

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 38) “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Menurut Moh. Nazir (2011, hlm. 124) “Umumnya variabel dibagi atas dua jenis, yaitu variabel *dependent* (variabel terikat) dan variabel *independent* (variabel bebas). Variabel *independent* (variabel bebas) adalah *antecedent* dan variabel *dependent* (variabel terikat) adalah konsekuensi.” Variabel Y disebabkan variabel X, maka variabel Y dinamakan *dependent* dan variabel X adalah variabel *independent*.

Adapun yang menjadi objek penelitian variabel *independent* (variabel bebas) yaitu, nilai pasar ( $X_1$ ) dan *growth* ( $X_2$ ). Nilai pasar dihitung dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) dan *growth* dihitung menggunakan *sales growth*. Kemudian yang menjadi variabel *dependent* (variabel terikat) yaitu harga saham (Y). Penelitian mengenai pengaruh nilai pasar dan *growth* terhadap harga saham pada perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen yang terdaftar di BEI periode 2009-2014.

#### **3.2. Metode dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 35) “Penelitian deskriptif berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih, jadi peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain.” Kemudian, menurut Moh. Nazir (2011, hlm. 89) “penelitian deskriptif adalah studi untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat.” Dari penggunaan metode penelitian deskriptif ini akan diperoleh deskripsi mengenai nilai pasar yang dihitung dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV),

kemudian *growth* yang dihitung dengan *sales growth*, dan harga saham pada perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen.

Adapun penelitian verifikatif adalah penelitian untuk menguji hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam tentang hubungan-hubungan” (Moh. Nazir, 2011, hlm. 89). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai pasar dan *growth* terhadap harga saham pada perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen.

### 3.2.2. Desain Penelitian

Menurut Moh. Nazir (2011, hlm. 92) “Desain penelitian merupakan perpaduan antara keputusan dan revisi, dimana suatu keputusan yang diambil selalu diiringi dengan pengaruh adanya kesimbangan dalam proses”. Desain penelitian ini adalah penelitian kausal karena, membuktikan hubungan suatu variabel terhadap variabel lainnya. Desain penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan nilai pasar dan *growth* terhadap harga saham pada perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 3.3. Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah variabel *independent* (variabel bebas) yaitu, nilai pasar ( $X_1$ ) dan *growth* ( $X_2$ ) sedangkan variabel *dependent* (variabel terikat) yaitu harga saham ( $Y$ ). Operasionalisasi tersebut secara rinci terdapat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Nilai Pasar ( $X_1$ )	“Rasio nilai pasar yaitu rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasar usahanya di atas biaya investasi” Kasmir (2008, hlm. 115)	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham } (t - 1)}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham } (t)}$	Rasio
<i>Growth</i> ( $X_2$ )	“Rasio pertumbuhan ( <i>growth ratio</i> ) merupakan rasio yang	$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan thn ini} - \text{Penjualan thn lalu}}{\text{Penjualan tahun lalu}}$	Rasio

	menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya”. (Kasmir, 2008, hlm. 114)		
Harga Saham (Y)	“Harga saham mencerminkan segala sesuatu yang diketahui tentang saham tersebut, informasi mengenai saham akan cepat tersebar di dalam pasar sehingga harga akan menyesuaikan diri”. (David dan Kurniawan, 2010, hlm. 272).	Harga pasar saham berdasarkan harga penutupan pada setiap akhir tahun	Rasio

### 3.4. Sumber Data

“Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh” (Suharsimi Arikunto 2006, hlm. 129). Sumber data dibedakan menjadi menjadi dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sebelumnya. Data yang dipakai dalam penelitian adalah sekunder yang meliputi:

- Data laporan keuangan per tahun perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen.
- Data statistik yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia dalam *IDX Annual Report*.
- Data statistik yang diterbitkan oleh *Indonesia Capital Market Elektronik Library* (ICamel).
- Data historis pergerakan harga saham perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2006, hlm. 100), “metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data.” Sedangkan menurut Sugiyono (2012, hlm. 224) “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama

dari penelitian adalah mendapatkan data”. Dengan demikian teknik atau metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data guna menunjang penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan, pengumpulan data dengan mencatat data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dari dokumen-dokumen yang dimiliki instansi terkait. Dalam penelitian ini studi dokumentasi yang digunakan berupa data laporan keuangan perusahaan, data statistik yang diterbitkan BEI serta data historis pergerakan harga saham.

### **3.6. Populasi dan Sampel**

#### **3.6.1. Populasi**

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2012, hlm. 80). Kemudian menurut Hamid Darmadi (2011, hlm. 14) menerangkan populasi merupakan keseluruhan atau himpunan objek dengan ciri yang sama, populasi dapat terdiri dari orang, benda, kejadian, waktu dan tempat demham sifat atau ciri yang sama. Berdasarkan definisi tersebut, maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### **3.6.2. Sampel**

Hamid Darmadi (2011, hlm. 14) mengatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan objek penelitian. Sedangkan, menurut Sugiyono (2012, hlm. 81) “sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki pada populasi.” Oleh karena itu, peneliti harus memastikan bahwa sampel tersebut benar-benar wakil dari populasi dengan kata lain, sampel tersebut merupakan reperesentatif dari populasi.

Untuk menentukan cara pengambilan sampling, diperlukan teknik pengambilan sampel. “Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel”

(Sugiyono, 2012, hlm. 81). Dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pada dasarnya terdapat dua teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

“*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel” (Sugiyono, 2012, hlm. 82). Masih menurut Sugiyono (2012, hlm. 82) “teknik *probability sampling* meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random* dan *sampling area*.”

“Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel” (Sugiyono, 2012, hlm. 84). “Adapun teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling incidental*, *sampling purpose*, *snowball sampling* dan *sampling jenuh*” (Sugiyono, 2012, hlm. 84).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh*. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 85) “*Sampling Jenuh* yaitu teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil.” Teknik ini dipilih karena semua populasi dijadikan sebagai sampel penelitian.

Berdasarkan hal tersebut, adapun sampel perusahaan subsektor keramik dan kaca porselen diantaranya, terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Sampel Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
2	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk
3	IKAI	Intikeramik Alamasri Industri Tbk
4	KIAS	Keramika Indonesia Asosiasi Tbk
5	MLIA	Mulia Indostrindo Tbk
6	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk

### 3.7. Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

“Analisis data adalah memberikan arti dan makna terhadap data yang diperoleh guna memecahkan masalah penelitian” (Moh. Nazir, 2011, hlm. 346). Analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data yang kemudian diolah melalui beberapa tahapan, antara lain:

1. Menyusun kembali data yang telah diperoleh, kemudian diajukan kembali dalam bentuk tabel maupun grafik.
2. Analisis deskriptif terhadap nilai pasar dengan menghitung nilai pasar dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV).
3. Analisis deskriptif terhadap *growth* dengan menghitung *growth* dengan menggunakan *Sales Growth*.
4. Analisis deskriptif harga saham perusahaan dengan mengambil harga saham penutupan akhir tahun.
5. Analisis statistik untuk mengetahui pengaruh nilai pasar terhadap harga saham.
6. Analisis statistik untuk mengetahui pengaruh *growth* terhadap harga saham.

#### 3.7.1. Analisis Data Deskriptif

“Analisis data deskriptif adalah analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang bersifat objektif” (Sugiyono, 2012, hlm. 47). Adapun analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Nilai Pasar

Kasmir (2008, hlm. 115) menyebutkan bahwa rasio nilai pasar yaitu rasio yang memberikan ukuran kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasar usahanya di atas biaya investasi. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV) dengan cara, menghitung harga pasar per saham dibandingkan dengan harga buku per lembar saham. Analisis nilai pasar dapat dihitung dengan rumus, sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

## 2. Analisis Deskriptif *Growth*

Kasmir (2008, hlm. 114) menyebutkan bahwa rasio pertumbuhan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Sales Growth*. Analisis *growth* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan Tahun Ini} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{Penjualan Tahun Lalu}}$$

## 3. Analisis Deskriptif Harga Saham

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh harga saham dengan cara melihat harga saham pada waktu penutupan (*closing price*). “Harga saham akan mewakili nilai perusahaan, tidak hanya nilai intrinsik bahkan harapan akan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai dikemudian hari” (David dan Kurniawan, 2010, hlm. 272).

### 3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda

“Analisis regresi ganda digunakan untuk mengidentifikasi atau meramalkan (memprediksi) nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat dan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua variabel atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat” (Sambas Ali, 2010:56). Berikut persamaan regresi berganda:

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

Keterangan:

Y = Harga saham

$\alpha$  = Konstanta

$X_1$  = Nilai Pasar (PBV)

$X_2$  = *Growth (Sales Growth)*

- $\beta_1$  = Koefisien persamaan regresi variabel bebas  
 $\beta_2$  = Koefisien persamaan regresi variabel bebas

### 3.7.3. Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

#### 1. Uji Normalitas

Dasar dilakukannya uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah suatu distribusi data normal atau tidak. Dengan diketahuinya suatu kelompok data distribusi normal maka estimasi yang kuat sangat mungkin terjadi atau kesalahan mengestimasi dapat diperkecil dan dihindari (Sambas Ali, 2010, hlm. 92). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak adalah dengan menggunakan grafik *normal probability plot*. Apabila variabel terdistribusi normal maka penyebaran plot akan berada di sektor dan di sepanjang garis 45°.

#### 2. Uji Autokorelasi

“Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya)” (Ghozali, 2007). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi dapat disebabkan oleh beberapa hal, yaitu:

- a. Inersia, dimana adanya momentum yang masuk ke dalam variabel-variabel bebas secara terus menerus sehingga mempengaruhi nilai variabel bebasnya.
- b. Terjadi penyimpangan spesifikasi akibat adanya variabel-variabel independen lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model.
- c. Bentuk fungsi yang salah.

d. Adanya tenggang waktu.

Menurut Singgih Santoso (2012, hlm. 242), untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi digunakan statistik D-W (Durbin-Watson) dengan kriteria autokorelasi sebagai berikut :

- Jika nilai D-W di bawah -2, maka terdeteksi ada autokorelasi positif.
- Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2, maka terindikasi tidak ada autokorelasi.
- Jika nilai D-W di atas +2, maka terindikasi ada autokorelasi negatif.

### 3. Uji Multikoleniaritas

Tujuan dari Uji multikoleniaritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoleniaritas dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2007):

- a. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika, antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikoleniaritas.
- c. Multikoleniaritas dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikoleniaritas pada data yang akan diolah.

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menentukan ada tidaknya indikasi varians antara residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak efisien. Heteroskedastisitas terjadi apabila ada koefisien dari masing-masing variabel bebas yang signifikan pada tingkat signifikansi 5%.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot.

Suatu model regresi yang baik didapatkan apabila pada diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu dan apabila berpencar di sekitar (pada sumbu Y). Selain itu tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

#### 3.7.4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan yang signifikan antara dua variabel bebas yaitu ( $X_1$ ,  $X_2$ ) dan variabel terikat (Y). Hipotesis nol ( $H_0$ ) menunjukkan tidak adanya signifikansi antara variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) menunjukkan adanya signifikansi antara variabel bebas dan variabel terikat. Statistik hipotesis yang akan diuji dalam pengambilan keputusan pengambilan dan penolakan hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut:

1.  $H_{0-1}$  : Nilai Pasar tidak berpengaruh positif terhadap harga saham  
 $H_{a-1}$  : Nilai Pasar berpengaruh positif terhadap harga saham
2.  $H_{0-2}$  : *Growth* tidak berpengaruh positif terhadap harga saham  
 $H_{a-2}$  : *Growth* berpengaruh positif terhadap harga saham

##### 3.7.4.1. Uji Keberartian Regresi

“Uji keberartian regresi adalah angka yang menunjukkan kuatnya hubungan antar dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen” (Sugiyono, 2012, hlm. 222). Pengujiannya dapat menggunakan uji F. Uji F adalah membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Adapun rumus  $F_{hitung}$  sebagai berikut:

$$F = \frac{\frac{JK_{(Reg)}}{K}}{\frac{JK_{(s)}}{(n - k - 1)}}$$

Dimana:

$$JK_{(Reg)} = b_1 \Sigma X_{1y} + b_2 \Sigma X_{2y}$$

$$JK_{(s)} = \Sigma Y^2 + JK_{(Reg)}$$

Sugiyono (2012, hlm. 62)

Keterangan:

F = Nilai F<sub>hitung</sub>

JK<sub>(Reg)</sub> = Jumlah Kuadrat Regresi

JK<sub>(s)</sub> = Jumlah Kuadrat Sisa (Residual)

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah anggota sample

F<sub>hitung</sub> tersebut selanjutnya dibandingkan dengan F<sub>tabel</sub>, taraf signifikansinya 5% ( $\alpha$  0,05). Bila signifikasinya lebih tinggi daripada tingkat keyakinannya, menunjukkan regresi berarti, barulah dilanjutkan dengan uji keberartian koefisien regresi dan sebaliknya. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. F<sub>hitung</sub> > F<sub>tabel</sub> atau nilai sig < taraf signifikansi 0,05 atau 5% maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
2. F<sub>hitung</sub> ≤ F<sub>tabel</sub> atau nilai sig > taraf signifikansi 0,05 atau 5% maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

Adapun hipotesis pada uji keberartian regresi dalam penelitian ini, yaitu:

1. H<sub>0</sub> = Regresi tidak berarti
2. H<sub>a</sub> = Regresi berarti

#### 3.7.4.2. Uji Keberartian Koefisien Regresi

“Uji keberartian koefisien regresi digunakan untuk menganalisis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh atau hubungan antar variabel *independent* dan *dependent* dimana, salah satu variabel *independent* dibuat tetap

atau dikendalikan” (Sugiyono, 2012, hlm. 235). “Uji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara  $t_{tabel}$  dengan  $t_{hitung}$ . Gunanya untuk menguji kemampuan signifikansi hasil penelitian” (Riduwan dan Sunarto, 2012, hlm. 126). Uji keberartian koefisien regresi dilakukan apabila hasil yang ditunjukkan dengan uji keberartian regresi menunjukkan bahwa regresi berarti. Rumus  $t_{hitung}$  dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$t = \frac{\beta_i}{S\beta_i}$$

Di mana:

$$S\beta_i = \sqrt{\frac{S^2_{y.12\dots k}}{(\sum X^{2ij}) + (1 - R^2_i)}}$$

$$S^2_{y.12\dots k} = \frac{\sum(Y_i - \hat{Y})^2}{n - k - 1}$$

$$\sum X^{2ij} = \sum(X_{ij} - \bar{X}_{ij})^2$$

$$R^2_i = \frac{JK_{(Reg)}}{\sum Y^2_i}$$

Sudjana (2003, hlm. 111)

Keterangan:

t = Nilai  $t_{hitung}$

$\beta_i$  = Koefisien regresi  $X_i$

$S\beta_i$  = Kesalahan Baku (Standard Error) Koefisien Regresi  $X_i$

Selanjutnya hasil  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) uji dua pihak. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

- Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Pada penelitian uji t ini hipotesis yang digunakan, yaitu:

1.  $H_0: \beta_1 \leq 0$ , Nilai Pasar tidak berpengaruh positif terhadap Harga Saham
2.  $H_1: \beta_1 \geq 0$ , Nilai Pasar berpengaruh positif terhadap Harga Saham

3.  $H_0: \beta_2 \leq 0$ , *Growth* tidak berpengaruh positif terhadap Harga Saham
4.  $H_1: \beta_2 \geq 0$ , *Growth* berpengaruh positif terhadap Harga Saham