

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Obyek pada penelitiannya ini memakai perusahaan LQ45 pada BEI 2018-2022. Penelitiannya mempergunakan sampel yang metodenya pada *purposive sampling*. Adapun kriterianya akan dijabarkan dibawah ini:

1. Sector LQ45 secara berturut-turut yang sudah didaftarkan pada pasarmodalnya di BEI 2018 - 2022.
2. Sector LQ45 mempublishkan laporan tahunannya secara lengkapnya melalui BEI.
3. Sector LQ45 memakai mata uang rupiahnya dalam pelaporan keuangannya.

Tabel 4.1 Kriteria Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan LQ45 secara berturut-turut yang sudah didaftarkan BEI 2018-2022	20 Perusahaan
2	Sector LQ45 tidak mempublishkan laporan tahunannya secara lengkapnya melalui BEI	0
3	Sector LQ45 tidak memakai mata uang rupiahnya dalam pelaporan keuangannya.	0
4	Jumlah sampel penelitian	20 Perusahaan
5	Tahun Pengamatan	5 Tahun
6	Jumlah Data Peneltiaan	100 Data

Berikut daftar perusahaan yang dijadikan sampel penelitian :

Tabel 4.2 Daftar Perusahaan LQ45 dijadikan sampel

No	Nama Perusahaan
1	AdaroEnergy Tbk
2	AnekaTambang (Persero) Tbk
3	AstraInternational Tbk
4	BankCentralAsia Tbk
5	BankNegaraIndonesia Tbk
6	BankRakyatIndonesia Tbk
7	BankTabunganNegara Tbk
8	BankMandiri Tbk
9	XLAxiata Tbk
10	HMSampoerna Tbk
11	IndofoodCBPSuksesMakmur Tbk
12	ValeIndonesia Tbk
13	IndofoodSuksesMakmur Tbk
14	IndocementTunggalPrakarsa Tbk
15	KalbeFarma Tbk
16	PerusahaanGasNegara Tbk
17	TambangBatubaraBukitAsam Tbk
18	SemenIndonesia(Persero) Tbk
19	TelekomunikasiIndonesia Tbk
20	UnitedTractors Tbk

Sumber : www.idx.co.id

Hasil kesimpulan diperoleh pada sampel yang dipergunakannya 20 perusahaan mulai 2018 sampai dengan 2022, sehingga data pengamatan untuk sampelnya sebanyak 100 data.

4.2 Uji Prasyarat Analisis

4.2.1 Statistik Deskriptif

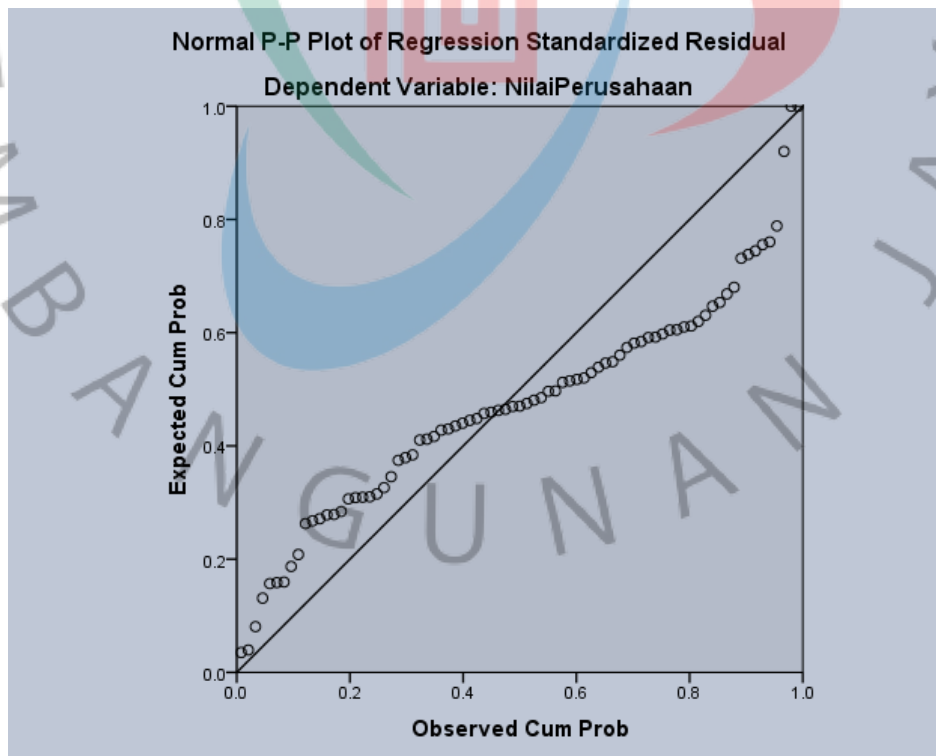
Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	100	0,163	56,406	3,45626	7,832713
Kebijakan Utang	100	0,084	16,079	2,61062	3,268988
Pertumbuhan Penjualan	100	-0,392	0,995	0,08840	0,181645
Ukuran Perusahaan	100	29,732	35,744	32,40509	1,523061

Berdasarkan tabel 4.3 yaitu Statistik Deskriptif, maka dapat dideskripsikan bahwa nilai perusahaan memperoleh jumlah data sampel sebanyak 100 dan memperoleh hasil terkecilnya 0,163 dan terbesarnya 56,406 dengan reratanya sebesar 3,45626 dan standart deviasinya 7,832713. Untuk variabel kebijakan utang memperoleh jumlah data sampel sebanyak 100 dan memperoleh hasil terkecilnya 0,084 dan terbesarnya 16,079 dengan reratanya 2,61062 dan standart deviasinya 3,268988. Untuk variabel pertumbuhan penjualan memperoleh jumlah data sampel sebanyak 100 dan memperoleh hasil terkecilnya -0,392 dan terbesarnya 0,995 dengan reratanya 0,08840 dan standart deviasinya 0,181645. Untuk variabel ukuran perusahaan memperoleh jumlah data sampel sebanyak 100 dan memperoleh hasil terkecilnya 29,732 dan terbesarnya 35,744 dengan reratanya 32,40509 dan standart deviasinya 1,523061.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 4.1 Uji P-Plot

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji grafik *p-plot*. Pengujian ini data sudah normal dikarenakan titiknya pada residual ada penyebarannya sekitaran garis diagonalnya.

2. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.4 Hasi Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	261,783	81,169		3,225	0,002		
Kebijakan utang pertumbuhan penjualan	4,825	2,017	0,323	2,392	0,019	0,524	1,908
Ukuran perusahaan	-5,407	1,589	-0,345	-3,403	0,001	0,931	1,074
	-175,278	53,557	-0,441	-3,273	0,002	0,526	1,900

Pada tabel 4.4 setelah dilakukan pengujian data ini tidak mengalami gejala Multikolonieritas karena dilihat dari *Tolerancenya* serta *VIFnya*, variabel independent diperoleh $Tolerance \geq 0,10$ dan $VIF \leq 10$.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 4.5 Hasi Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.533 ^a	.284	.255	6.864.497	1.162

Pada tabel 4.5 setelah dilakukan pengujian data ini tidak mengalami gejala Autokorelasi karena dilihat dari durbin Watsonnya 1,162, nilai pada Durbin Watson rentang -2 sampai 2.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6 Hasi Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	.614	.384				1.601
1 Kebijakan Utang	.052	.080	.080	.651	.517	.905	1.105
Pertumbuhan Penjualan	-.017	.013	-.163	-1.320	.191	.900	1.111
Ukuran Perusahaan	-.015	.017	-.104	-.883	.380	.989	1.012

a. Dependent Variable: Abs_Res

Pengujian heteroskedastisitasnya memakai gletser. setelah dilakukan pengujian data ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas karena dilihat dari signifikansi variabel independent > 0,05

4.3 Uji Hipotesis

4.3.1 Analisis Regresi Data Panel

Tabel 4.7 Hasi Regresi dan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	261,783	81,169				3,225
Kebijakan utang	4,825	2,017	0,323	2,392	0,019	0,524	1,908
pertumbuhan penjualan	-5,407	1,589	-0,345	-3,403	0,001	0,931	1,074
Ukuran perusahaan	-175,278	53,557	-0,441	-3,273	0,002	0,526	1,900

Persamaan regresinya berikut:

$$Y = 261,783 + 4,825X_1 - 5,407X_2 - 175,278X_3$$

- Konstantanya 261,783 jika variabel kebijakan hutang, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan konstan, maka memperlihatkan adanya kenaikan kondisi nilai perusahaannya 261,783.

- b. Kebijakan hutang (X1) memperlihatkan nilai kefisiennya 4,825. Koefisiennya yang positif bahwa setiap adanya kenaikannya kebijakan hutang sebesar 1 maka memperlihatkan adanya kenaikan kondisi 4,825
- c. Pertumbuhan penjualan (X2) memperlihatkan nilai kefisiennya -5,407. Koefisiennya yang negatif bahwa setiap adanya kenaikannya pertumbuhan penjualan sebesar 1 maka memperlihatkan adanya penurunannya kondisi 5,407
- d. Ukuran perusahaan (X3) memperlihatkan nilai kefisiennya -175,278. Koefisiennya yang negatif bahwa setiap adanya kenaikannya ukuran perusahaan sebesar 1 maka memperlihatkan adanya penurunannya kondisi 175,278

4.3.2 Uji t (Uji Parsial)

Sesuai tabel 4.7 uji t akan dijabarkannya berikut ini :

- a. Variabel kebijakan hutang memiliki signifikansinya 0,019 kurang 0,05 (5%) ($0.019 < 0.05$) yang memperlihatkan hasil pengujian yang individual kebijakan hutangnya ada pengaruhnya pada kondisi nilai perusahaan.
- b. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki signifikansinya 0,001 sehingga kurang 0,05 (5%) ($0.001 < 0.05$) yang memperlihatkan hasil pengujian yang individual pertumbuhannya ada pengaruhnya pada kondisi nilai perusahaan.
- c. Variabel ukuran perusahaan memiliki signifikansinya 0,002 sehingga kurang 0,05 (5%) ($0.002 < 0.05$) yang memperlihatkan hasil pengujian yang individual ukurannya ada efeknya pada kondisi nilai perusahaan.

4.3.3 Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.8 Hasil Annova Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1.400.649	3	466.883	9.908	.000 ^b
Residual	3.534.099	75	47.121		
Total	4.934.748	78			

Sesuai tabel 4.8 uji F memiliki signifikansinya 0,000 sehingga kurang 0,05 (5%) ($0.000 < 0.05$) yang memperlihatkan hasil pengujian yang simultan ada pengaruhnya pada kondisi nilai perusahaan.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian yang sudah dilakukan pada uji t diperoleh hasil bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima dikarenakan dari data statistik diperoleh nilai signifikansi kurang dari 5% sehingga bisa dikatakan pertumbuhan penjualan ada efeknya pada nilai perusahaan. Alasan berpengaruhnya dikarenakan Penjualannya pada perindustrian bisa dari adanya transaksinya bisa sebagai barang maupun jasanya berharap supaya bisa memperolehnya labanya atas penjualannya. Dengan meningkatnya permintaan maka harga sahamnya akan mempunyai penilaiannya secara maksimal serta bisa mempengaruhi kondisi nilai perusahaannya.

Mendukung teori sinyal bahwa pertumbuhan penjualan yang bagus menunjukkan prospek perusahaan tersebut juga semakin baik untuk berinvestasi sehingga akan mendapatkan sebuah sinyal berupa *good news* pada investor dan investor bisa tertariknya diperusahaan serta akhirnya membuat nilai perusahaannya juga akan mengalami peningkatan. Mendukung penelitian dari Fajriah, et al (2022) serta Dolontelide & Wangkar (2019) pertumbuhan penjualan ada kaitannya pada hubungan kondisi nilai perusahaannya

4.4.2 Kebijakan Hutang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian sudah dilakukan pada uji t diperoleh hasil bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini diterima dikarenakan dari data statistik diperoleh nilai signifikansi kurang dari 5% bisa dikatakan bahwa kebijakan hutang ada efeknya pada nilai perusahaan. Alasan berpengaruhnya dikarenakan kebijakan atas hutangnya berhubungan pada kebijakan perusahaannya disaat melakukan pencarian atas modalnya supaya bisa sebagai penentu atas komposisinya pada sumber pendanaannya dalam melakukan investasinya. Penggunaan atas hutangnya juga

lebih sensitif adanya keterkaitan pada berubahnya kenaikan maupun penurunan atas kondisi nilai perusahaannya.

Mendukung teori sinyal bahwa kebijakan utang melihat dari besarnya pada kondisi tingkat hutangnya diperusahaan, peningkatannya pada utang diperusahaannya bisa menaikkan kondisi risikonya pada perusahaannya, biaya modalnya juga akan naik yang memiliki dampaknya pada penurunannya atas harga saham diperusahaan. Sebaliknya penurunan dari segi hutangnya juga memiliki dampak bagus pada nilai perusahaan disebabkan bisa menginformasikannya sinyal positifnya keinvestornya. Mendukung penelitian dari Nasution (2020), Rejeki & Haryono (2021), Febrianti, et al (2020), Haryanto, et al (2018), Yohana, et al (2021) yang menyatakan Kebijakan Hutang ada kaitannya pada Nilai Perusahaan.

4.4.3 Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian yang sudah dilakukan pada uji t diperoleh hasil bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima dikarenakan dari data statistik diperoleh nilai signifikansi kurang dari 5% sehingga bisa dikatakan ukuran perusahaan ada efeknya pada nilai perusahaan. Alasan berpengaruhnya perusahaannya yang memiliki skalanya dalam pengukurannya dipergunakan sebagai cerminan atas kecil maupun besarnya perusahaannya yang dilihat dari keseluruhan aktivitya diperusahaan. Banyaknya aktivitya diperusahaan membuat semakin besar dalam skala ukuran perusahaan tersebut, hal ini membuat adanya semakin besarnya permodalannya yang akan di tanamkan pada perusahaan. sesuai kondisi seperti ini membuat semakin besarnya kondisi skala perusahaannya membuat adanya cenderungnya atas investornya bisa menjadi perhatian diperusahaannya sehingga membuat adanya besarnya kondisi ukuran perusahaannya serta memperoleh dari sumber pendanaannya juga. Ketika perusahaannya tersebut bertumbuh membuat adanya dorongan yang bagus dari investornya serta bisa menaikkan kondisi nilai perusahaannya.

Mendukung teori sinyal bahwa ukuran perusahaan melihat atas kondisinya dari besarnya perusahaannya dilihat atas keseluruhan aktivitya. Besarnya kondisi ukuran perusahaan akan lebih mampu melakukan pengembangan atas kegiatan operasionalnya perusahaan daripada dengan kondisi kecilnya skala perusahaan ini

disebabkan perusahaan berskala besar mempunyai adanya permodalan serta aktivitya juga sehingga kebutuhan atas pendanaannya juga lebih mudah membuat investor tertarik pada kegiatan operasionalnya. Skala perusahaan yang berukuran besar lebih memudahkan investor akan menjadi tertariknya supaya bisa melakukan investasinya ke perusahaannya sehingga membuat adanya kenaikan pada kondisi nilai perusahaannya, hal ini akan menginformasikannya sebuah persinyalan yang baik pada kondisi perusahaan tersebut. Mendukung penelitian dari Hidayat & Khotimah (2022), Kardella & Purnamasari (2022) dan Yohana,et al (2021) yang menyatakan Ukuran Perusahaan ada kaitannya pada Nilai Perusahaan.

4.4.4 Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Utang dan Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian yang sudah dilakukan pada uji F diperoleh hasil bahwa hipotesis keempat pada penelitian ini diterima dikarenakan dari data statistik diperoleh nilai signifikansi kurang dari 5% sehingga bisa dikatakan bahwa secara simultan Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Utang dan Ukuran Perusahaan ada efeknya pada nilai perusahaan. Mendukung dari Fajriah,et al (2022), Dolontelide & Wangkar (2019) Kardella & Purnamasari (2022), Zarviana et al (2017), Nasution (2020), Rejeki & Haryono (2021), Febrianti,et al (2020), Haryanto,et al (2018), Yohana,et al (2021), Hidayat & Khotimah (2022) Pertumbuhan Penjualan, Kebijakan Utang dan Ukuran Perusahaan ada kaitannya pada Nilai Perusahaan.