPSLB.
4. dalam pengambilan kredit ke perbankan, jumlah kepemilikan saham yang dimiliki dapat dijadikan sebagai salah satu pendukung jaminan atau jaminan tambahan. Dengan tujuan untuk membuat lebih yakin pihak penilai kredit dalam melihat kemampuan calon kreditur.

2.1.1.3 Jenis-Jenis *Stock*

Menurut (Fahmi, 2014) ada dua jenis saham yang paling umum dikenal oleh publik yaitu:

1. *Common Stock* (saham biasa)

Common Stock (saham biasa) adalah suatu surat berharga yang dijual oleh suatu perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen dan sebagainya) dimana pemegangnya diberi hak untuk mengikuti RUPS (Rapat Pemegang Saham) dan RUPSLB (Rapat Pemegang Saham Luar Biasa) serta berhak untuk menentukan membeli *right issue* (penjualan saham terbatas) atau tidak, yang selanjutnya akhir tahun akan memperoleh keuntungan dalam bentuk deviden.

2. *Preferred Stock* (Saham Istimewa)

Preferred Stock (saham istimewa) adalah suatu surat berharga yang dijual oleh perusahaan yang menjelaskan nilai nominal (rupiah, dolar, yen, dan sebagainya) dimana pemegangnya akan

memperoleh pendapatan tetap dalam bentuk deviden yang akan diterima setiap kuartal (tiga bulanan).

Menurut (Fahmi, 2014) *Common Stock* ini memiliki beberapa jenis yaitu:

1. Blue Chip-stock (Saham Unggulan), adalah saham dari perusahaan yang dikenal secara nasional dan memiliki sejarah laba, pertumbuhan, dan manajemen yang berkualitas.
2. Growth Stock, adalah saham-saham yang diharapkan memberikan pertumbuhan laba yang lebih tinggi dari rata-rata saham-saham yang lain, dan karenanya mempunyai PER yang tinggi.
3. *Defensive Stock* (saham-saham defensif). Adalah saham yang cenderung lebih stabil dalam masa resesi atau perekonomian yang tidak menentu berkaitan dengan deviden, pendapatan, dan kinerja pasar.
4. *Cyclical Stock*. Adalah sekuritas yang cenderung naik nilainya secara cepat saat ekonomi semarak dan jatuh juga secara cepat saat ekonomi lesu.
5. *Seasonal Stock*. Adalah perusahaan yang penjualannya bervariasi karena dampak musiman, misalnya karena cuaca dan liburan. Sebagai contoh, pabrik mainan memiliki penjualan musiman yang khusus pada saat musim natal.
6. *Speculative Stock*. Adalah saham yang kondisinya memiliki tingkat spekulasi yang tinggi, yang kemungkinan tingkat pengembalian hasilnya adalah rendah dan negatif. Ini biasanya dipakai untuk membeli saham pada perusahaan pengeboran minyak.

Saham merupakan surat berharga yang paling populer dan dikenal luas di masyarakat. Dari jenis-jenis saham di atas, saham biasa merupakan efek yang paling populer di pasar modal. Umumnya pembicaraan seputar saham selalu mengacu pada saham biasa, kecuali bila disebut secara khusus saham preferen atau saham lainnya. Saham biasa memiliki keuntungan atau imbal hasil yang tinggi namun juga berpotensi risiko tinggi. Saham biasa memungkinkan investor untuk mendapatkan *return* atau keuntungan tinggi (*capital gain*) dalam jumlah besar dalam waktu singkat.

2.1.1.4 Faktor yang Mempengaruhi *Stock Price*

Stock Price terjadi akibat adanya permintaan dan penawaran. Harga saham menjadi tolak ukur oleh investor untuk mengetahui keadaan perusahaan

sebenarnya. Harga saham sangat dipengaruhi oleh faktor fundamental dan teknikal. Pertimbangan investor untuk membuat keputusan berinvestasi dalam saham adalah informasi mengenai kondisi perusahaan (Ginting& Suriyany, 2013).

Faktor yang mempengaruhi *stock price* terdiri dari dua bagian, yaitu faktor teknikal dan faktor fundamental. Analisis teknikal merupakan suatu pendekatan investasi yang dilakukan dengan cara mempelajari data historis harga saham dan kemudian menghubungkannya dengan volume trading yang terjadi dan kondisi ekonomi pada saat itu. Sedangkan analisis fundamental merupakan pendekatan analisis harga saham yang menitikberatkan pada kinerja perusahaan yang mengeluarkan saham dan analisis ekonomi yang akan mempengaruhi masa depan perusahaan (Elviani et al., 2019). Menurut (Anshari, 2016) Faktor-Faktor yang mempengaruhi harga saham adalah laba per lembar saham (Earnings Per Share/EPS), Tingkat Bunga, Jumlah Kas Deviden yang diberikan, Jumlah laba yang didapat perusahaan, dan Tingkat resiko dan pengembalian.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *stock price* yang mengalami fluktuasi disebabkan adanya permintaan dan penawaran. Adanya permintaan dan penawaran disebabkan oleh analisis fundamental dari suatu perusahaan dalam keadaan baik sehingga menarik para investor untuk melakukan permintaan dan penawaran pada perusahaan tersebut.

2.1.1.5 Pengukuran *Stock Price*

Untuk mengukur tingkat tingginya harga saham digunakan beberapa jenis saham yaitu melalui saham biasa (*Common Stock*) dan saham preferen (*Preferen Stock*).

Pengukuran harga saham digunakan adalah harga saham penutupan akhir (*Closing Price*) tiap perusahaan yang diperoleh dari harga saham pada penutupan akhir tahun per 31 Desember.

2.1.2 Net Profit Margin

2.1.2.1 Pengertian *Net Profit Margin*

Net Profit Margin merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur total laba bersih terhadap total penjualan bersih (Novita & Situmorang, 2020).

Menurut (Kasmir, 2013) “Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.”

Menurut (Hani, 2014) “*Net Profit Margin* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu. *Net Profit Margin* dapat diinterpretasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, yaitu sejauh mana kemampuan menekan biaya-biaya yang ada diperusahaan. Semakin tinggi *Net Profit Margin* maka suatu perusahaan semakin efektif dalam menjalankan operasinya.”

Menurut (Bhuana, 2019) *Net Profit Margin* (NPM) adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Menurut (Putra & Kindangen, 2016) *Net Profit Margin* (NPM) merupakan sebuah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang dibandingkan dengan penjualan sesudah dikurangi biaya-biaya yang ada. Rasio ini menunjukkan kestabilan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Net Profit Margin*

Rasio *Net Profit Margin* menunjukkan laba bersih suatu perusahaan setelah dibandingkan dengan penjualan bersih, juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan tujuan serta manfaat yang dapat dirasakan tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut (Kasmir, 2013) Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

- 1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Menurut (Kasmir, 2013) manfaat yang diperoleh perusahaan dalam menggunakan rasio profitabilitas :

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba perusahaan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Berdasarkan urai di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat *Net Profit Margin* sebagai rasio profitabilitas adalah untuk mengukur kinerja perusahaan dalam mengaplikasikan laba atas penjualan dan mempermudah manajemen perusahaan mengetahui kinerja perusahaan.

2.1.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi *Net Profit Margin*

Rasio ini dapat digunakan untuk menganalisis pengembalian aset operasi bersih. *Net Profit Margin* menggambarkan tingkat pengembalian dari perusahaan pada suatu industri yang juga merupakan metode yang berguna untuk membandingkan dan menganalisis profitabilitas perusahaan.

Menurut (Hani, 2015) “Rasio profitabilitas dipengaruhi oleh banyak faktor, utamanya adalah laba itu sendiri. Umumnya rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui sejauhmana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dihubungkan dengan aktivitas tertentu. Contohnya, rasio *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang dikenali sebagai informasi untuk mengetahui seberapa besar penjualan yang dilakukan dapat mempengaruhi laba bersih. NPM tidak hanya dipengaruhi oleh angka laba dan penjualan saja, tetapi juga bagaimana perusahaan dapat mengefisienkan biaya.

Menurut (Kurniansyah, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi *Net Profit Margin* (NPM) yaitu *Current Ratio*, *Working Capital Turnover* dan *Debt Ratio* tetapi ada indikator lain yang memiliki integrasi langsung terhadap *Net Profit Margin* seperti harga pokok penjualan, persediaan dan sebagainya.

Berbagai pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi *Net Profit Margin* diantaranya adalah penjualan, *Current Ratio*,

Working Capital Turnove, Debt Ratio dan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya.

2.1.2.4 Pengukuran *Net Profit Margin*

Rasio *Net Profit Margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan. Dihitung dari membagi laba bersih setelah pajak dengan penjualan, menunjukkan laba per rupiah penjualan. Margin laba bersih yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan.

Rumus untuk mencari *Net Profit Margin* yaitu sebagai berikut:

Menurut (Kasmir, 2013)

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{Earning\ After\ Interest\ and\ Tax\ (EAIT)}{Sales}$$

Menurut (Fahmi, 2014)

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{Earning\ After\ Tax\ (EAT)}{Sales}$$

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengukuran *Net Profit Margin* membandingkan laba bersih perusahaan dengan tingkat penjualan bersih.

2.1.3 *Return On Equity*

2.1.3.1 Pengertian *Return On Equity*

Return On Equity menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham, untuk

mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan (Jufrizen & Fatin, 2020).

Menurut (Kasmir, 2013) “*Return On Equity* merupakan Hasil pengembalian ekuitas atau *Return On Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.”

Menurut (Hani, 2014) “*Return On Equity* menunjukkan kemampuan dari ekuitas (umumnya saham biasa) yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba.”

Menurut (Fahmi, 2014) “Rasio *Return On Equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas *equity*. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.”

Menurut (Ramadhani & Pustikaningsih, 2017) *Return On Equity* (ROE) adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat kembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai ROE diperoleh dari laba bersih setelah pajak dibagi dengan total ekuitas.

Berdasarkan teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* merupakan rasio yang digunakan dalam perusahaan untuk menilai kemampuan menghasilkan laba setelah pajak dengan modal sendiri.

2.1.3.2 Tujuan dan Manfaat *Return On Equity*

Return On Equity merupakan salah satu jenis dari rasio profitabilitas yang menunjukkan tingkat kembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan. ROE menunjukkan keuntungan, tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga

bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut (Kasmir, 2013) Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

- 1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Menurut (Kasmir, 2013) Manfaat yang diperoleh perusahaan dalam menggunakan rasio profitabilitas :

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba perusahaan yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Berdasarkan teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat *Return On Equity* sebagai salah satu rasio profitabilitas adalah untuk memudahkan manajemen perusahaan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dengan bermodalkan ekuitas yang sudah diinvestasikan pemegang saham.

2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi *Return On Equity*

Return On Equity (ROE) adalah rasio yang merefleksikan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas dana yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham baik secara langsung maupun dengan laba yang ditahan. Rasio ini sangat menarik bagi pemegang saham maupun para investor.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya rasio *Return On Equity* (ROE). Hal ini didasarkan oleh beberapa pendapat dari ahli, diantaranya menurut (Lie, 2017) *Total Assets Turnover*, *Net Profit Margin*, *Debt Ratio* dan *Earnings Per Share* menjadi faktor yang mempengaruhi *Return On Equity*. Menurut (Ammy, 2021) perputaran modal kerja dan perputaran persediaan berpengaruh terhadap *Return On Equity* perusahaan.

Sedangkan menurut (Inrawan et al., 2020) terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi tingkat *Return On Equity* suatu perusahaan, faktor tersebut yakni tingkat inflasi, suku bunga, dan nilai tukar. Dan menurut (Putri et al., 2022) faktor yang mempengaruhi *return on equity* yaitu *net profit margin* dan tingkat perputaran aktiva usaha.

Berbagai pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya rasio *Return On Equity*.

2.1.3.4 Pengukuran *Return On Equity*

Return On Equity adalah rasio yang mengukur sebuah perusahaan menghasilkan laba atau keuntungan berdasarkan modal saham tertentu. *Return On Equity* menunjukkan kesuksesan manajemen dalam memaksimalkan pengembalian pada pemegang saham.

Rumus untuk mencari *Return On Equity* yaitu sebagai berikut:

Menurut (Kasmir, 2013)

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

Menurut (Hani, 2014)

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Equity}}$$

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengukuran *Return On Equity* membandingkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan.

2.1.4 Sales Growth

2.1.4.1 Pengertian Sales Growth

Dalam menjalankan perusahaan mempunyai tujuan yaitu peningkatan atau perubahan penjualan guna mencapai laba perusahaan. Perubahan penjualan ialah untuk memperoleh penjualan maksimal demi meningkatkan laba perusahaan tersebut. Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan seharusnya dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada karena pertumbuhan penjualan memiliki peranan yang penting dalam suatu perusahaan.

Menurut (Kasmir, 2013) “Rasio Pertumbuhan (*Growth Ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.”

Menurut (Fahmi, 2014) “Rasio Pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum.”

Menurut (Maryanti, 2016) Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan kenaikan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan, hal tersebut berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat.

Menurut (Putri & Nasution, 2018) Pertumbuhan penjualan mencerminkan perubahan peningkatan atau penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat dari laporan keuangan masing-masing perusahaan. Perusahaan yang baik juga dapat dilihat dari aspek penjualan dari tahun ke tahun yang terus meningkat. Hal ini akan berdampak pada peningkatan laba perusahaan sehingga pendanaan internal juga meningkat.

Berdasarkan teori diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa *Sales Growth* digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan penjualan yang telah dicapai perusahaan pada periode-periode sebelumnya. *Sales Growth* yang baik akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat *Sales Growth*

Melihat begitu ketatnya persaingan dalam perekonomian sekarang ini, maka peningkatan penjualan menjadi acuan setiap perusahaan untuk lebih kreatif dalam meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menarik konsumen sebanyak mungkin dan dapat meningkatkan penjualan.

Menurut (Tanjaya & Nazir, 2021) Pertumbuhan penjualan dapat digunakan sebagai ramalan untuk menghitung seberapa besar laba yang akan diperoleh di waktu mendatang. Penjualan bermanfaat bagi perusahaan dimana perusahaan yang menghasilkan penjualan yang tinggi akan digunakan untuk mengembangkan perusahaan menjadi lebih besar dan stabil.

Menurut (Ginting, 2019) manfaat dari pertumbuhan perusahaan adalah:

1. Dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dan mencapai keuntungan yang optimal.
2. Dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
3. Meningkatkan kemampuan perusahaan dalam beroperasi dan bersaing dengan perusahaan lain.
4. Dapat mengurangi masalah perusahaan yang berpotensi terhadap eksistensi hutang yang berisiko dalam struktur modal.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dan manfaat *Sales Growth* (pertumbuhan penjualan) adalah untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya secara keseluruhan dari tahun ke tahun demi memaksimalkan laba yang akan didapat oleh perusahaan.

2.1.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi *Sales Growth*

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan biasanya digunakan untuk mengukur seberapa efektifnya perusahaan mencapai keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Dalam meningkatkan penjualan perlu adanya kepuasan yang dapat dirasakan oleh pelanggan sehingga pelanggan akan memiliki keinginan

untuk membeli kembali produk serta kembali menggunakan jasa saat kebutuhan yang sama muncul kembali pada waktu tertentu.

Menurut Supranto dalam (Arianti et al., 2019) Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas Produk
2. Kualitas Pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

Berikut ini penjelasan dari faktor-faktor di atas :

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Khususnya pada industri jasa.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan satu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Menurut Basu Swastha (2008:406) dalam (Gusrizaldi & Komalasari, 2016) Faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan adalah:

1. Kondisi dan kemampuan penjualan
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi Organisasi Perusahaan

1. Kondisi Pasar

Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak terjual dan pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya terhadap pihak pembeli, maka pihak penjual perlu memperhatikan kondisi pasar sebagai berikut:

- a. Jenis dari pasar itu sendiri, apakah pasar konsumen, pasar industry, pasar penjualan, pasar pemerintah, pasar internasional.
- b. Jenis dan karakteristik barang.
- c. Harga produk.
- d. Kelengkapan barang.

2. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Pada prinsipnya transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat meyakinkan pembelinya untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan, untuk mencapai tujuan tersebut pihak penjual harus memahami beberapa masalah

- a. Lokasi
- b. Suasana toko
- c. Cara pembayaran
- d. Promosi

3. Modal

Pada awalnya pihak membeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan sarana usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan, biaya promosi dan sebagainya. Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan itu.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada dasarnya perusahaan besar-besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh pihak yang ahli dibidang penjualan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya. Lain halnya dengan perusahaan kecil di mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal

ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasi lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak selengkap perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ditangani langsung oleh pimpinan dan tidak diserahkan pada orang lain.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa faktor *Sales Growth* meliputi banyak hal diantaranya faktor internal maupun faktor eksternal. Bagi perusahaan yang memiliki *Sales Growth* dan laba yang tinggi akan menggunakan dana eksternal lebih banyak namun disisi lain *Sales Growth* yang tinggi dapat menghasilkan laba yang dapat digunakan perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan sehingga penggunaan dana eksternal akan rendah karena dana internal sudah dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.

2.1.4.4 Pengukuran *Sales Growth*

Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Maryanti, 2016):

$$Sales\ Growth = \frac{Penjualan\ pada\ tahun\ ke\ t\ (St) - penjualan\ pada\ periode\ sebelumnya\ (St-1)}{Penjualan\ pada\ periode\ sebelumnya\ (St-1)}$$

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada dasarnya merupakan kerangka yang menghubungkan antara variabel terkait. Tujuannya adalah untuk menilai atau mengukur hubungan antara pengaruh dengan variabel dalam suatu penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut.

2.2.1 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap *Sales Growth*

Net Profit Margin merupakan sebuah atau jenis ratio yang sering dipakai dalam menghitung tingkat profitabilitas suatu perusahaan, perhitungan ini digunakan atau dipakai dalam melakukan pengukuran mengenai keberhasilan keseluruhan atas penjualan dari suatu perusahaan (Daeli et al., 2022).

Net Profit Margin menunjukkan besarnya keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan. Rasio ini menginterpretasikan tingkat efisiensi perusahaan, yaitu sejauh mana kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya operasionalnya pada periode tertentu. Semakin besar rasio ini maka semakin baik karena kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui penjualan cukup tinggi serta kemampuan perusahaan dalam menekan biaya-biayanya cukup baik (Ramadhani & Pustikaningsih, 2017).

Sales Growth atau biasa disebut dengan pertumbuhan penjualan, suatu rasio untuk mengukur serta menginformasikan kinerja penjualan dengan pertumbuhan penjualan, serta dikatakan baik bila omzetnya menghasilkan nilai-nilai positif ketika perusahaan dalam keadaan baik, namun paling utama penjualan yang terjadi secara konsisten menciptakan nilai-nilai positif, menunjukkan bahwa perusahaan itu baik-baik saja. Pertumbuhan pendapatan merupakan salah satu metrik untuk memprediksi pertumbuhan perusahaan di masa depan (Muslimin & Bahri, 2023). Dalam hal ini belum terdapat penelitian yang menyatakan apakah *Net Profit Margin* berpengaruh atau tidak terhadap *Sales Growth*.

2.2.2 Pengaruh *Return On Equity* Terhadap *Sales Growth*

Return On Equity merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini

menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. *Return On Equity* yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan dari modal sendiri. Peningkatan ROE akan ikut mendorong nilai jual (Aisah & Mandala, 2016).

Penjualan merupakan salah satu faktor yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan mendapatkan dana untuk kelangsungan hidup dan berkembang selain dari hutang dan modal sendiri, juga dari penjualan produk perusahaan baik berupa barang atau jasa (Suweta & Dewi, 2016).

Pertumbuhan penjualan merupakan manifestasi sebuah keberhasilan dari penanaman modal periode tahun lalu yang bisa dijadikan acuan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan sebuah permintaan produk dan daya saing perusahaan dalam ruang lingkup industri. Naik turunnya pertumbuhan pada perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan untuk mempertahankan laba dalam mendanai perusahaan dimasa yang akan datang (Anggarsari & Aji, 2018).

Penelitian mengenai pengaruh *return on equity* terhadap *sales growth* belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, belum ada pembahasan mengenai berpengaruh atau tidak *Return On Equity* terhadap *Sales Growth*.

2.2.3 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap *Stock Price*

Net Profit Margin dibutuhkan oleh investor untuk mengukur besarnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualannya. *Net Profit Margin* dapat mencerminkan besarnya efektifitas perusahaan dalam meminimalkan beban operasionalnya. Hal ini dikarenakan besar kecilnya laba bersih yang diperoleh dari penjualan sangat dipengaruhi oleh kemampuan

perusahaan dalam menekan beban pokok penjualan, beban operasional, beban umum dan beban lainnya (Purwaningsih & Trianti, 2022). Dengan memeriksa *Net Profit Margin* dan norma industri sebuah perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya, kita dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan lain dalam industri tersebut (Faleria et al., 2017). Jika *Net Profit Margin*, operasi dan status persaingan perusahaan dalam keadaan baik maka dapat meningkatkan permintaan dan penawaran sehingga menyebabkan harga saham naik. Namun, sebaliknya jika operasi perusahaan dalam keadaan tidak baik maka permintaan dan penawaran akan menurun sehingga menyebabkan harga saham menurun.

Berdasarkan hasil penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh (Amalya, 2018) yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh signifikan terhadap harga saham dan memiliki hubungan positif terhadap harga saham. Begitu juga dengan (Hadi et al., 2021) yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan positif terhadap *stock price*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Anshari, 2016) menyatakan bahwa *Net Profit Margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

2.2.4 Pengaruh *Return On Equity* Terhadap *Stock Price*

Return On Equity merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diukur dari jumlah investasi para pemegang saham. *Return On Equity* menunjukkan keefisienan perusahaan dalam mengolah seluruh ekuitasnya untuk memperoleh pendapatan. *Return On Equity* menitikberatkan pada laba atas pemegang saham dan merupakan alat yang digunakan oleh para investor dalam menilai kinerja perusahaan untuk pengembalian keputusan kinerja perusahaan dan

merupakan faktor fundamental yang memengaruhi harga saham. Semakin tinggi *Return On Equity* berarti semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola modalnya untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. Keuntungan pemegang saham ini secara otomatis akan menaikkan harga saham perusahaan (Muslih & Bachri, 2020).

Penelitian mengenai pengaruh *Return On Equity* terhadap harga saham telah banyak dilakukan. Dalam penelitian (Batubara & Purnama, 2018) menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Sedangkan, penelitian yang dilakukan (Nainggolan, 2019) menyatakan *Return On Equity* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Begitu juga, dengan penelitian yang dilakukan (Purwaningsih & Setiawan, 2022) menyatakan bahwa variabel *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap harga saham.

2.2.5 Pengaruh *Sales Growth* Terhadap *Stock Price*

Sales Growth atau pertumbuhan penjualan merupakan metrik yang mengukur kemampuan tim penjualan dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan pendapatan selama periode waktu tertentu. Tanpa pertumbuhan pendapatan, bisnis berisiko disusul oleh pesaing dan mandek. Pertumbuhan penjualan adalah indikator strategis yang digunakan dalam pengambilan keputusan oleh eksekutif dan dewan direksi (Sani, 2018). *Sales growth* yang meningkat menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalankan dan mencapai target perusahaan karena presentase penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun.

Meningkatkan pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan dapat memengaruhi harga saham perusahaan sebab pertumbuhan perusahaan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang akan berdampak pada respon positif dari investor. Hal ini diperkuat dengan teori (Kasmir, 2013) yang menyatakan bahwa Rasio Pertumbuhan (*Growth Ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.

Penelitian mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham telah banyak dilakukan. Hasil penelitian tentang pertumbuhan penjualan terhadap harga saham antara lain dilakukan oleh (Permatasari & Fitria, 2020) yang menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap harga saham namun pada penelitian (Susanti & Wirakusuma, 2022) menyimpulkan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap harga saham, begitu juga dengan (Hayati et al., 2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sehingga peningkatan *Sales Growth* tidak memberikan pengaruh apapun terhadap harga saham.

2.2.6 Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi

Net profit margin merupakan rasio yang mengukur perbandingan pendapatan bersih terhadap penjualan bersih. Rasio ini menunjukkan berapa besar presentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin tinggi tingkat penjualan maka akan meningkatkan laba perusahaan. Jika laba perusahaan meningkat maka rasio *net profit margin* juga akan meningkat. Semakin besar rasio

ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi, Sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga menyebabkan harga saham naik.

Namun apabila tingkat penjualan rendah maka akan menurunkan laba perusahaan. Jika laba perusahaan menurun maka *Net Profit Margin* juga akan menurun. Di mana *Net Profit Margin* yang rendah tidak baik karena dianggap kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba kurang maksimal dan akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang kurang baik akan mengurangi minat investor untuk membeli saham sehingga menyebabkan harga saham akan turun.

Hal ini sesuai dengan teori (Kasmir, 2013) yang menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

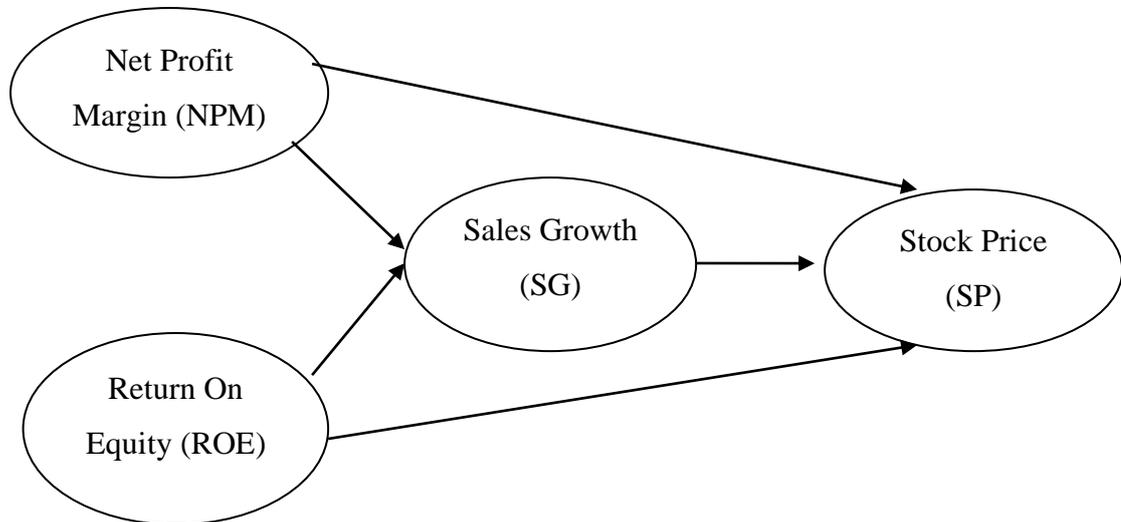
Hubungan antara laba bersih sesudah pajak dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengemudikan perusahaan. Apakah berhasil atau tidak untuk menyisakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu resiko. Dalam hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Subhan & Pardiman, 2016) yang menyatakan net profit margin berpengaruh positif terhadap harga saham.

2.2.7 Pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi

Sales Growth (pertumbuhan penjualan) merupakan tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dari tahun ke tahun sehingga dapat mencerminkan prospek dan profitabilitas suatu perusahaan pada masa yang akan datang. Tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan secara umumnya diukur dengan membandingkan penjualan tahun berjalan dikurangi dengan penjualan perusahaan pada tahun sebelumnya. Apabila tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan meningkat maka profitabilitas pun akan meningkat, satu diantaranya adalah *Return On Equity* dan kinerja perusahaan juga dapat diartikan semakin baik, karena dengan meningkatnya profitabilitas perusahaan, maka laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat dari tahun ke tahun (Rahmi et al., 2020).

Return On Equity yaitu rasio antara laba setelah pajak terhadap total modal sendiri (*Equity*) yang berasal dari setoran modal pemilik. Semakin tinggi *Return On Equity* menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan/laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan (Jufrizen & Sari, 2019). *Return On Equity* yang tinggi tentunya akan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang bersangkutan karena mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik dan harga saham pun akan ikut tinggi. Dalam hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muslih & Bachri, 2020) menyimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *return on equity* terhadap harga saham.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat digambarkan kerangka konseptualnya sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Menurut (Juliandi et al., 2015) Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori.

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian ini, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

1. Ada pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Sales Growth* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Ada pengaruh *Return On Equity* terhadap *Sales Growth* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Ada pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Ada pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Ada pengaruh *Sales Growth* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. Ada pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
7. Ada pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian menggambarkan jenis penelitian yang mendasari penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif.

Menurut (Juliandi et al., 2015) Pendekatan Asosiatif bertujuan menganalisis permasalahan hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Equity* (ROE) dan *Sales Growth*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu berbentuk angka dengan menggunakan instrument formal, standart, dan bersifat mengukur.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Indikator-indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2.1 Variabel Terikat

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Menurut (Ikhsan et al., 2018) “Variabel dependen (*dependent variables*) atau variabel terikat merupakan jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini secara konsep matematis disimbolkan dengan hurup *y*”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Stock*

Price dari setiap perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terpilih menjadi sampel. *Stock Price* adalah suatu harga yang ditetapkan kepada suatu perusahaan bagi pihak lain yang ingin memiliki hak kepemilikan saham. Besaran nilai harga saham dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran yang terjadi antara penjual dan pembeli saham.

Untuk mengukur tingkat kemahalan harga saham, digunakan beberapa jenis saham yaitu saham biasa (*Common Stock*) dan saham preferen (*Preferen Stock*). Penukaran harga saham yang digunakan adalah harga saham penutupan akhir (*Closing Price*) tiap perusahaan yang diperoleh dari harga saham pada penutupan akhir tahun per 31 Desember.

3.2.2 Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan. Menurut (Ikhsan et al., 2018) “Variabel independen (*independent variables*) disebut juga dengan variabel bebas yaitu merupakan jenis variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel dependen yang diduga sebagai akibatnya. Variabel ini secara matematis disimbolkan dengan huruf x ”. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (NPM), dan *Return On Equity* (ROE).

1. Net Profit Margin

Variabel bebas (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (NPM). *Net Profit Margin* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur total laba bersih terhadap total penjualan bersih. Maka secara sistematis dapat diformulasikan sebagai berikut :

Menurut (Kasmir, 2013)

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

2. Return On Equity

Variabel bebas (X2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return On Equity (ROE). *Return On Equity* kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Maka secara sistematis dapat diformulasikan sebagai berikut :

Menurut (Kasmir, 2013)

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

3.2.3 Variabel Mediasi

Menurut (Ikhsan et al., 2018) “Variabel Mediasi atau Intervening didefinisikan sebagai faktor yang secara teoritis mempengaruhi fenomena yang diobservasi tetapi tidak bisa dilihat, diukur atau dimanipulasi. Variabel tersebut terletak diantara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel tersebut berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen”. Variabel mediasi (Z) dalam penelitian ini adalah *Sales Growth* .

Sales Growth (pertumbuhan penjualan) merupakan tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dari tahun ke tahun sehingga dapat mencerminkan prospek dan profitabilitas suatu perusahaan pada masa yang akan datang.

Menurut (Maryanti, 2016) Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Ikhsan et al., 2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan dengan apa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Sektor *Basic Materials* yang berjumlah 93 perusahaan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus representatif karena kesimpulan yang diambil dari sampel tersebut akan diberlakukan untuk populasi. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat diambil dari populasi dan pemilihan sampel penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel dari suatu populasi berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan dapat memperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Menurut (Juliandi et al., 2015) *Purposive Sampling/Judgement Sampling*, teknik ini adalah memilih sampel dari suatu populasi berdasarkan pertimbangan tertentu, baik pertimbangan ahli maupun pertimbangan ilmiah.

Adapun kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Perusahaan Sektor *Basic Materials* yang menerbitkan atau mempublikasikan laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan selama periode pengamatan tahun 2018-2022.
3. Perusahaan tersebut memiliki data yang lengkap sesuai kebutuhan peneliti.

Semua kriteria yang di atas adalah perusahaan ektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Sampel Perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	DPNS	PT. Duta Pratiwi Nusantara Tbk.
2	ALKA	PT. Alakasa Industrindo Tbk.
3	ALMI	PT. Alumindo Light Metal Industry Tbk.
4	BAJA	PT. Saranacentral Bajatama Tbk.
5	WTON	PT. Wijaya Karya Beton Tbk
6	SMBR	PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk.
7	FASW	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk.
8	ISSP	PT. Steel Pipe Industry Of Indonesia Tbk.

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan mendokumentasikan dari laporan keuangan perusahaan Sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, menurut (Juliandi et al., 2015) Analisis data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka atau numerik tertentu. Untuk mempermudah dalam menganalisis penelitian ini maka digunakan aplikasi *Eviews 12* dengan menggunakan alat regresi data panel. Data panel adalah gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*) (Basuki & Prawoto, 2016).

3.6.1 Estimasi Model Regresi Data Panel

Dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM).

1. *Common Effect Model* (CEM)

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016) *Common Effect Model* (CEM) merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengombinasikan data *time series* dan *cross section*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa

menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel.

Adapun persamaan regresi dalam model *common effect* dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + X_{it}\beta + \varepsilon_{it}$$

Di mana i menunjukkan cross section (individu) dan t menunjukkan periode waktunya. Dengan asumsi komponen *error* dalam pengolahan kuadrat terkecil biasa, proses estimasi secara terpisah untuk setiap unit *cross section* dapat dilakukan.

2. *Fixed Effect Model* (FEM)

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016) model ini mengasumsikan bahwa perbedaan antara individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepanya. Oleh karena itu, dalam model *fixed effect*, setiap merupakan parameter yang tidak diketahui dan akan diestimasi dengan menggunakan teknik variabel *dummy* yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + i\alpha_{it} + X'_{it}\beta + \varepsilon_{it}$$

Teknik seperti di atas dinamakan *Least Square Dummy Variabel* (LSDV). Selain diterapkan untuk efek tiap individu, LSDV ini juga dapat mengakomodasi efek waktu yang bersifat sistemik. Hal ini dapat dilakukan melalui penambahan variabel *dummy* waktu di dalam model.

3. *Random Effect Model* (REM)

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016) model ini akan mengestimasi data panel di mana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Keuntungan menggunakan model *Random Effect* yakni menghilangkan

heteroskedastisitas. Model ini juga disebut dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Square* (GLS). Dengan demikian, persamaan model *random effect* dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + X'_{it}\beta + w_{it}$$

Metode OLS tidak bisa digunakan untuk mendapatkan estimator yang efisien bagi model *random effect*. Metode yang tepat untuk mengestimasi model *random effect* adalah *Generalized Least Squares* (GLS) dengan asumsi homoskedastik dan tidak ada *cross-sectional correlation*.

3.6.2 Pemilihan Model Regresi Panel

Untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan, yakni:

1. Uji Chow

Chow test yakni pengujian untuk menentukan model Fixed Effect atau Random Effect yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Perhitungan F statistik didapat dari uji *Chow* dengan rumus:

$$F = \frac{(SSE_1 - SSE_2)/(n - 1)}{(SSE_2)/(nt - n - k)}$$

Keterangan:

SSE₁: Sum square error dari model Common Effect

SSE₂ : Sum square error dari model Fied Effect

n : Jumlah perusahaan (*cross section*)

nt : Jumlah *cross section* x jumlah time series

k : Jumlah variabel independent

Perbandingan dipakai apabila hasil F hitung lebih besar (>) dari F tabel maka H₀ ditolak yang berarti model yang paling tepat digunakan adalah Fixed Effect

Model. Begitupun sebaliknya, jika F hitung lebih kecil ($<$) dari F tabel maka H_0 diterima dan model yang digunakan adalah Common Effect Model. Hipotesis dalam uji chow adalah:

H_0 : Common Effect Model atau pooled OLS

H_1 : Fixed Effect Model

2. Uji Hausman

Hausman test adalah pengujian statistik untuk memilih apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat digunakan. Apabila nilai statistik Hausman lebih besar dari nilai kritis Chi-Square maka artinya model yang tepat untuk regresi data panel adalah model *Fixed Effect* (Somantri & Sukardi, 2019).

Hipotesis yang dibentuk dalam uji Hausman adalah sebagai berikut:

H_0 : *Random Effect Model*

H_1 : *Fixed Effect Model*

3. Uji Lagrange Multiplier

Untuk mengetahui apakah model Random Effect lebih baik daripada metode Common Effect (OLS) digunakan uji Lagrange Multiplier (LM). Apabila nilai LM hitung lebih besar dari nilai kritis Chi-Square maka artinya model yang tepat untuk regresi data panel adalah model Random Effect. Kemudian apabila nilai probabilitas dari BP lebih besar dari 0,05 maka model yang tepat untuk dipilih adalah Common Effect Model (Somantri & Sukardi, 2019). Hipotesis yang dibentuk dalam LM test adalah sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Random Effect Model*

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik. Jika model adalah model yang baik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis. Uji asumsi klasik yang dilakukan yakni:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas menggunakan program *eviews* normalitas residual adalah uji statistik non parametrik Jarque-Bera (JB) tabel. Jika nilai Probability signifikan $> 0,05$ maka distribusi normal. Namun, jika Probability signifikan $< 0,05$ maka distribusi adalah tidak normal (Purba & Maksudi, 2021). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 : Data berdistribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk menguji masalah multikolinearitas dapat melihat matriks korelasi dari variabel bebas. Jika terjadi korelasi lebih dari 0,80 maka terdapat multikolinearitas (Somantri & Sukardi, 2019).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Metode yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas adalah uji *White*, *Glesjer*, *Breusch-Pagan-Godfrey*, *Harvey*, dan ARCH. Model memenuhi persyaratan apabila nilai probabilitas *chi-square* nya melebihi nilai alpha 0,05 (Somantri & Sukardi, 2019).

4. Uji Autokorelasi

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016) Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Wilson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. jika d terletak antara dL dan dU atau di antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.6.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut (Caraka & Sugiarto, 2017) *Path analysis* merupakan suatu teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada

regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung. Regresi dikenakan pada masing-masing variabel dalam suatu model sebagai variabel tergantung (pemberi respon) sedang yang lain sebagai penyebab. Menurut (Juliandi et al., 2015) analisis jalur memiliki banyak model. Idealnya suatu model dikatakan adalah sebuah jalur jika sekaligus memiliki dua hal sekaligus, yakni pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

Untuk mengetahui signifikan analisis jalur maka:

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel variabel dependen.
3. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel mediasi.
4. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel variabel mediasi.
5. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $>$ pengaruh langsung ($p1 \times p5 > p3$) maka variabel Z adalah variabel intervening/mediasi, arau dengan kata lain pengaruh yang sebenarnya adalah tidak langsung.
6. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ pengaruh langsung ($p1 \times p5 < p3$) maka variabel Z adalah bukan variabel intervening/mediasi, pengaruh yang sebenarnya adalah langsung.

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis adalah analisis data yang penting karena berperan penting untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dan membuktikan hipotesis penelitian.

1. Uji t (Uji Parsial)

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016) Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial. Rumus yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

$$x = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Apabila probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Sari & Sugiyono, 2016).

2. Uji f

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016) Uji f dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan. Rumus yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

$$f = \frac{R^2/(k-1)}{1 - R^2/(n-k)}$$

Keterangan:

f = Nilai f

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Uji signifikansi F dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi

Menurut (Purba & Maksudi, 2021) nilai R^2 dapat digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Akan tetapi R^2 memiliki kelemahan yang mendasar yaitu terdapat bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model, maka dalam penelitian ini menggunakan adjusted R^2 yang berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai adjusted R^2 yang kecil berarti memiliki kemampuan terbatas pada variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Jika nilai adjusted R^2 semakin mendekati 1 maka kemampuan model tersebut semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen (Y).

Dimana:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien Korelasi

3.6.6 Uji Mediasi dengan *Sobel Test*

Variabel Mediasi atau Intervening adalah variabel yang terletak diantara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel tersebut berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (*Sobel Test*). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (Z). Untuk dapat melihat signifikansi pengaruh mediasi digunakan strategi *product of coefficient* dengan melihat nilai $Z > 1,96$. Apabila dari variabel independen ke variabel mediasi signifikan, dan variabel mediasi ke variabel dependen juga signifikan, maka dapat diasumsikan bahwa terdapat pengaruh variabel mediasi antara variabel independen ke variabel dependen.

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

Obyek penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 yang berjumlah 93 perusahaan. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) dan *Return On Equity* (ROE) terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai variabel mediasi.

4.1.1 *Stock Price*

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah *Stock Price*. *Stock Price* yang cukup tinggi dapat memberikan keuntungan, yakni berupa deviden dan *capital gain* serta dapat memberikan citra baik pada perusahaan sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi diperusahaan tersebut.

Berikut ini adalah data *Stock Price* pada perusahaan sektor Basic Materials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Tabel 4.1
Stock Price
Perusahaan Sektor *Basic Materials* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2018-2022

Kode Perusahaan	Tahun					Rata- Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	316	254	274	394	400	328
ALKA	300	418	262	256	266	300
ALMI	400	358	248	300	272	316
BAJA	113	62	116	334	124	150
WTON	376	450	386	246	191	330
SMBR	1.750	440	1.065	620	386	852
FASW	7.775	7.700	7.475	7.600	5.850	7.280
ISSP	84	184	160	398	246	214
Rata-Rata	1.389	1.233	1.248	1.268	967	1.221

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, jika dilihat dari rata-rata keseluruhan pertahun dari perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 1.221 di mana untuk rata-rata pertahun pada tahun 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 *stock price* berada di atas rata-rata, sedangkan di tahun 2022 *stock price* berada dibawah rata-rata. Sementara untuk rata-rata perperusahaan, terdapat 1 perusahaan yang nilai *stock price* nya berada di atas rata-rata dan terdapat 7 perusahaan yang nilai *stock price* nya dibawah rata-rata.

4.1.2 *Net Profit Margin* (NPM)

Variabel bebas (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (NPM). *Net Profit Margin* merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang dibandingkan dengan penjualan sesudah dikurangi biaya-biaya yang ada.

Berikut ini adalah data *Net Profit Margin* pada perusahaan sektor Basic Materials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Tabel 4.2
Net Profit Margin
Perusahaan Sektor Basic Materials Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022

Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	6.54%	3.31%	2.48%	15.44%	13.65%	8.28%
ALKA	0.64%	0.33%	0.33%	0.50%	1.16%	0.592%
ALMI	0.1%	-13.4%	-27.8%	0.04%	-3.92%	-8.996%
BAJA	-7.50%	-0.2%	4.7%	6.44%	-9.7%	-1.252%
WTON	7.02%	7.23%	2.67%	1.92%	2.85%	4.33%
SMBR	4%	2%	1%	3%	5%	3%
FASW	14.1%	11.7%	4.5%	5.2%	1.1%	7.32%
ISSP	1.1%	3.8%	4.7%	9.0%	4.9%	4.7%
Rata-Rata	3.25%	1.84%	-0.92%	5.19%	1.88%	2.23%

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia sebesar 2,23%. Di mana untuk rata-rata pertahunnya, pada tahun 2018 dan 2021 *Net Profit Margin* berada di atas rata-rata dan pada tahun 2019, 2020 dan tahun 2022 *Net Profit Margin* berada di bawah rata-rata. Sedangkan, untuk rata-rata perperusahaan ada 3 perusahaan dengan nilai *Net Profit Margin* berada di bawah rata-rata dan ada 5 perusahaan yang berada di atas rata-rata.

4.1.3 Return On Equity (ROE)

Variabel bebas (X2) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Return On Equity* (ROE). Return On Equity (ROE) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk menilai kemampuan menghasilkan laba setelah pajak dengan modal sendiri. Berikut ini merupakan hasil perhitungan *Return On Equity* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Tabel 4.3
Return On Equity
Perusahaan Sektor Basic Materials Yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2018-2022

Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	3.38%	1.40%	0.84%	7.38%	8.31%	4.262%
ALKA	22.78%	7.02%	6.35%	13.54%	26.14%	15.16%
ALMI	2.0%	-13643.6%	99.1%	0.10%	-9.43%	-2710.3%
BAJA	-124.8%	-3.1%	44.1%	41.35%	-93.8%	-27.25%
WTON	20.58%	19.92%	4.35%	2.40%	4.85%	10.42%
SMBR	2%	1%	0.3%	1.5%	3.1%	1.58%
FASW	32.8%	20.6%	7.7%	12.1%	2.4%	15.12%
ISSP	1.7%	6.0%	5.3%	12.8%	7.4%	6.64%
Rata-Rata	-4.94%	-1689.8%	21.005%	11.40%	-6.37%	-335.54%

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, maka dapat dilihat bahwa rata-rata *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar -335.54%. Dimana untuk rata-rata pertahunnya pada tahun 2018, 2020, 2021, dan 2022 *Return On Equity* berada di atas rata-rata dan pada

tahun 2019 *Return On Equity* berada dibawah rata-rata. Sementara itu, untuk rata-rata perperusahaan ada 7 perusahaan dengan nilai *Return On Equity* di atas rata-rata dan hanya ada 1 perusahaan dengan nilai *Return On Equity* di bawah rata-rata.

4.1.4 Sales Growth

Variabel mediasi (Z) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sales Growth*. *Sales Growth* digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan penjualan yang telah dicapai perusahaan sektor Basic Materials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode-periode sebelumnya.

Berikut ini adalah hasil perhitungan *Sales Growth* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Sales Growth
Perusahaan Sektor Basic Materials Yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2018-2022

Kode Perusahaan	Tahun					Rata- Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	28.83%	-17.06%	-18.73%	52.33%	36.48%	16.37%
ALKA	86%	-38.16%	-8.11%	69.77%	19.02%	25.70%
ALMI	26.9%	-50.4%	-56.9%	50.6%	-21.2%	-10.2%
BAJA	5.0%	-16.2%	12.34%	14.1%	-22.7%	-1.49%
WTON	29.25%	2.20%	-32.19%	-10.21%	34.64%	4.73%
SMBR	29%	0.2%	-14%	2%	7.43%	4.92%
FASW	35%	-17%	-4%	51%	-8.7%	11.26%
ISSP	22%	9%	-23%	42%	16%	13.2%
Rata-Rata	32.74%	-15.92%	-18.07%	33.94%	7.62%	8.06%

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat dilihat dari rata-rata *Sales Growth* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 8.06%. Di mana untuk rata-rata pertahun pada tahun 2018, 2021, dan

tahun 2022 *Sales Growth* berada di atas rata-rata sedangkan pada tahun 2019 dan 2020 *Sales Growth* di bawah rata-rata. Sementara itu, untuk rata-rata perusahaan terdapat 4 perusahaan yang berada di atas rata-rata dan 4 perusahaan dengan nilai di bawah rata-rata.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Pemilihan Metode Estimasi Data Panel

Regresi data panel dilakukan dengan tiga model yaitu *common effect*, *fixed effect* dan *random effect*. Masing-masing model memiliki kelebihan dan kekurangan. Pemilihan model tergantung kepada asumsi yang dipakai peneliti dan pemenuhan syarat-syarat pengelolaan data statistik. Oleh karena itu langkah pertama yang harus dilakukan adalah memilih model dari ketiga yang tersedia.

Selanjutnya dilakukan menggunakan uji asumsi klasik, uji hipotesis dan interpretasi. Dalam pemilihan metode estimasi yang tepat dalam penelitian ini maka ada beberapa langkah pengujian yang harus dilakukan yaitu pertama adalah melakukan uji Chow, uji Hausman atau uji Lagrange Multiplier dengan kriteria sebagai berikut.

Tabel 4.5
Kriteria Pemilihan Model

No	Pengujian	Hasil	Keputusan
1	Uji Chow	Prob > 0,05	CEM
		Prob < 0,05	FEM
2	Uji Hausman	Prob > 0,05	REM
		Prob < 0,05	FEM
3	Uji Legrange Multipler	Prob > 0,05	CEM
		Prob < 0,05	REM

1. Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan model apa yang akan dipilih antara *Common Effect Model* atau *Fixed Effect Model*. Kriteria uji chow yaitu:

Prob. $> 0,05$: *Common Effect*

Prob. $< 0,05$: *Fixed Effect*

Tabel 4.6
Hasil Uji Chow Model I

Redundant Fixed Effect Tests
Equation : Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross –section F	0.783647	(7,30)	0.6062
Cross-section Chi-square	6.717105	7	0.4589

Hasil dari uji chow pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar $0.4589 > 0,05$. Hal ini menandakan bahwa metode yang tepat untuk digunakan pada model I adalah *Common Effect Model* (CEM).

Tabel 4.7
Hasil Uji Chow Model II

Redundant Fixed Effect Tests
Equation : Untitled
Test cross-section fied effects

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross –section F	4.343672	(7,24)	0.0031
Cross-section Chi-square	28.644529	7	0.0002

Hasil dari uji chow pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar $0.0002 < 0,05$. Hal ini menandakan bahwa metode yang tepat untuk digunakan pada model II adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

2. Uji Hausman

Uji Hausman adalah pengujian statistic yang digunakan untuk memilih model yang paling tepat untuk digunakan, antara *fixed effect* atau *random effect*.

Kriteria Uji Hausman adalah:

Prob. $> 0,05$: *Random Effect*

Prob. $< 0,05$: *Fixed Effect*

Tabel 4.8
Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects-Hausman Test

Equation : Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	4.968585	3	0.1741

Hasil dari uji hausman pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai probailitas sebesar $0.1741 > 0,05$. Hal ini menandakan bahwa metode yang tepat untuk digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

3. Uji Langrange Multipler

Uji *lagrange multiplier* ini adalah untuk mengetahui apakah suatu model *random effect* lebih baik digunakan dari pada metode *common effect* maka digunakan uji *lagrange multiplier* (LM). Kriteria uji *Lagrange Multiplier* yaitu :

Prob. $> 0,05$: *Common effect*

Prob. $< 0,05$: *Random effect*

Tabel 4.9
Hasil Uji Lagrange Multiplier Model I
 Lagrange Multiplier Test for Random Effect
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided
 (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.833464 (0.3613)	22.97559 (0.0000)	23.80905 (0.0000)
Honda	-0.912943 (0.8194)	4.793286 (0.0000)	2.743817 (0.0030)
King-Wu	-0.912943 (0.8194)	4.793286 (0.0000)	3.273194 (0.0005)
Standardized Honda	-0.665197 (0.7470)	5.617572 (0.0000)	0.457207 (0.3238)
Standardized King-Wu	-0.665197 (0.7470)	5.617572 (0.0000)	1.174443 (0.1201)
Gourieroux, et al.	-	-	22.97559 (0.0000)

Hasil dari uji lagrange multipler pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Breush-Pagan* (BP) pada sub *Cross section* sebesar 0.3613 > 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa metode yang tepat untuk digunakan pada model I adalah *Common Effect Model*.

Tabel 4.10
Hasil Uji Lagrange Multiplier Model II
 Lagrange Multiplier Tests for Random Effect
 Null hypotheses: No effects
 Alternative hypotheses: Two –sided (Breusch-Pagan) and one-sided
 (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	6.301113 (0.0121)	0.123586 (0.7252)	6.424699 (0.0113)
Honda	2.510202 (0.0060)	-0.351548 (0.6374)	1.526399 (0.0635)

King-Wu	2.510202 (0.0060)	-0.351548 (0.6374)	1.257594 (0.1043)
Standardized Honda	3.068704 (0.0011)	0.090279 (0.4640)	-0.839327 (0.7994)
Standardized King-Wu	3.068704 (0.0011)	0.090279 (0.4640)	-1.093305 (0.8629)
Gourieroux, et al.	-	-	6.301113 (0.0167)

Hasil dari uji lagrange multiplier pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Breush-Pagan* (BP) pada sub *Cross section* sebesar $0.0121 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa metode yang tepat untuk digunakan pada model II adalah *Random Effect Model* (REM).

Dari ketiga pengujian yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

1. *Common Effect Model* (CEM) merupakan model regresi terbaik yang digunakan untuk model I.
2. *Random Effect Model* (REM) merupakan model regresi terbaik yang digunakan untuk model II.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik. Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Pada uji multikolinearitas, nilai koefisien korelasi $< 0,80$.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas Model I

	NPM	ROE
NPM	1.000000000	0.3413408096270229
ROE	0.3413408096270229	1.000000000

Hasil dari uji multikolinearitas di atas menunjukkan bahwa nilai $0.34134 < 0,80$. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa data ini tidak terjerang masalah multikolinearitas.

Pada pemilihan model II yang terpilih adalah *Random Effect Model* (REM), maka tidak perlu dilakukan uji multikolinearitas. Karena diasumsikan bahwa metode estimasi *Generalized Least Square* (GLS) dapat mengatasi heteroskedastisitas dan autokorelasi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi. Model regresi ini dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas $> 0,05$.

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas Model I

Dependent Variable: RESABS

Method: Panel Least Squares

Date: 08/06/23 Time: 11:33

Sample: 2018 2022

Periods included: 5

Cross-section included: 8

Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.208158	0.030205	6.891451	0.0000
NPM	-0.029663	0.403345	-0.073542	0.9418
ROE	0.001554	0.001394	1.114936	0.2721

Hasil dari uji heteroskedastisitas di atas menunjukkan bahwa nilai p-value Variabel NPM sebesar $0.9418 > 0,05$ dan nilai p-value variabel ROE sebesar $0.2721 > 0,05$. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Pada pemilihan model II yang terpilih adalah *Random Effect Model (REM)*, maka tidak perlu dilakukan uji heteroskedastisitas. Karena diasumsikan bahwa metode estimasi *Generalized Least Square (GLS)* dapat mengatasi heteroskedastisitas dan autokorelasi.

4.2.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik secara parsial ataupun simultan yang memiliki hubungan antara variabel X1, X2 dan Z berpengaruh terhadap variabel Y. Ada dua jenis koefisien regresi yang dapat dilakukan yaitu uji t dan f.

1. Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent secara parsial. Berdasarkan pengolahan dengan menggunakan aplikasi eviews, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji t) Model I

Dependent Variable: Z
Method: Panel Least Squares
Date: 08/06/23 Time: 11:35
Sample: 2018 2022
Periods included: 5
Cross-sections included: 8
Total panel (balanced) observations: 40

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	1.982487	0.632041	3.136645	0.0033
X2	0.002064	0.002184	0.945002	0.3508
C	0.042986	0.047332	0.908182	0.3697

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil uji t (pengaruh secara parsial variabel X terhadap Z) sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- c. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 dengan kata lain jika p (probabilitas) $> 0,05$ maka dinyatakan tidak signifikan dan sebaliknya jika p (probabilitas) $< 0,05$ maka dinyatakan signifikan.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

H_0 : diterima jika nilai probabilitas $> 0,05$

H_a : diterima jika nilai probabilitas $< 0,05$

1. Pengujian Hipotesis 1 : *Net Profit Margin* (NPM) Berpengaruh Terhadap *Sales Growth*

- a. H₀ diterima jika : nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (*Net Profit Margin*) terhadap variabel terikat (*Sales Growth*).
- b. H_a diterima jika : nilai probabilitas $< 0,05$, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (*Net Profit Margin*) terhadap variabel terikat (*Sales Growth*).

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.13 didapatkan hasil bahwa nilai probabilitas NPM (X1) $0.0033 < 0,05$ maka H_a diterima dan H₀ ditolak. Artinya *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap *Sales Growth*.

2. Pengujian Hipotesis 2 : *Return On Equity* (ROE) Berpengaruh Terhadap *Sales Growth*

- a. H₀ diterima jika : nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (*Return On Equity*) terhadap variabel terikat (*Sales Growth*).
- b. H_a diterima jika : nilai probabilitas $< 0,05$, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (*Return On Equity*) terhadap variabel terikat (*Sales Growth*).

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.13 didapatkan hasil bahwa nilai probabilitas ROE (X2) $0.3508 > 0,05$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Artinya *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap *Sales Growth*.

Tabel 4.14

Hasil Uji Parsial (Uji t) Model II

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 08/06/23 Time: 11:42

Sample: 2018 2022

Periods included: 5

Cross-section included: 8

Total panel (unbalanced) observations: 35

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Z	-89.80343	87.52008	-1.026089	0.3151
X1	1144.267	540.5776	2.116750	0.0448
X2	31.08864	19.81126	1.569241	0.1297
C	309.7458	60.48667	5.120893	0.0000

3. Pengujian Hipotesis 3 : *Net Profit Margin* (NPM) Berpengaruh Terhadap *Stock Price*

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- H₀ diterima jika : nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (*Net Profit Margin*) terhadap variabel terikat (*Stock Price*).
- H_a diterima jika : nilai probabilitas $< 0,05$, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (*Net Profit Margin*) terhadap variabel terikat (*Stock Price*).

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.14 didapatkan hasil bahwa nilai probabilitas NPM (X1) $0.0448 < 0,05$ maka H_a diterima dan H₀ ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap *Stock Price*.

4. Pengujian Hipotesis 4 : *Return On Equity (ROE)* Berpengaruh Terhadap *Stock Price*.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. H₀ diterima jika : nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (*Return On Equity*) terhadap variabel terikat (*Stock Price*).
- b. H_a diterima jika : nilai probabilitas $< 0,05$, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (*Return On Equity*) terhadap variabel terikat (*Stock Price*).

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.14 didapatkan hasil bahwa nilai probabilitas ROE (X₂) $0,1297 > 0,05$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity (ROE)* tidak berpengaruh terhadap *Stock Price*.

5. Pengujian Hipotesis 5 : *Sales Growth* berpengaruh Terhadap *Stock Price*.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. H₀ diterima jika : nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (*Sales Growth*) terhadap variabel terikat (*Stock Price*).
- b. H_a diterima jika : nilai probabilitas $< 0,05$, yang artinya ada pengaruh antara variabel bebas (*Sales Growth*) terhadap variabel terikat (*Stock Price*).

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pada tabel 4.14 didapatkan hasil bahwa nilai probabilitas *Sales Growth* (Z) $0,3151 > 0,05$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap *Stock Price*.

6. Pengujian Hipotesis : *Net Profit Margin* (NPM) Berpengaruh Terhadap *Stock Price* Dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi.

Koefisien pengaruh langsung, tidak langsung:

- a. Pengaruh langsung X1 ke Y melalui Z dilihat dari nilai koefisien regresi X1 (*Net Profit Margin*) terhadap Y (*Stock Price*) yaitu 1144.267.
- b. Pengaruh tidak langsung X1 ke Y melalui Z dilihat dari perkalian antara nilai koefisien regresi X1 terhadap dengan nilai koefisien regresi Z terhadap Y yaitu $1.982487 \times -89.80343 = -178.0341$
- c. Pengaruh total X1 ke Y dilihat dari pengaruh langsung + nilai pengaruh tidak langsung = $1144.267 + (-178.0341) = 996.2329$

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $>$ pengaruh langsung maka variabel Z adalah variabel mediasi, atau dengan kata lain pengaruh yang sebenarnya adalah tidak langsung.
- b. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ pengaruh langsung maka variabel Z adalah bukan variabel mediasi, atau dengan kata lain yang sebenarnya adalah langsung.

Kemudian dapat diketahui nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ pengaruh langsung yaitu $-178.0341 < 1144.267$ maka X1 berpengaruh langsung terhadap Y dan Z adalah bukan variabel mediasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* tidak memediasi pengaruh antara NPM dengan *Stock Price*. Maka hipotesis 6 ditolak.

7. Pengujian Hipotesis : *Return On Equity (ROE)* Berpengaruh Terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi.

Koefisien pengaruh langsung, tidak langsung:

- a. Pengaruh langsung X2 ke Y melalui Z dilihat dari nilai koefisien regresi X2 (*Return On Equity*) terhadap Y (*Stock Price*) yaitu 31.08864.
- b. Pengaruh tidak langsung X2 ke Y melalui Z dilihat dari perkalian antara nilai koefisien regresi X2 terhadap Z dengan nilai koefisien regresi Z terhadap Y yaitu $0.002064 \times -89.80343 = -0.185354$
- c. Pengaruh total X2 ke Y dilihat dari pengaruh langsung + nilai pengaruh tidak langsung = $31.08864 + -0.185354 = 30.90328$

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $>$ pengaruh langsung maka variabel Z adalah variabel mediasi, atau dengan kata lain pengaruh yang sebenarnya adalah tidak langsung.
- b. Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ pengaruh langsung maka variabel Z adalah bukan variabel mediasi, atau dengan kata lain yang sebenarnya adalah langsung.

Kemudian dapat diketahui nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ pengaruh langsung yaitu $-0.185354 < 31.08864$ maka X2 berpengaruh langsung terhadap Y dan Z adalah bukan variabel mediasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* tidak dapat memediasi pengaruh antara ROE dengan *Stock Price*.

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) dengan nilai signifikan value F test $< 0,05$.

Kriteria pengujian:

- a. H_0 diterima jika : nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap Y secara simultan.
- b. H_a diterima jika : nilai probabilitas $< 0,05$, yang artinya ada pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap Y secara simultan.

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan (Uji F) Model I

R-squared	0.280677
Adjusted R-squared	0.241795
S.E. of regression	0.276665
Sum squared resid	2.832109
Log likelihood	-3.800386
F-statistic	7.218634
Prob (F-statistic)	0.002255

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas $0.002255 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Net Profit Margin* dan *Return On Equity* secara simultan berpengaruh terhadap *Stock Price*.

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (Uji F) Model II

R-squared	0.560201
Adjusted R-squared	0.376965
S.E. of regression	126.9016
Sum squared resid	386496.1
Log likelihood	-212.5796
F-statistic	3.057154
Prob (F-statistic)	0.012075

Kriteria pengujian:

- a. H_0 diterima jika : nilai probabilitas $> 0,05$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel X_1 , X_2 , dan Z terhadap Y secara simultan.
- b. H_a diterima jika : nilai probabilitas $< 0,05$, yang artinya ada pengaruh antara variabel X_1 , X_2 dan Z terhadap Y secara simultan.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas $0.012075 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Net Profit Margin*, *Return On Equity*, dan *Sales Growth* secara simultan berpengaruh terhadap *Stock Price*.

3. Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai R-Square digunakan untuk mengetahui bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi lain variabel bebas. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditentukan. Berikut pengujian statistiknya.

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi Model 1

R-squared	0.280677
Adjusted R-squared	0.241795
S.E. of regression	0.276665
Sum squared resid	2.832109
Log likelihood	-3.800386
F-statistic	7.218634
Prob (F-statistic)	0.002255

Berdasarkan hasil pengujian regresi koefisien determinasi pada tabel di atas terlihat bahwa nilai R-Squared yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0.28 atau sama dengan 28%. Hal ini berarti 28% diberikan kepada variabel *Net*

Profit Margin dan *Return On Equity* secara bersama-sama terhadap *Stock Price*, sedangkan sisanya 72% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 18
Koefisien Determinasi Model II

R-squared	0.560201
Adjusted R-squared	0.376965
S.E. of regression	126.9016
Sum squared resid	386496.1
Log likelihood	-212.5796
F-statistic	3.057154
Prob (F-statistic)	0.012075

Berdasarkan hasil pengujian regresi koefisien determinasi pada tabel diatas terlihat bahwa R-Squared yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 0.56 atau sama dengan 56%. Hal ini berarti bahwa 56% diberikan kepada variabel *Net Profit Margin*, *Return On Equity*, dan *Sales Growth* secara bersama-sama terhadap *Stock Price*, sedangkan sisanya 44% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

4.2.4 Hasil Analisis Uji Pengaruh Mediasi

Sobel test digunakan untuk memastikan hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel independent terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi. Berikut ini perhitungan uji sobel pada pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai variabel mediasi.

$$Z = \frac{aX1 \times bZ}{\sqrt{(bZ^2 SE^2_{aX1}) + (aX1^2 SE^2_{bZ})}}$$

$$Z = \frac{1.982487 \times -89.80343}{\sqrt{((-89.80343^2)(0.632041^2_{aX1}) + ((1.982487^2)(87.52008^2_{bZ}))}}$$

$$Z = \frac{-178.0341325}{\sqrt{33326.460216}}$$

$$Z = \frac{-178.0341325}{182.555362}$$

$$Z = -0.97523365$$

Berdasarkan dari perhitungan uji *sobel* di atas diketahui bahwa pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai variabel mediasi, nilai $Z < 1,96$ ($-0.975 < 1,96$) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* tidak memiliki pengaruh terhadap *Stock Price* melalui *Sales Growth*.

Berikut ini perhitungan uji *sobel* pada pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai variabel mediasi.

$$Z = \frac{aX2 \times bZ}{\sqrt{(bZ^2 SE^2_{aX2}) + (aX2^2 SE^2_{bZ})}}$$

$$Z = \frac{0.002064 \times -89.80343}{\sqrt{((-89.80343^2)(0.002184^2_{aX2}) + ((0.002064^2)(87.52008^2_{bZ}))}}$$

$$Z = \frac{-0.18535428}{\sqrt{0.07109858}}$$

$$Z = \frac{-0.18535428}{0.266643169}$$

$$Z = -0.6951398$$

Berdasarkan nilai perhitungan uji *sobel* di atas diketahui bahwa pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai variabel mediasi, $Z < 1,96$ ($-0.695 < 1,96$) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak memiliki pengaruh terhadap *Stock Price* melalui *Sales Growth*.

4.2.5 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.2.5.1 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap *Sales Growth*

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui aplikasi *eviews* 12 menggunakan metode *Common Effect Model* pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Sales Growth* diperoleh nilai probabilitas sebesar $0.0033 < 0,05$. Hal ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak artinya *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap *Sales Growth*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Net Profit Margin* yang naik ataupun turun dapat menentukan nilai *Sales Growth*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara teori dan pendapat yang telah dikemukakan di atas mengenai pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Sales Growth*, maka penulis menyimpulkan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap *Sales Growth* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

4.2.5.2 Pengaruh *Return On Equity* Terhadap *Sales Growth*

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui aplikasi *eviews* 12 menggunakan metode *Common Effect Model* pengaruh *Return On Equity* terhadap *Sales Growth* diperoleh $0.3508 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap *Sales Growth*. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya nilai *Return On Equity* tidak akan menentukan *Sales Growth*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara teori dan juga pendapat yang telah dikemukakan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Sales Growth*

pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

4.2.5.3 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap *Stock Price*

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial melalui aplikasi *evIEWS* 12 menggunakan metode *Random Effect Model* pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* diperoleh nilai probabilitas sebesar $0.0448 < 0,05$. Dengan hasil tersebut, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap *Stock Price*. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya nilai *Net Profit Margin* dapat mempengaruhi *Stock Price*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Amalya, 2018) dan (Hadi et al., 2021) dengan hasil *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh signifikan terhadap harga saham dan memiliki hubungan positif terhadap *Stock Price*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan, maka penulis menyimpulkan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh secara signifikan terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

4.2.5.4 Pengaruh *Return On Equity* Terhadap *Stock Price*

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui aplikasi *evIEWS* 12 menggunakan metode *Random Effect Model* pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,1297 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap *Stock Price*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya *Return On Equity* tidak dapat mempengaruhi *Stock Price*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nainggolan, 2019) dengan hasil *Return On Equity* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Stock Price*, serta penelitian yang dilakukan oleh (Purwaningsih & Setiawan, 2022) dengan hasil variabel *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas mengenai pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price*, maka penulis menyimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

4.2.5.5 Pengaruh *Sales Growth* Terhadap *Stock Price*

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial melalui aplikasi *evIEWS 12* menggunakan metode *Random Effect Model* pengaruh *Sales Growth* terhadap *Stock Price* diperoleh nilai probabilitas sebesar $0.3151 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap *Stock Price*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya *Sales Growth* tidak dapat mempengaruhi *Stock Price*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Susanti & Wirakusuma, 2022) dengan hasil *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap *Stock Price*, dan penelitian yang dilakukan oleh (Hayati et al., 2019) dengan hasil pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara teori, pendapat maupun penelitian terdahulu, maka penulis menyimpulkan bahwa

Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

4.2.5.6 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh secara langsung terhadap *Stock Price* yang ditandai dengan lebih besarnya nilai pengaruh langsung dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, yakni sebesar $(1144.267 > -178.0341)$. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh mediasi yang dilakukan dengan uji sobel mengindikasikan bahwa *Net Profit Margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Stock Price* melalui *Sales Growth*. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai $Z < 1,96$ ($-0.975 < 1,96$) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap *Stock Price* melalui *Sales Growth*.

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya *Net Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap *Sales Growth*. *Sales Growth* tidak memediasi hubungan antara *Net Profit Margin* dengan *Stock Price*. Artinya setiap kenaikan *Net Profit Margin* tidak mengakibatkan kenaikan *Sales Growth*, dan sebaliknya setiap penurunan *Net Profit Margin* tidak menurunkan *Sales Growth*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Subhan & Pardiman, 2016) yang menyatakan *net profit margin* berpengaruh positif terhadap harga saham dan penelitian yang dilakukan (Susanti & Wirakusuma, 2022) dengan hasil *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap *Stock Price*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa *Sales Growth*

tidak memediasi pengaruh *Net Profit Margin* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

4.2.5.7 Pengaruh *Return On Equity* Terhadap *Stock Price* dengan *Sales Growth* sebagai Variabel Mediasi

Dari hasil hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh secara langsung terhadap *Stock Price* yang ditandai dengan besarnya nilai langsung dibandingkan dengan nilai tidak langsung yakni sebesar (31.08864 > -0.185354). Berdasarkan hasil pengujian pengaruh mediasi yang dilakukan dengan uji sobel mengindikasikan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Stock Price* melalui *Sales Growth*. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai $Z < 1,96$ ($-0.695 < 1,96$) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak memiliki pengaruh terhadap *Stock Price* melalui *Sales Growth*.

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap *Sales Growth*. *Sales Growth* tidak memediasi hubungan antara *Return On Equity* terhadap *Stock Price*. Kemudian setiap kenaikan *Return On Equity* tidak mengakibatkan kenaikan pada *Sales Growth*, begitu juga sebaliknya setiap penurunan *Return On Equity* tidak menurunkan *Sales Growth*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Muslih & Bachri, 2020) dengan hasil bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *return on equity* terhadap harga saham serta penelitian yang dilakukan oleh (Hayati et al., 2019) dengan hasil pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis secara teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah penulis kemukakan di atas,

maka penulis menyimpulkan bahwa *Sales Growth* tidak memediasi pengaruh *Return On Equity* terhadap *Stock Price* pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *net profit margin* dan *return on equity* terhadap *stock price* dengan *sales growth* sebagai variabel mediasi pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menunjukkan bahwa *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *sales growth*.
2. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menunjukkan bahwa *return on equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *sales growth*.
3. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menunjukkan bahwa *net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap *stock price*.
4. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menunjukkan bahwa *return on equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *stock price*.
5. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *stock price*.

6. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menunjukkan bahwa *sales growth* tidak memediasi pengaruh *net profit margin* terhadap *stock price*.
7. Hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menunjukkan bahwa *sales growth* tidak memediasi pengaruh *return on equity* terhadap *stock price*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan dan kesimpulan penelitian maka diperoleh beberapa saran bagi peneliti berikutnya maupun pembaca, diantaranya:

1. *Net Profit Margin* menjadi variabel yang mempengaruhi *sales growth* di Bursa Efek Indonesia. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan nilai *Net Profit Margin*, sebab perhitungan ini digunakan atau dipakai dalam melakukan pengukuran mengenai keberhasilan keseluruhan atas penjualan dari suatu perusahaan.
2. *Return On Equity* menjadi variabel yang tidak mempengaruhi *sales growth* di Bursa Efek Indonesia. Disarankan untuk tetap meningkatkan pertumbuhan modal sendiri, karena modal sendiri dapat digunakan untuk menampung hal-hal atau kejadian-kejadian yang tidak dapat diduga sebelumnya.
3. *Net Profit Margin* merupakan variabel yang mempengaruhi *stock price* di Bursa Efek Indonesia. Maka hendaknya masa yang akan datang perusahaan perlu mempertahankan penjualannya dan lebih mengefektifkan beban biaya, beban produksi, beban bunga serta beban pajak sehingga diharapkan laba yang diperoleh dapat tetap maksimal.

4. *Return On Equity* menjadi variabel yang tidak berpengaruh terhadap *stock price* di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan disarankan untuk tetap meningkatkan *return on equity* sebab *return on equity* merupakan rasio yang menunjukkan kredibilitas perusahaan dalam mengelola aset.
5. *Sales Growth* menjadi variabel yang tidak berpengaruh pada *stock price* di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan disarankan untuk tetap meningkatkan penjualannya, karena penjualan yang tinggi akan menghasilkan laba yang tinggi.
6. *Sales Growth* tidak dapat memediasi pengaruh *net profit margin* terhadap *stock price*, disarankan agar tetap meningkatkan *sales growth* agar perusahaan dapat meningkatkan aset dan menambah kualitas dan kuantitas produk.
7. *Sales growth* tidak dapat memediasi pengaruh *return on equity* terhadap *stock price*, disarankan agar tetap meningkatkan *sales growth* agar tetap berkembang dan dapat bersaing dengan kompetitor.
8. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menggunakan periode penelitian yang lebih panjang serta menambahkan variabel-variabel penelitian lain yang diduga berpengaruh terhadap *stock price*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun penelitian ini mempunyai keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini terbatas pada variabel rasio keuangan yang dapat mempengaruhi *stock price* yaitu *net profit margin* dan *return on equity* dengan *sales growth* sebagai variabel mediasi.
2. Periode penelitian terbatas hanya 5 tahun yaitu 2018-2022.
3. Perusahaan sektor *Basic Materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang digunakan sebagai sampel masih terbatas yaitu 8 perusahaan dari 93 populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, A. N., & Mandala, K. (2016). Pengaruh Return On Equity, Earning Per Share, Firm Size Dan Operating Cash Flow Terhadap Return Saham. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(11), 6907–6936.
- Amalya, N. T. (2018). Pengaruh Return on Asset, Return on Equity, Net Profit Margin Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham. *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 1(3), 157–181.
- Ammy, B. (2021). Analisis Determinan yang Mempengaruhi Return On Equity. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaira*, 1(1), 776–786.
- Anggarsari, L., & Aji, T. S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Perputaran Modal Kerja Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Sektor Industri Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 542–549.
- Anshari, B. (2016). Analisis Pengaruh Current Ratio (CR) dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham di Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 97-115. <http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/jurnalakundandbisnis/article/viewFile/250/194>
- Arianti, N., Hanifah, J., & Khodri, P. L. N. (2019). *Manajemen Pemasaran (Cetakan Pertama)*. Medan: Perdana Publishing.
- Basuki, T. A., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Batubara, H. C., & Purnama, N. I. (2018). Pengaruh Current Ratio, Return On Equity Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *AQLI: Jurnal Riset Finansial Bisnis*, 2(2), 61–70. <https://core.ac.uk/download/pdf/326444264.pdf>
- Bhuana, K. W. (2019). Pengaruh Net Profit Margin dan EVA terhadap Harga Saham pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 4(2), 269–284.
- Bursa Efek Indonesia. (2023). Saham: Informasi Umum. Diakses Maret 17, 2023, dari <https://www.idx.co.id/id>.
- Caraka, R. E., & Sugiarto, S. (2017). Path Analysis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Siswa. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 5(2), 212–219.

- Daeli, M. P., Bete'e, M. M., & Telaumbanua, Y. N. (2022). Analisis Net Profit Margin Pada Pt Unilever Indonesia Tbk (Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1462–1471.
- Darsono, D., & Rahman, R. E. (2018). *Pasar Valuta Asing: Teori dan Praktik* (Edisi 1 (Cet-1)). Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Elviani, S., Simbolon, R., & Dewi, S. P. (2019). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 29–39.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan Dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Faleria, R. E., Lambey, L., & Walandouw, S. K. (2017). Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham Di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus pada Sub Sektor Food and Beverages). *Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 204–212.
- Ginting, G. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Perusahaan Property, Konstruksi dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2017. *Jurnal TEDC*, 13 (2), 119-126.
- Ginting, S., & Suriany, S. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 3(2), 61–70.
- Gunawan, A. (2020). Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Plastik Dan Kemasan. *Sosek: Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 1(1), 29–40.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Jurnal Valuta*, 2(2), 286–303.
- Hadi, M., Ambarwati, R. D., & Haniyah, R. (2021). Pengaruh Return on Asset, Return on Equity, Net Interest Margin, Net Profit Margin, Earning per Share dan Net Income terhadap Stock Price Sektor Perbankan Tahun 2016-2020. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3).
- Halim, A. (2018). *Analisis Investasi dan Aplikasinya: Dalam Aset Keuangan dan Aset Riil* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Hani, S. (2014). *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. Bogor: In Media.
- Hani, S. (2015). *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. Medan: UMSU PRESS.
- Hayati, K., Simbolon, A. K., Situmorang, S., Haloho, I., & Tafonao, I. K. (2019).

- Pengaruh Net Profit Margin, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 3(1), 133–139.
- Hutapea, A. W., Saerang, I. S., & Tulung, J. E. (2017). Pengaruh Return on Assets, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, Dan Total Assets Turnover Terhadap Harga Saham Industri Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 5(1), 541–552.
- Ikhsan, A., Albra, W., Aziza, N., Khaddafi, M., Hayat, A., Oktaviani, A., & Lesmana, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: Madenatera Qualifiedpublisher.
- Inrawan, A., Silitonga, H. P., & Sudirman, A. (2020). Analisa Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Tingkat Return on Equity. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 144–154.
- Jufrizen, J., & Fatin, I. N. Al. (2020). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Return On Equity, Return On Assets Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi. *Jurnal Humaniora*, 4(1), 183–195.
- Jufrizen, J., & Sari, M. (2019). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio dan Firm Size Terhadap Return On Equity. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 18(1), 156–191.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU PRESS.
- Kasmir, K. (2013). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama* (Cetakan Keenam). Jakarta: Rajawali Pers.
- Kurniansyah, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Net Profit Margin Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *Gema*, X(2), 91–100.
- Lie, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return On Equity Perusahaan Real Estate dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 1(3), 64–82.
- Lutfi, A. M., & Sunardi, N. (2019). Pengaruh Current Ratio (CR), Return On Equity (ROE), Dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 2(3), 83–100.
- Maryanti, E. (2016). Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di

- Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(2), 143–151.
- Muslih, M., & Bachri, Y. M. (2020). Pengaruh Return On Equity Dan Net Profit Margin terhadap Harga Saham pada Perusahaan Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Humaniora*, 4(1), 34–45.
- Muslimin, D. W., & Bahri, S. (2023). Pengaruh GCG, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Financial Distress. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 293–301.
- Nainggolan, A. (2019). Pengaruh EPS, ROE, NPM, DER, PER Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar DiBursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 61–70.
- Novita, H., & Situmorang, A. C. (2020). Pengaruh Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio dan Inventory Turnover Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Consumer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 4(1), 69-80. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.188>
- Oktavia, I., & Genjar, K. (2019). Sinergitas Quadruple Helix: e-Business dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 29–39.
- Permatasari, C. D., & Fitria, A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 4(1), 1-19.
- Pratama, C. A., Azizah, D. F., & Nurlaily, F. (2019). Pengaruh Return On Equity (ROE), Earning Per Share (EPS), Current Ratio (CR) Dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Jakarta Islamic Index yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 10–17.
- Purba, F., & Maksudi, M. Y. (2021). Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Piutang Terhadap Return On Assets Pada PT. Alexindo Mandiri Express Periode 2015-2019. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–19.
- Purwaningsih, E., & Setiawan, G. (2022). Pengaruh Earning per Share, Return on Equity, Price to Book Value, dan Total Arus Kas Terhadap Harga Saham. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 164–172.
- Purwaningsih, E., & Trianti, R. (2022). Pengaruh NPM dan ROE terhadap Harga Saham dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderasi (Influence NPM and ROE On Stock Price With Independent Commisioner For Moderating Variabel). *E-Prosiding*, 3(1), 1–12.
- Putra, F. E., & Kindangen, P. (2016). Pengaruh Return On Asset (ROA), Net

- Profit Margin (NPM), dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Return Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Periode 2010-2014). *Jurnal EMBA*, 4(4), 235–245.
- Putri, L. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 49–59.
- Putri, L. P., Christiana, I. C., & Yana, R. D. (2022). Peran Mediasi Return on Equity Pada Pengaruh Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4) 1005-1015.
- Putri, L. P., & Nasution, A. J. P. (2018). the Effect of Return on Equity and Sales Growth To Debt To Equity Ratio in Corporate Sector Advertising, Printing and Media in Indonesia. *Social Sciences and Educational Technology*, 633–638.
- Rahmi, N. U., Nur'saadah, D., & Salim, F. (2020). Pengaruh Corporate Risk, Leverage Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 1(2), 98–110.
- Ramadhani, F. H., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Debt To Equity Ratio (DER), Return On Equity (ROE), Dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Profita*, 5(8), 1–13.
- Rambe, M. F., Gunawan, A., Julita, J., Parlindungan, R., & Gultom, D. K. (2015). *Manajemen Keuangan*. Cita Pustaka Media.
- Rianti, A. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Pada Volume Transaksi Saham Dan Harga Saham (Studi Kasus Pada Kelompok Perusahaan Transportasi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 171-178. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jima/article/view/50>
- Sani, A. (2018). Faktor-Faktor Penentu Struktur Modal Perusahaan Real Estate Di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 18 (2), 112-126.
- Sari, J. W. P., & Trisnawati, R. (2022). Pengaruh ROA, EPS, NPM, Sales Growth Terhadap Harga Saham Perusahaan Healthcare Yang Terfadtar Di BEI. *SNPPM (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4 (1), 181–191.
- Sari, L. R., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh Npm, Roe, Eps Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Farmasi di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–18
- Siregar, R. Q., & Farisi, S. (2018). Pengaruh Return on Asset, Earning Per Share

- Terhadap Harga Saham. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 123.
- Siregar, R. Q., Gurning, M. F., & Simatupang, J. (2020). Analisis Determinansi Pertumbuhan Laba Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Humaniora*. 4(1), 216–234.
- Siregar, R. Q., Rambe, R., & Simatupang, J. (2021). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Net Profit Margin dan Return On Equity Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(1), 17–31.
- Somantri, I., & Sukardi, H. A. (2019). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Hutang Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 1(1), 1–10.
- Subhan, A. M., & Pardiman, P. (2016). Pengaruh Net Profit Margin, Return On Equity Dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 4(3).
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N. K. R., & Wirakusuma, M. G. (2022). Kinerja Keuangan dan Harga Saham: Studi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 76-92. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i01.p06>
- Suweta, D. P. N. M. N., & Dewi, M. R. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(8), 5172–5199.
- Tanjaya, C., & Nazir, N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Peggrusahaan terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 189–208.
- Wulandari, P., & Gultom, R. (2018). Pengaruh Likuiditas, Aktivitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 4(2), 101–110.

LAMPIRAN

Tabulasi Data Keuangan Perusahaan Sektor Basic Material Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022

Kode Perusahaan	Stock Price					Rata-Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	316	254	274	394	400	328
ALKA	300	418	262	256	266	300
ALMI	400	358	248	300	272	316
BAJA	113	62	116	334	124	150
WTON	376	450	386	246	191	330
SMBR	1.750	440	1.065	620	386	852
FASW	7.775	7.700	7.475	7.600	5.850	7.280
ISSP	84	184	160	398	246	214
Rata-Rata	1.389	1.233	1.248	1.268	967	1.221

Kode Perusa-haan	Laba Bersih				
	2018	2019	2020	2021	2022
DPNS	9.380.137.352	3.937.685.121	2.400.715.154	22.723.655.893	27.428.849.986
ALKA	22.943.498	7.354.721	6.684.414	17.445.033	48.041.219
ALMI	6.544.635.062	(298.808.902.797)	(266.819.009.730)	532.647.501	(49.762.658.850)
BAJA	(96.695.781.573)	1.112.983.748	55.118.520.227	88.527.078.771	(103.341.187.716)
WTON	486.640.174.453	510.711.733.403	123.147.079.420	81.433.957.569	171.060.047.099
SMBR	76.074.721	30.073.855	10.981.673	51.817.305	94.827.889
FASW	1.405.367.771.073	968.833.390.696	353.299.343.980	614.926	119.926
ISSP	48.741	185.694	175.835	486.061	305.849

Kode Perusa-haan	Total Ekuitas				
	2018	2019	2020	2021	2022
DPNS	227.708.559.001	282.101.635.876	284.823.663.685	307.956.854.988	329.957.934.086
ALKA	100.731.483	104.792.363	105.203.706	128.822.522	183.770.843
ALMI	327.200.695.930	2.190.102.147	(269.163.839.035)	524.001.628.520	527.915.087.362
BAJA	76.521.348.613	74.187.193.716	127.839.088.486	214.084.351.649	110.189.496.901
WTON	3.136.812.010.205	3.508.445.940.007	3.390.572.999.124	3.447.884.344.237	3.637.820.526.411
SMBR	3.473.671.056	3.482.293.092	3.407.888.607	3.466.244.521	3.086.916.334
FASW	4.288.337.297.565	4.692.597.823.392	4.582.994.996.488	5.092.869	5.011.458
ISSP	2.915.416	3.098.666	3.335.340	3.787.113	4.144.535

Kode Perusahaan	Hasil Penjualan					2022
	2017	2018	2019	2020	2021	
DPNS	111.294.849.755	143.382.081.850	118.917.403.800	96.644.910.643	147.210.449.631	200.912.586.007
ALKA	1.932.783.905	3.592.798.235	2.218.385.509	2.044.132.602	3.470.466.702	4.131.540.432
ALMI	3.484.905.171.484	4.422.880.456.073	2.234.124.975.480	959.336.335.705	1.460.999.942.048	1.269.693.638.847
BAJA	1.218.317.826.843	1.279.809.883.694	1.072.625.592.333	1.204.954.780.957	1.374.486.754.604	1.061.799.427.322
WTON	5.362.263.237.778	6.930.628.258.854	7.083.384.467.587	4.803.359.291.718	4.312.853.243.803	6.003.788.032.167
SMBR	1.551.524.990	1.995.807.528	1.999.516.771	1.721.907.150	1.751.585.770	1.881.767.356
FASW	7.337.185.138.762	9.938.310.691.326	8.268.503.880.196	7.909.812.330.437	11.932.773	10.890.282
ISSP	3.662.810	4.467.590	4.885.875	3.775.530	5.378.808	6.255.945

Data Net Profit Margin, Return On Equity, dan Sales Growth Pada Perusahaan Sektor Basic Materials yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022

Kode Perusahaan	Net Profit Margin					Rata-Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	6.54%	3.31%	2.48%	15.44%	13.65%	8.28%
ALKA	0.64%	0.33%	0.33%	0.50%	1.16%	0.592%
ALMI	0.1%	-13.4%	-27.8%	0.04%	-3.92%	-8.996%
BAJA	-7.50%	-0.2%	4.7%	6.44%	-9.7%	-1.252%
WTON	7.02%	7.23%	2.67%	1.92%	2.85%	4.33%
SMBR	4%	2%	1%	3%	5%	3%
FASW	14.1%	11.7%	4.5%	5.2%	1.1%	7.32%
ISSP	1.1%	3.8%	4.7%	9.0%	4.9%	4.7%
Rata-Rata	3.25%	1.84%	-0.92%	5.19%	1.88%	2.23%

Kode Perusahaan	Return On Equity					Rata-Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	3.38%	1.40%	0.84%	7.38%	8.31%	4.262%
ALKA	22.78%	7.02%	6.35%	13.54%	26.14%	15.16%
ALMI	2.0%	-13643.6%	99.1%	0.10%	-9.43%	-2710.3%
BAJA	-124.8%	-3.1%	44.1%	41.35%	-93.8%	-27.25%
WTON	20.58%	19.92%	4.35%	2.40%	4.85%	10.42%
SMBR	2%	1%	0.3%	1.5%	3.1%	1.58%
FASW	32.8%	20.6%	7.7%	12.1%	2.4%	15.12%
ISSP	1.7%	6.0%	5.3%	12.8%	7.4%	6.64%
Rata-Rata	-4.94%	-1689.8%	21.005%	11.40%	-6.37%	-335.54%

Kode Perusahaan	<i>Sales Growth</i>					Rata- Rata
	2018	2019	2020	2021	2022	
DPNS	28.83%	-17.06%	-18.73%	52.33%	36.48%	16.37%
ALKA	86%	-38.16%	-8.11%	69.77%	19.02%	25.70%
ALMI	26.9%	-50.4%	-56.9%	50.6%	-21.2%	-10.2%
BAJA	5.0%	-16.2%	12.34%	14.1%	-22.7%	-1.49%
WTON	29.25%	2.20%	-32.19%	-10.21%	34.64%	4.73%
SMBR	29%	0.2%	-14%	2%	7.43%	4.92%
FASW	35%	-17%	-4%	51%	-8.7%	11.26%
ISSP	22%	9%	-23%	42%	16%	13.2%
Rata-Rata	32.74%	-15.92%	-18.07%	33.94%	7.62%	8.06%

EVIIEWS

Hasil Uji Chow Model I

Redundant Fixed Effect Tests
Equation : Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross –section F	0.783647	(7,30)	0.6062
Cross-section Chi-square	6.717105	7	0.4589

Hasil Uji Chow Model II

Redundant Fixed Effect Tests
Equation : Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross –section F	4.343672	(7,24)	0.0031
Cross-section Chi-square	28.644529	7	0.0002

Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects-Hausman Test

Equation : Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	4.968585	3	0.1741

Hasil Uji Lagrange Multiplier Model I

Lagrange Multiplier Test for Random Effect

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided
(all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.833464 (0.3613)	22.97559 (0.0000)	23.80905 (0.0000)
Honda	-0.912943 (0.8194)	4.793286 (0.0000)	2.743817 (0.0030)
King-Wu	-0.912943 (0.8194)	4.793286 (0.0000)	3.273194 (0.0005)
Standardized Honda	-0.665197 (0.7470)	5.617572 (0.0000)	0.457207 (0.3238)
Standardized King-Wu	-0.665197 (0.7470)	5.617572 (0.0000)	1.174443 (0.1201)
Gourieroux, et al.	-	-	22.97559 (0.0000)

Hasil Uji Lagrange Multiplier Model II

Lagrange Multiplier Tests for Random Effect

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two –sided (Breusch-Pagan) and one-sided
(all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	6.301113 (0.0121)	0.123586 (0.7252)	6.424699 (0.0113)
Honda	2.510202 (0.0060)	-0.351548 (0.6374)	1.526399 (0.0635)
King-Wu	2.510202 (0.0060)	-0.351548 (0.6374)	1.257594 (0.1043)
Standardized Honda	3.068704 (0.0011)	0.090279 (0.4640)	-0.839327 (0.7994)
Standardized King-Wu	3.068704 (0.0011)	0.090279 (0.4640)	-1.093305 (0.8629)
Gourieroux, et al.	-	-	6.301113 (0.0167)

Hasil Uji Multikolinearitas Model I

	NPM	ROE
NPM	1.000000000	0.3413408096270229
ROE	0.3413408096270229	1.000000000

Hasil Uji Heteroskedastisitas Model I

Dependent Variable: RESABS

Method: Panel Least Squares

Date: 08/06/23 Time: 11:33

Sample: 2018 2022

Periods included: 5

Cross-section included: 8

Total panel (balanced) observations: 40

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.208158	0.030205	6.891451	0.0000
NPM	-0.029663	0.403345	-0.073542	0.9418
ROE	0.001554	0.001394	1.114936	0.2721

Hasil Uji Parsial (Uji t) Model I

Dependent Variable: Z

Method: Panel Least Squares

Date: 08/06/23 Time: 11:35

Sample: 2018 2022

Periods included: 5

Cross-sections included: 8

Total panel (balanced) observations: 40

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	1.982487	0.632041	3.136645	0.0033
X2	0.002064	0.002184	0.945002	0.3508
C	0.042986	0.047332	0.908182	0.3697

Hasil Uji Parsial (Uji t) Model II

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 08/06/23 Time: 11:42

Sample: 2018 2022

Periods included: 5

Cross-section included: 8

Total panel (unbalanced) observations: 35

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Z	-89.80343	87.52008	-1.026089	0.3151
X1	1144.267	540.5776	2.116750	0.0448
X2	31.08864	19.81126	1.569241	0.1297
C	309.7458	60.48667	5.120893	0.0000

Hasil Uji Simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi Model I

R-squared	0.280677
Adjusted R-squared	0.241795
S.E. of regression	0.276665
Sum squared resid	2.832109
Log likelihood	-3.800386
F-statistic	7.218634
Prob (F-statistic)	0.002255

Hasil Uji Simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi Model I

R-squared	0.560201
Adjusted R-squared	0.376965
S.E. of regression	126.9016
Sum squared resid	386496.1
Log likelihood	-212.5796
F-statistic	3.057154
Prob (F-statistic)	0.012075