

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar Penelitian**

##### **2.1.1 Teori Keagenan**

Teori keagenan merupakan sebuah konsep teori di mana pemilik perusahaan atau pemegang saham perusahaan memberi wewenang dan kepercayaan kepada manajemen perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan sesuai dengan kesepakatan yang telah diambil bersama berdasarkan kontrak kerja yang berlaku (Supriyono, 2018:63). Dalam suatu perusahaan sangat penting bagi para investor untuk mengetahui apakah perusahaan telah melakukan pelaporan keuangan dengan tepat waktu karena laporan keuangan merupakan laporan yang berisi informasi perusahaan dalam satuan uang. Investor memerlukan laporan keuangan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan menggunakan modal yang telah diinvestasikan kedalam perusahaan tersebut.

#### **2.2 Teori Variabel Y dan X**

##### **2.2.1 Saham**

###### **2.2.1.1 Definisi Saham**

Saham diartikan sebagai suatu dokumen surat yang menerangkan bukti seseorang merupakan pemilik dalam perusahaan atau badan usaha. Saham dikatakan sebagai bukti seseorang atau badan dikatakan sebagai pemilik perusahaan tersebut. Saham memiliki wujud seperti secarik kertas yang berisi pemilik perusahaan. Kepemilikan seseorang dalam suatu perusahaan tergantung

pada besarnya saham yang ditanam dalam perusahaan tersebut (Darmadji, 2012:6).

Definisi saham menurut beberapa ahli, yaitu :

**1. Darmadji (2012:6)**

Saham didefinisikan sebagai bukti para pemegang/pemilik dalam bentuk secarik kertas dimana tercantum jumlah nilai dana yang dikontribusikan dalam perusahaan.

**2. Fahmi (2012:81)**

Saham merupakan objek yang digunakan sebagai alat dalam pasar modal. Para investor tertarik dalam pembelian saham dikarenakan penawaran menarik dalam pembagian dividen kepada mereka. Jumlah nominal yang dikeluarkan investor untuk membeli saham tercantum dalam bukti saham.

**2.2.1.2 Jenis Saham**

Menurut Darmadji (2012:6) Dilihat dari pemanfaatannya, jenis saham terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

**1. Saham Biasa**

Saham biasa atau yang disebut dengan *common stock* merupakan surat atau dokumen berharga yang dijual perusahaan dengan nilai nominal (mata uang) dimana para pemegang memiliki hak untuk menghadiri dan mengikuti rapat yang diadakan seperti RUPS atau rapat umum pemegang saham dan RUPSLB atau rapat umum pemegang saham luar biasa (Darmadji, 2012:6).

## 2. Saham Preferen

Saham Preferen atau yang disebut dengan *preferred stock* adalah jenis saham yang terdiri dari saham biasa dengan obligasi. Saham jenis ini dapat menghasilkan penghasilan tetap seperti bunga obligasi, namun saham preferen juga dapat menghasilkan yang tidak sesuai dengan kehendak investor. Saham preferen merupakan dokumen berharga yang dijual oleh perusahaan menggunakan nilai nominal yang dapat memberikan dividen kepada pemegang saham setiap 3 bulan atau setiap kuartal (Darmadji, 2012:6).

### **2.2.1.3 Harga Saham**

Harga saham diartikan harga yang telah ditetapkan bagi pihak-pihak yang ingin membeli saham. Harga saham akan selalu berubah setiap waktunya. Harga saham selalu berubah-ubah mau naik ataupun turun dalam hitungan waktu yang sangat singkat yaitu dalam menit maupun detik. Harga saham dipengaruhi oleh jumlah permintaan dan penawaran yang dilakukan antara penjual saham dan pembeli saham. Harga saham merupakan gambaran kekayaan perusahaan dan pemegang saham, oleh karena itu informasi harga saham penting bagi para investor dan pasar modal. Harga saham merupakan harga dalam bursa efek pada waktu-waktu tertentu (Darmadji, 2012:102).

### **2.2.1.4 Jenis Harga Saham**

Menurut Widodoatmodjo (2011:164) terdapat tiga jenis harga saham, yaitu :

### 1. Harga Nominal

Harga Nominal adalah harga saham yang telah ditentukan oleh emiten dan telah berada dalam sertifikat saham, di mana harga yang telah ditentukan tersebut untuk menilai masing-masing lembar saham yang sudah dikeluarkan. Nilai nominal suatu saham juga penting dikarenakan dapat digunakan untuk menetapkan nilai dividen minimal.

### 2. Harga Perdana

Harga perdana diartikan sebagai harga saham ketika pencatatan harga ke dalam bursa efek. Harga saham dalam pasar perdana ditetapkan oleh orang yang menjamin emiten dan juga emisi. Harga perdana berlaku ketika investor membeli pada saat penawaran umum.

### 3. Harga Pasar

Harga pasar diartikan harga jual saham yang berasal dari perjanjian antara emisi dengan para investor. Harga pasar akan berbeda-beda karena merupakan kesepakatan antara investor dengan investor.

#### **2.2.1.5 Penilaian Harga Saham**

Menurut Jogiyanto (2015:161), terdapat 2 jenis analisis yang dapat digunakan untuk menilai harga saham yaitu :

#### 1. Analisis Fundamental

Keputusan investor dalam melakukan investasi yang didahulukan dengan proses analisis variabel secara fundamental akan berpengaruh terhadap harga dan efek karena saham mencerminkan nilai dari perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk melakukan peningkatan dalam waktu

jangka Panjang. Terdapat beberapa informasi fundamental perusahaan yaitu :

- a. Kemampuan manajemen dalam perusahaan
- b. Perencanaan yang telah dibuat perusahaan
- c. Perencanaan dalam pemasaran
- d. Perkembangan dalam bidang alat teknologi
- e. Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba
- f. Kebijakan dari pemerintah
- g. Hak yang diberikan kepada investor

## 2. Analisis Teknikal

Analisis teknikal merupakan kebalikan dari analisis fundamental dimana dalam analisis ini menyatakan investor merupakan makhluk irasional yang bergabung dalam suatu masa. Permintaan dan penawaran berupa manifestasi dan psikologis investor berpengaruh terhadap harga saham.

### **2.2.2 Pertumbuhan Penjualan**

#### **2.2.2.1 Definisi dan Rumus Pertumbuhan Penjualan**

Penjualan merupakan aktivitas yang bertujuan untuk mempengaruhi dan mencari pembeli yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pasar dengan harga yang telah ditentukan dan menguntungkan bagi penjual maupun pembeli (Moekjizat, 2013:2). Menurut Dharmmesta (2014:246) penjualan diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan dalam bentuk pemberian barang/jasa dari penjual ke pembeli dengan nilai yang telah ditentukan dan disetujui oleh kedua pihak. Penjualan dapat dikatakan sebagai bagian dari promosi, dan promosi merupakan bagian dari sistem pemasaran (Abdullah, 2016:3).

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu aspek yang dapat dilihat untuk menentukan apakah perusahaan dalam kondisi baik atau tidak (Prihadi, 2019:166). Menurut Kasmir (2016:107), perusahaan dalam meningkatkan penjualan dibanding dengan total penjualan dapat ditunjukkan dengan pertumbuhan penjualan. Berikut rumus pertumbuhan penjualan yang digunakan dalam penelitian ini, adalah (Kasmir, 2016:107)

$Sales\ Growth\ Ratio = \frac{(Net\ Sales\ t) - (Net\ sales\ t - 1)}{Net\ Sales\ t - 1} \times 100$	<p><b>Rumus 2.1</b> Rumus Pertumbuhan Penjualan</p>
---	---

Keterangan:

$Sales_t$  : Penjualan pada tahun ke-t

$Sales_{t-1}$  : Penjualan pada periode sebelumnya

t : Tahun

#### 2.2.2.2 Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan nilai barang yang telah terjual dengan strategi pelayanan dan jangka waktu yang telah ditentukan (Kotler, 2014). Volume penjualan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan dalam memperoleh laba untuk kelangsungan perusahaannya sehingga perusahaan perlu menciptakan volume penjualan yang baik di setiap periode agar perusahaannya dapat berlangsung dengan baik. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan, yaitu (Kotler & Keller, 2014) :

- Menciptakan produk yang dapat meningkatkan daya tarik individu lain.

- Memasarkan produk dengan pengaturan yang baik sehingga individu lain dapat tertarik dengan produk yang dipasarkan.
- Melakukan analisa pasar yang benar
- Menentukan pangsa pasar dari produk yang diciptakan
- Mengadakan promosi seperti potongan harga

### **2.2.2.3 Tujuan Penjualan**

Tujuan dilakukannya penjualan adalah untuk memperoleh laba dan menunjang perkembangan suatu perusahaan (Dharmmesta, 2014). Agar dapat mencapai tujuan tersebut pimpinan perusahaan juga perlu ikut serta dalam kegiatan tersebut, dimana seorang pemimpin perlu mengkoordinir semua bagian-bagian dalam perusahaan yang ikut serta dalam kegiatan tersebut seperti bagian produksi, bagian keuangan, dan bagian pemasaran. Penjualan memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena apabila proses dan pengelolaan yang baik tidak disertai dengan penjualan berhasil akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Dharmmesta, 2014).

### **2.2.2.4 Faktor yang mempengaruhi Penjualan**

Menurut Dharmmesta (2014), terdapat beberapa faktor yang dapat membawa pengaruh terhadap penjualan, yaitu :

1. Kemampuan dan kondisi penjual

Seorang penjual merupakan faktor penting dalam kegiatan penjualan, karena kegiatan ini tidak akan berlangsung tanpa adanya penjual. Seorang penjual harus mampu dalam menentukan jenis barang ataupun jasa yang akan ditawarkan, penjual perlu menentukan harga barang/jasa tersebut

sesuai dengan kualitas yang diberikan. Selain itu penjual juga perlu menentukan dan mengatur bagaimana sistem pembayaran yang diberikan serta bagaimana cara pengiriman produk yang yang dijual ke konsumen.

## 2. Kondisi Pasar

Kondisi pasar sangat penting dalam kegiatan penjualan. Sebelum dimulainya kegiatan penjualan, perlu untuk menentukan jenis pasar sesuai dengan produk yang akan ditawarkan apakah bisa mencapai tingkat penjualan sesuai target yang ingin dicapai dalam pasar tersebut. Penjual perlu mengetahui bagaimana kondisi para konsumen dan daya beli konsumen serta apakah produk yang dihasilkan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pasar

## 3. Modal yang dimiliki

Berlangsungnya kegiatan penjualan dipengaruhi oleh modal yang dimiliki oleh penjual. Dengan modal yang dimiliki penjual dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat membantu meningkatkan penjualan seperti membuat iklan.

## 4. Kondisi perusahaan

Kondisi perusahaan dapat mempengaruhi kegiatan penjualan, dimana semua bagian yang ada dalam perusahaan turut serta dalam proses penjualan, apabila bagian-bagian yang ada dalam perusahaan tidak terkoordinasi dengan baik maka akan menghambat kegiatan penjualan.



## 5. Promosi dan Distribusi

Beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualan adalah promosi dan distribusi. Penjual dapat melakukan promosi yang menarik bagi konsumen dan menguntungkan bagi kedua pihak. Proses distribusi juga berpengaruh terhadap kegiatan penjualan dimana proses tersebut tidak boleh terhambat, karena apabila terhambat maka proses penjualan juga akan terhambat.

### **2.2.3 Profitabilitas**

#### **2.2.3.1 Definisi Rasio Profitabilitas**

Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan perusahaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode yang telah ditentukan (Septiana, 2019:109). Rasio profitabilitas dapat dikatakan rasio yang menunjukkan efisiensi perusahaan karena rasio profitabilitas menilai efektivitas manajemen dalam perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang telah dihasilkan dari penjualan dan investasi (Kasmir, 2016:192). Menurut Hery (2016) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan.

### 2.2.3.2 Tujuan Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki beberapa tujuan bagi pihak internal maupun eksternal yang berhubungan dengan perusahaan (Kasmir, 2014:199), yaitu

1. Mengukur keuntungan/laba badan usaha dalam periode yang telah ditetapkan.
2. Menilai dan membandingkan posisi laba yang diperoleh dalam jangka waktu yang telah ditetapkan perusahaan.
3. Menilai produktivitas seluruh kas perusahaan yang digunakan baik ekuitas pribadi ataupun ekuitas pinjaman dari pihak luar.

### 2.2.3.3 Jenis Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:199) terdapat empat rasio yang dapat digunakan dalam mengukur rasio profitabilitas perusahaan, yaitu :

#### 1. *Profit Margin*

Rasio *Profit Margin* merupakan rasio yang digunakan perusahaan untuk mengukur margin laba atas penjualan tertentu (L. Tobing, 2020). Rasio jenis ini dihitung dengan cara membanding laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih (Kasmir, 2014:199).

#### 2. *Return On Investment*

Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment* (ROI) atau *Return on Total Assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya (Kasmir, 2014:202).

### 3. *Return On Equity*

Menurut (Kasmir, 2014:202) *Return On Equity* memiliki arti perbandingan antara *net profit* dengan ekuitas perusahaan. Rasio jenis ini merupakan rasio yang sangat penting bagi para pemegang saham karena kenaikan dalam nilai ROE (*Return On Equity*) menunjukkan saham yang mengalami peningkatan. Rasio pengembalian ekuitas merupakan suatu ukuran profitabilitas dari perspektif investor/pemegang saham karena rasio ini digunakan untuk menaksirkan kemampuan dalam menghasilkan profitabilitas berdasarkan modal saham yang ada dalam perusahaan (Hanafi & Halim, 2012:81).

Rasio *Return On Equity* menunjukkan seberapa efisiensi badan usaha atau perusahaan dalam menggunakan modal pribadi untuk melakukan investasi. Rasio jenis ini sering dipakai untuk membandingkan perusahaan dalam kategori peluang dalam berinvestasi yang baik serta pengontrolan biaya yang efektif. Semakin tinggi ROE maka bisa dikatakan perusahaan tersebut layak berjalan.

Berikut rumus perhitungan *Return On Equity* menurut (Kasmir, 2014:202) yaitu

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Equity}} \times 100$$

**Rumus 2.2** Rumus *Return On Equity*

Menurut (Kasmir, 2014:202) *Return On Equity* dapat membantu perusahaan dalam mencari tahu keuntungan bersih yang didapatkan berdasarkan modal pribadi, mengukur seberapa produktif perusahaan dalam menggunakan

modal pribadi ataupun pinjaman, serta mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan modal ataupun pinjaman. Terdapat tiga cara yang dapat digunakan untuk menganalisis *Return On Equity* (Sherman, 2015), yaitu

- *Intracompany Analysis*, berfokus pada membandingkan antar rasio keuangan seperti membandingkan ROA dengan ROE
- *Trend Analysis*, berfokus pada rasio keuangan dalam periode-periode tertentu
- *Industry Comparison*, berfokus pada membandingkan ROE perusahaan dengan ROE rata-rata industri.

#### 4. *Earning per share* (Laba perlembar saham)

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi (Kasmir, 2014:202).

Pada penelitian ini penulis menggunakan *Return on Equity* untuk mengukur rasio profitabilitas.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut di bawah ini terdapat beberapa penelitian yang tidak jauh berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu :

Penelitian yang dilakukan oleh Oktavia Kartika Sari pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Earning Per share*, dan Kebijakan dividen terhadap Harga Saham. Penelitian ini menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai X1, *Earning per share* sebagai X2, Kebijakan dividen sebagai X3, dan harga saham sebagai Y. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *property/real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, sedangkan *Earning Per share* dan Kebijakan dividen berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham (Oktavia & Sapari, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Muchamad Ridwan dan Lucia Ari Diyani pada tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh Rasio Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham”. Penelitian ini menggunakan *Current Ratio* sebagai X1, *Debt to Asset Rasio* sebagai X2, *Return On Equity* sebagai X3, Pertumbuhan Penjualan sebagai X4 dan harga saham sebagai Y. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, semakin tingginya penjualan tidak berpengaruh terhadap harga saham. *Return on Equity* berpengaruh signifikan terhadap harga saham sedangkan *current ratio* dan *Debt to Asset Ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham (Ridwan & Diyani, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Rahadian Nuril Amri pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham”. Penelitian ini menggunakan inflasi sebagai X1, Pertumbuhan Ekonomi sebagai X2, Pertumbuhan Penjualan sebagai X3 dan harga saham sebagai Y. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *Property/Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini bahwa pertumbuhan penjualan, Profitabilitas, Inflasi, dan Pertumbuhan Ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap harga saham. (Amri & Subardjo, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh M. Arsyadi Ridha pada tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Rasio Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Arus Kas Operasi terhadap Harga Saham Syariah”. Penelitian ini menggunakan *Net Profit Margin* sebagai X1, *Return On Equity* sebagai X2, *Current Ratio* sebagai X3, *Debt to Equity Ratio* sebagai X4, *Total Turnover Asset* sebagai X5, ukuran perusahaan sebagai X6, arus kas operasi sebagai X7 dan harga saham sebagai Y. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah *Net Profit Margin* berpengaruh positif terhadap harga saham, *Return On Equity* berpengaruh terhadap harga saham, *Current Ratio* berpengaruh negatif terhadap harga saham, *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap harga saham, *Total Asset Turnover* berpengaruh positif terhadap harga saham, ukuran perusahaan dan arus kas perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan (Ridha, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Mazda Eko Sri Tjahjono pada tahun 2017 yang berjudul Pengaruh Profitabilitas terhadap harga saham pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013 sampai dengan 2015 dimana pada penelitian ini variable independen yang digunakan adalah *Return on Asset* sebagai X1 dan *Return on Equity* sebagai X2 serta variabel dependen yang digunakan adalah harga saham. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *return on asset* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham dan *return on equity* secara parsial tidak berpengaruh terhadap harga saham perusahaan (Tjahjono, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Neneng Tita Amalya pada tahun 2018 yang berjudul “Pengaruh *Return On Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin*, dan *Debt to Equity Ratio* terhadap Harga Saham” Penelitian ini menggunakan *Return On Asset* sebagai X1, *Return On Equity* sebagai X2, *Net Profit Margin* sebagai X3, *Debt to Equity Ratio* sebagai X4 dan harga saham sebagai Y. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan analisis uji F bahwa *Return On Asset*, *Return On Equity*, *Net Profit Margin*, dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan analisis uji T diperoleh hasil bahwa *Return On Asset*, *Return On Equity* dan *Debt to Equity Ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham sedangkan *Net Profit Margin* berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham (Amalya, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fatimah dan Fandi Kharisma pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017” Penelitian ini menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai X1 dan harga saham sebagai Y. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian yang didapatkan adalah pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham (Fatimah & Kharisma, 2020).

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
1	Oktavia Kartika Sari	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, <i>Earning Per share</i> , dan Kebijakan dividen terhadap Harga Saham	Variabel Bebas: Pertumbuhan Penjualan, <i>Earning Per share</i> , dan Kebijakan dividen Variabel Terikat : Harga Saham	pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, sedangkan <i>Earning Per share</i> dan Kebijakan dividen berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.



2	Muchama d Ridwan dan Lucia Ari Diyani	Pengaruh Rasio Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham	Variabel Bebas: Rasio Keuangan dan Pertumbuhan Variabel Terikat : Harga Saham	<i>Net Profit Margin</i> berpengaruh positif terhadap harga saham, <i>Return On Equity</i> berpengaruh terhadap harga saham, <i>Current</i> <i>Ratio</i> berpengaruh negative terhadap harga saham, <i>Debt to Equity</i> <i>Ratio</i> berpengaruh terhadap harga saham, <i>Total Asset Turnover</i> berpengaruh positif terhadap harga saham, ukuran perusahaan dan arus kas perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan.
3	Rahadian Nuril Amri	Pengaruh Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi, Pertumbuhan	Variabel Bebas : Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi,	Pertumbuhan penjualan, Profitabilitas, Inflasi, dan Pertumbuhan

		Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham	Pertumbuhan Penjualan Variabel Terikat : Harga Saham	Ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap harga saham.
4	M. Arsyadi Ridha	Pengaruh Rasio Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Arus Kas Operasi terhadap Harga Saham Syariah	Variabel Bebas : Rasio Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Arus Kas Operasi Variabel Terikat : Harga Saham	<i>Net Profit Margin</i> berpengaruh positif terhadap harga saham, <i>Return On Equity</i> berpengaruh terhadap harga saham, <i>Current Ratio</i> berpengaruh negative terhadap harga saham, <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh terhadap harga saham, <i>Total Asset Turnover</i> , ukuran perusahaan dan arus kas perusahaan berpengaruh positif terhadap harga saham perusahaan.

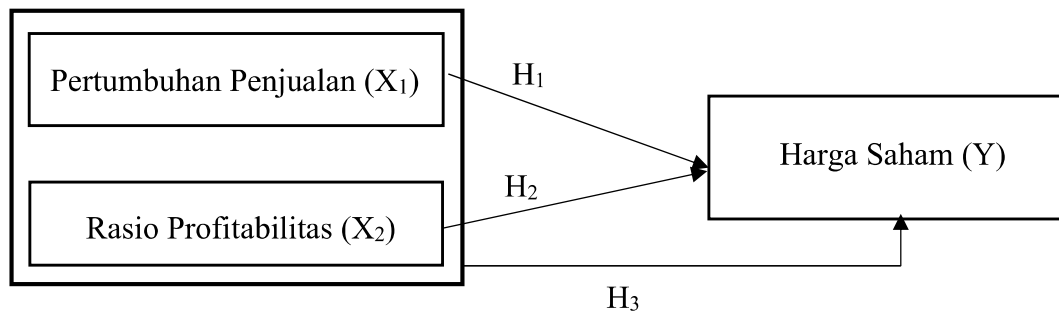
5	Mazda Eko Sri Tjahjono	Pengaruh Profitabilitas terhadap harga saham (Studi kasus perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015)	Variabel Bebas: <i>Return on Asset dan Return on Equity</i>  Variabel Terikat: Harga saham	<i>Return on Asset</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham dan <i>Return on Equity</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.
6	Neneng Tita Amalya	Pengaruh <i>Return On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin, dan Debt to Equity Ratio</i> terhadap Harga Saham	Variabel Bebas: <i>Return On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin, dan Debt to Equity Ratio</i>  Variabel Terikat: Harga saham	Berdasarkan analisis uji F bahwa <i>Return On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin, dan Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan analisis uji T diperoleh hasil bahwa <i>Return On Asset, Return On Equity</i> dan <i>Debt to Equity Ratio</i> tidak

				berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham sedangkan <i>Net Profit Margin</i> berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham
7	Nurul Fatimah dan Fandi Kharisma	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017	Variabel Bebas: Pertumbuhan Penjualan  Variabel Terikat: Harga saham	Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham

#### 2.4 Kerangka Penelitian

Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini adalah pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap harga saham. sebanyak tiga jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang maksud adalah Pertumbuhan Penjualan yang

disimbolkan dengan “ $X_1$ ”, Rasio Profitabilitas yang disimbolkan dengan “ $X_2$ ”. Sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah harga saham yang disimbolkan dengan “ $Y$ ”.



**Gambar 2.1** Kerangka Penelitian

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis yang ada dalam penelitian, yaitu :

$H_1$  : Pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh terhadap harga saham.

$H_2$  : Rasio Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap harga saham.

$H_3$  : Pertumbuhan penjualan dan Rasio Profitabilitas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap harga saham.