

**PENGARUH PENJUALAN TERHADAP HARGA SAHAM PADA
PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi**



Oleh :

**NAMA : WAHYU HANDOKO
NPM : 1005170381
KONSENTRASI : AKUNTANSI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
M E D A N
2 0 1 7**

**PENGARUH PENJUALAN TERHADAP HARGA SAHAM PADA
PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA**

Oleh :

**Wahyu Handoko
Fitriani Saragih, SE, M.Si**

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

ABSTRAK

Harga saham di pasar bursa merupakan hal yang sangat penting, dimana saham sebagai tanda penyertaan modal pada perseroan terbatas seperti yang telah diketahui bahwa tujuan pemodal membeli saham untuk memperoleh penghasilan dari saham tersebut. Masyarakat pemodal itu dikategorikan sebagai investor dan spekulator. Investor disini adalah masyarakat yang membeli saham untuk memiliki perusahaan dengan harapan mendapatkan deviden dan capital gain dalam jangka panjang, sedangkan spekulator adalah masyarakat yang membeli saham untuk segera dijual kembali bila situasi kurs dianggap paling menguntungkan seperti yang telah diketahui bahwa saham memberikan dua macam penghasilan yaitu berupa deviden dan berupa *capital gain*.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?. Dalam penelitian digunakan teknik pengumpulan data yaitu studi dokumentasi, sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dimana hal ini diketahui dari nilai harga $t_{signifikan} = 0,049$. Nilai $t_{signifikan}$ tersebut selanjutnya dibandingkan nilai $\alpha 0,05$ sehingga $0,049 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel Penjualan memiliki pengaruh terhadap Harga Saham. Selain itu besarnya persentase pengaruh variabel penjualan (X) terhadap variabel jumlah harga saham (Y) diketahui dengan melakukan uji determinasi yang diketahui bahwa pengaruh penjualan terhadap variabel jumlah harga saham sebesar 0,661 atau 66,1 % sedangkan sisanya 33,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Penjualan dan Harga Saham

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan anugerahnya dan segala kenikmatan yang luar biasa banyaknya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) akuntansi, pada program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih terdapat banyak keasalahan dan kekurangan, karena itu dengan kerendahan hati penulis menerima masukan baik saran maupun kritik demi kesempurnaannya skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya sehingga skripsi dapat terselesaikan, yakni kepada :

1. Ayahanda **Sugiono** dan Ibunda tercinta **Nurcantih** yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang, yang memberikan dorongan selama penulis menjalani pendidikan dan hanya doa yang dapat penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT, semoga kelak penulis menjadi manusia yang berguna bagi agama, keluarga, dan seluruh masyarakat.

2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Elizar Sinambela, SE M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Ibu Fitriani Saragih, SE M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan sekaligus sebagai Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
6. Buat abangku **Harafat** dan kakakku **Madina** serta adik-adikku tersayang **Aris Munandar, Megawati, Muhammad Fahmi** dan **Fatimah Azzahra** yang selalu memberikan dukungan dan semangat bagi penulis selama menjalani perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Buat semua teman yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, semoga sukses selalu dan terima kasih atas kebersamaan selama ini yang menjadi bagian dari proses kehidupan yang tidak akan terlupa.

Akhirnya penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya pada kita semua serta memberikan keselamatan dunia dan akhirat, Amin.

Medan, April 2017
Penulis

WAHYU HANDOKO
1005170381

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Uraian Teoritis	
1. Harga Saham.....	8
a. Pengertian Harga Saham.....	8
b. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Harga Saham.....	19
2. Penjualan.....	16
a. Pengertian Penjualan	16
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan	17
c. Klasifikasi Transaksi Penjualan	20
3. Penelitian Terdahulu.....	21
B. Kerangka Berfikir	22
C. Hipotesis	23

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	24
B. Definisi Operasional Variabel.....	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
D. Populasi dan Sampel Penelitian	25
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Teknik Analisis Data.....	28

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	31
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	31
2. Deskripsi Data.....	31
3. Statistik Deskriptif.....	38
4. Uji Normalitas Data.....	39
5. Pengujian Regresi Sederhana.....	51
6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	41
7. Pengujian Koefisien Determinasi.....	41
B. Pembahasan.....	42

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	44
B. Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II-1 : Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel III-1 : Rincian dan Waktu Penelitian.....	25
Tabel III-2 : Populasi Penelitian.....	26
Tabel III-3 : Sampel Penelitian.....	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 : Kerangka Konseptual.....	23
Gambar III-1 : Kriteria Pengujian Hipotesis (Uji t).....	31

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Munculnya persaingan yang ketat pada dunia otomotif sehingga perusahaan harus bersaing memperebutkan kepercayaan masyarakat untuk tetap menjaga agar harga sahamnya tetap tinggi. Mengingat pentingnya informasi mengenai harga saham maka perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Weston dan Brigham (2010, hal. 26) : “Banyak faktor yang mempengaruhi harga saham yang dapat berdampak pada kenaikan maupun penurunannya, antara lain ; tingkat penjualan, laba bersih, arus kas bersih, laba perlembar saham (EPS), jumlah kas deviden yang diberikan, tingkat profitabilitas, tingkat resiko dan pengembalian”.

Harga saham di pasar bursa merupakan hal yang sangat penting, dimana saham sebagai tanda penyertaan modal pada perseroan terbatas seperti yang telah diketahui bahwa tujuan pemodal membeli saham untuk memperoleh penghasilan dari saham tersebut. Masyarakat pemodal itu dikategorikan sebagai investor dan spekulator. Investor disini adalah masyarakat yang membeli saham untuk memiliki perusahaan dengan harapan mendapatkan deviden dan capitat gain dalam jangka panjang, sedangkan spekulator adalah masyarakat yang membeli saham untuk segera dijual kembali bila situasi kurs dianggap paling menguntungkan seperti yang telah diketahui bahwa saham memberikan dua macam penghasilan yaitu berupa deviden dan berupa *capital gain*.

Terjadinya kenaikan dan penurunan harga saham pada perusahaan tersebut dapat dikarenakan meningkat atau menurunnya kinerja keuangan perusahaan sehingga membuat para investor harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam menginvestasikan dananya agar tidak mengalami kerugian. Laporan keuangan yang diterbitkan suatu perusahaan harus dapat mengungkapkan kondisi perusahaan yang sebenarnya, sehingga bermanfaat bagi masyarakat umum. Informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan haruslah informasi yang mempunyai relevansi.

Harga saham mempunyai peranan sangat penting bagi investor karena menjadi tolak ukur investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Tingginya harga saham suatu perusahaan akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menambah investasinya yang sangat dibutuhkan bagi perusahaan. Harga saham yang tinggi merupakan tolak ukur kemampuan perusahaan memperoleh laba pula sehingga dapat dikatakan semakin tinggi laba perusahaan maka akan semakin tinggi juga jumlah laba per lembar saham yang dibagikan untuk para investor.

Untuk menarik kepercayaan investor, perusahaan berupaya agar kinerja keuangan tetap baik yang dapat dilihat dari perolehan laba yang tinggi. Adapun sumber perolehan laba yang tinggi yaitu dengan penjualan yang tinggi juga. Dengan demikian dapat dikatakan apabila penjualan perusahaan tinggi maka dengan asumsi pengeluaran biaya efisien maka akan diperoleh laba yang tinggi sehingga investor memberikan kepercayaan untuk berinvestasi yang pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan. Dalam arti lain dengan

jumlah penjualan yang tinggi dapat memberikan pengaruh terhadap harga saham yang tinggi pula.

Berdasarkan data keuangan yang diamati pada perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia, menunjukkan fenomena adanya peningkatan penjualan yang seharusnya meningkatkan jumlah harga saham, tetapi dalam data laporan keuangan menunjukkan jumlah penjualan meningkat namun diiringi dengan harga saham yang mengalami penurunan. Untuk jelasnya ringkasan data laporan keuangan dari perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 akan disajikan pada tabel I-1 berikut ini.

Tabel I-1.
Data Penelitian

Dalam Jutaan Rupiah

KODE PERUSAHAAN	TAHUN	PENJUALAN	HARGA SAHAM
AUTO	2011	7.363.659	3.400
	2012	8.277.485	3.700
	2013	10.703.988	3.650
	2014	12.255.427	4.200
	2015	11,723,787	2.400
LPIN	2011	62.958	2.200
	2012	68.736	7.650
	2013	77.231	5.000
	2014	70.155	6.200
	2015	77.790..717	6.500
GJTL	2011	11.841.396	3.000
	2012	12.578.596	2.225
	2013	12.352.917	1.680
	2014	13.070.734	1.425
	2015	12.970.237	750
GDYR	2011	2.073.102	9.550

	2012	2.034.023	12.300
	2013	1.843.797	19.000
	2014	1.607.650	16.000
	2015	154,399,432	1.650
NIPS	2011	579.224	4.000
	2012	702.719	4.100
	2013	911.064	325
	2014	1.015.868	487
	2015	987.862	600
INDS	2011	1.234.986	3.500
	2012	1.476.987	4.200
	2013	1.702.447	2.675
	2014	1.866.977	1.600
	2015	1.659.505	740
MASA	2011	3.259.769	500
	2012	3.208.814	450
	2013	3.238.914	390
	2014	2.843.048	420
	2015	2.370.223	275
PRAS	2011	330.446	132
	2012	310.224	255
	2013	316.174	185
	2014	445.664	204
	2015	469.645	151
SMSM	2011	2.072.441	1.360
	2012	2.163.842	2.525
	2013	2.381.889	3.450
	2014	2.632.860	4.750
	2015	2.802.924	4.750

Sumber : Data Diolah, *idx.co.id*, 2017.

Berdasarkan data dapat dilihat bahwa pada beberapa perusahaan otomotif menunjukkan fenomena meningkatnya jumlah penjualan ternyata tidak diiringi dengan peningkatan harga saham perusahaan atau sebaliknya penurunan jumlah

penjualan ternyata tidak diiringi dengan penurunan harga saham perusahaan dan sebaliknya. Hal ini bertentangan dengan pendapat Lukman Syamsuddin (2007, hal. 107) menjelaskan bahwa “Pada umumnya peningkatan penjualan merupakan aktivitas yang peningkatan harga saham”. Selain itu Van Horne dan James (2005, hal. 167) menjelaskan “Penjualan yang meningkat terus-menerus sangat diinginkan investor untuk memutuskan investasinya, karena hal ini dapat mengindikasikan harga saham juga akan meningkat”.

Banyak penelitian yang dilakukan sehubungan dengan keterkaitan antara penjualan dengan harga saham yang diantaranya dilakukan oleh Yolanda Dahler (2006) berjudul; hubungan penjualan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menyimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara jumlah penjualan dengan harga saham. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Zulfahmi Dermawan (2012) dengan judul Pengaruh Penjualan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yolanda Dahler (2006) dan Zulfahmi Dermawan (2012) juga dapat diketahui bahwa penjualan sangat berkaitan dengan harga saham perusahaan dengan kata lain apabila penjualan meningkat maka dapat dipastikan akan memberikan dampak peningkatan terhadap harga saham perusahaan atau sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Peningkatan penjualan tetapi diiringi dengan penurunan harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Terjadinya penurunan penjualan tetapi diiringi dengan peningkatan harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka permasalahan yang akan dirumuskan adalah Apakah ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan terkait dengan pokok permasalahan yang telah diuraikan di atas adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi peneliti tentang pengaruh penjualan terhadap harga saham.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam hal pengaruh penjualan terhadap harga saham.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bahan pembandingan peneliti lain yang berkaitan dengan masalah ini, atau sebagai bahan acuan untuk melanjutkan penelitian ini untuk lebih baik lagi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Harga Saham

a. Pengertian Harga Saham

Banyak sekali komoditas yang diperdagangkan di Pasar Modal yang disebut dengan Surat Berharga. Yang termasuk surat berharga adalah saham, obligasi, klaim, waran, option dan lain-lain. Salah satu yang paling banyak diperdagangkan adalah saham. Menurut Ade Fatma Lubis (2008, hal. 157) menyebutkan : “Saham adalah surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan yang go public. Harga saham ditentukan oleh perkembangan perusahaan penerbitnya (Emitennya)”. Jika perusahaan Emiten mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi dan mampu menyisihkan sebagian dari keuntungannya itu sebagai deviden dengan jumlah yang tinggi. Hal tersebut akan menarik investor (masyarakat) untuk membeli saham perusahaan tersebut”. Akibatnya, permintaan atas saham tersebut meningkat dan akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut di Bursa. Sehingga memungkinkan bagi pemegang saham perusahaan tersebut untuk memperoleh *capital gain*. *Capital gain* juga akan mendorong naiknya harga saham di Bursa. Dengan demikian ke/untungan perusahaan merupakan faktor penting bagi sebuah saham.

Selain itu Abdul Halim (2005, hal. 20) menjelaskan :

Umumnya harga saham berbeda dengan nilai buku saham. Makin sedikit informasi yang dapat diperoleh untuk menghitung harga saham, semakin jauh perbedaan tersebut. Terlalu sedikitnya informasi yang mengalir ke Bursa Efek, maka harga saham tersebut

cenderung dipengaruhi oleh tekanan psikologis pembeli dan atau penjual (tindakan yang tidak rasional). Untuk mencegah hal tersebut sebaliknya perusahaan selalu memberi informasi yang cukup ke Bursa Efek sepanjang informasi tersebut berpengaruh terhadap harga sahamnya.

Pendapat tersebut menjelaskan bahwa harga saham merupakan informasi penting yang sangat ingin diketahui para investor yang merupakan alat bantu utama bagi investor untuk melakukan investasi yang diinginkannya. Ade Fatma Lubis (2008, hal. 59) membagi harga saham pada beberapa jenis yaitu :

- a. Harga nominal, merupakan nilai yang ditetapkan oleh Emiten untuk menilai setiap lembar saham yang dikeluarkannya. Sama dengan nilai pari (*par value*) merupakan nilai yang tertera di lembaran saham tersebut. Emiten bebas menetapkan harga perlembar sahamnya.
- b. Harga perdana, harga ini merupakan harga sebelum saham dicatat di Bursa Efek. Setelah bernegosiasi dengan penjamin (*underwriter*), maka akan diketahui berapa harga saham tersebut akan dijual ke masyarakat. Kemudian penjamin akan membuka *counter* untuk melakukan saham tersebut. Biasanya untuk menentukan harga perdana ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu : *goodwill*, kondisi pasar, prospek perusahaan dan lain-lain. Jadi tidak ada patokan khusus mengenai harga perdana. Bila prospek perusahaan tidak baik, tetapi kondisi pasar dalam keadaan *bullish*, saham Emiten dinilai dengan harga perdana yang tinggi.
- c. Agio saham, merupakan selisih antar harga nominal dengan harga perdana saham.
- d. Harga pasar, adalah harga jual dari investor satu dengan investor lainnya. Harga terjadi setelah saham tercatat di Bursa, baik Bursa utama maupun OTC.
- e. Harga pembukuan, merupakan harga yang diminta oleh penjual dan pembeli pada saat jam bursa dibuka, atau pada saat dimulainya hari bursa itu. Harga pembuka tadi menjadi harga pasar bila terjadi transaksi pada saat itu.
- f. Harga penutup, merupakan harga yang diminta oleh penjual dan pembeli pada saat akhir hari bursa.
- g. Harga tertinggi, merupakan harga yang paling tinggi pada suatu hari bursa.
- h. Harga terendah, merupakan lawan dari harga tertinggi, bisa untuk mendeteksi transaksi harian, bulanan atau tahunan.
- i. Harga rata-rata, merupakan harga rata-rata dari harga tertinggi dan harga terendah.

Dengan demikian data yang diambil dalam penelitian ini adalah data *closing price* untuk masing-masing saham sebelum dan sesudah *ex-dividend date* selama periode penelitian di Bursa Efek Jakarta. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat makro dan mikro, sedangkan fluktuasi harga saham dalam batas-batas tertentu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Faktor-faktor yang bersifat makro merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi semua perusahaan atau industri, sedangkan faktor-faktor yang bersifat mikro adalah spesifik dan hanya mempengaruhi perusahaan atau industri tertentu saja. Kedua jenis faktor tersebut akan mempengaruhi tingkat risiko investasi saham. Risiko investasi saham tercermin pada variabilitas pendapatan (*return*) saham, baik pendapatan saham individual maupun pendapatan saham secara keseluruhan (*market return*) di pasar modal. Besar kecilnya risiko investasi saham dapat diukur dengan standar deviasi dari pendapatan saham tersebut.

Risiko ini disebut risiko total yang terdiri dari risiko sistematis dan risiko tidak sistematis. Risiko sistematis ditentukan oleh besar kecilnya koefisien beta yang menunjukkan tingkat kepekaan harga suatu saham terhadap harga saham secara keseluruhan di pasar. Jenis risiko ini timbul karena faktor makro dan mempengaruhi semua perusahaan serta tidak dapat dikurangi. Faktor tersebut adalah pertumbuhan ekonomi, tingkat bunga deposito, tingkat inflasi, nilai tukar valuta asing, dan kebijaksanaan pemerintah di bidang ekonomi.

Selanjutnya risiko tidak sistematis merupakan risiko yang timbul karena faktor-faktor mikro yang dijumpai pada perusahaan atau industri tertentu, sehingga pengaruhnya terbatas pada perusahaan atau industri tersebut. Faktor-faktor tersebut nampak antara lain pada : struktur modal, struktur aktiva, dan

tingkat likuiditas perusahaan. Tingkat pendapatan yang diharapkan dari investasi saham tergantung pada bagaimana preferensi sikap investor dalam menghadapi risiko. Pada umumnya investor bersifat menghindari risiko, walaupun sebagian ada yang berani mengambil risiko.

Investor yang bersifat menghindari risiko akan lebih suka memilih saham-saham yang memiliki risiko yang lebih kecil dengan tingkat pendapatan tertentu. Sebaliknya investor yang berani mengambil risiko akan cenderung memilih saham-saham yang mempunyai tingkat risiko yang lebih tinggi dengan harapan dapat memperoleh hasil (pendapatan) yang lebih besar. Dengan demikian preferensi investor terhadap risiko yang terkandung pada masing-masing jenis saham akan mempengaruhi volume perdagangan saham yang bersangkutan

Penilaian investor atau calon investor terhadap risiko investasi saham juga akan mempengaruhi harga saham yang bersangkutan. Hal ini disebabkan karena risiko merupakan salah satu unsur dalam penetapan tingkat discount untuk menentukan nilai saham. Jika risiko investasi saham semakin tinggi, sementara pendapatan saham tetap, maka nilai saham akan semakin rendah sehingga dapat mengakibatkan harga saham turun demikian pula sebaliknya.

b. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Banyak hal yang mempengaruhi harga saham yang merupakan tolak ukur bagi investor dalam menanamkan modalnya pada suatu perusahaan yang dianggap para investor mempunyai prospek yang baik untuk memperoleh kembalian investasi yang besar.

Kinerja keuangan berdasarkan rasio keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat investor untuk menentukan pilihan dalam membeli saham. Bagi perusahaan, menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan adalah suatu keharusan agar saham yang sudah diperdagangkan di bursa efek (*go public*) tetap eksis dan tetap diminati investor. Dalam kondisi krisis moneter yang belum pulih, tentu menimbulkan pertanyaan besar, apakah kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang sudah *go public* masih dapat memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mempengaruhi harga sahamnya.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham menurut John White (2012, hal. 91) yaitu :

- a. *Emisi scrip*
- b. *Emisi right*
- c. *Konvertibel*

Untuk lebih jelasnya berikut akan dijelaskan secara satu persatu.

- a. *Emisi scrip*

Emisi scrip dibuat apabila suatu perusahaan merasa harga sahamnya terlalu tinggi. Setiap saham baru memberikan keuntungan sepersepuluh dari dividen saham lama tetapi investor tetap menerima hak saham yang sama seperti sebelumnya. Dengan demikian dalam pengertian nyata tidak terjadi penipisan dari kepemilikannya.

- b. *Emisi right*

Emisi right terjadi bila perusahaan hendak mengumpulkan dana. Perusahaan menawarkan sahamnya pada satu nilai yang ditentukan dan biasanya lebih murah dari pada harga saham yang berlaku saat ini. Biasanya saham baru

berhak atas pembagian dividen yang sama besarnya seperti saham lama, jadi dividen dibagi antara lebih banyak saham, Akibatnya nilai saham lama berkurang bagiannya.

c. *Konvertibel*

Jalan lain suatu perusahaan dapat mengumpulkan dana adalah dengan menerbitkan *konvertibel*. Aktiva jenis ini dijual seperti obligasi. Dengan harga saham yang sudah mantap, pembeli berhak untuk menerima pendapatan yang pasti tiap tahunnya sampai konvertibel jatuh tempo, saat pembayaran kembali dilakukan pada par (nominal) yaitu jumlah pembayaran ulang yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Weston dan Brigham (2010, hal. 26) : “Banyak faktor yang mempengaruhi harga saham yang dapat berdampak pada kenaikan maupun penurunannya, antara lain ; tingkat penjualan, laba bersih, arus kas bersih, laba perlembar saham (EPS), jumlah kas deviden yang diberikan, tingkat profitabilitas, tingkat resiko dan pengembalian”.

Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham menurut Andi Sularso (2013, hal. 25) yaitu :

- a. Harga Saham Sebelum dan Sesudah Ex-Dividend Date
- b. *Abnormal Return*
- c. *Return Individual*
- d. *Expected Return* (Ex Rit)
- e. *Return Pasar*
- f. *Risk Free* (Rf)
- g. Informasi
- h. Periode Penelitian

Untuk lebih jelasnya berikut akan dijelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham secara satu persatu.

a. Harga Saham Sebelum dan Sesudah *Ex-Dividend Date*

Harga saham adalah harga saham yang terjadi di bursa pada saat penutupan (*closing price*) yang terbentuk pada setiap akhir perdagangan saham. Dengan demikian data yang diambil dalam penelitian ini adalah data *closing price* untuk masing-masing saham.

b. *Abnormal Return*

Abnormal Return atau keuntungan di atas normal adalah selisih antara tingkat keuntungan sebenarnya dengan tingkat keuntungan yang diharapkan. *Abnormal return* ini bisa bernilai positif ataupun negatif.

c. *Return Individual*

Return individual adalah tingkat keuntungan harian untuk masing-masing saham. *Return individual* ini merupakan persentase dari harga saham pada saat ini dibagi harga saham pada saat sebelumnya.

d. *Expected Return (Ex Rit)*

Expected return adalah tingkat keuntungan yang diharapkan untuk masing-masing saham. Tingkat keuntungan yang diharapkan dapat dihitung berdasarkan model keseimbangan atau *Capital Asset Pricing Model* menyatakan bahwa keuntungan yang diharapkan dari saham adalah sama dengan keuntungan bebas risiko ditambah premi risiko.

e. *Return Pasar*

Return pasar adalah tingkat keuntungan seluruh saham yang terdaftar di Bursa. *Return pasar* diwakili oleh IHSG. IHSG menunjukkan indeks harga saham dari seluruh saham yang *listed* di Bursa.

f. *Risk Free* (Rf)

Risk free merupakan tingkat keuntungan bebas risiko yang diperoleh dengan menggunakan rata-rata tingkat bunga deposito 1 bulanan dari bank-bank umum. Untuk mendapatkan Rf harian, dapat dihitung dengan membagi tingkat bunga deposito 1 bulanan dengan 360 hari (1 tahun diasumsikan 360 hari).

g. Informasi Penjualan

Informasi penjualan adalah semua bentuk pemberitaan baik di dalam pasar modal maupun di luar pasar modal (media lain) yang diterima oleh investor tentang kemampuan penjualan yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusannya. Informasi di pasar modal terdiri atas informasi yang dipublikasikan (*public information*) dan informasi yang tidak dipublikasikan (*private information*). Informasi yang dipublikasikan, yaitu informasi yang sudah diketahui oleh masyarakat umum dan memang sengaja untuk diberitahukan. Informasi yang tidak dipublikasikan, yaitu informasi yang hanya diketahui oleh kelompok tertentu dan bersifat rahasia. Informasi yang relevan dengan kondisi pasar modal merupakan sesuatu yang selalu dicari oleh pelaku pasar modal untuk keperluan pengambilan keputusan investasi, karena keberadaan informasi penjualan yang dipublikasikan ataupun yang tidak sangat berkaitan dengan perubahan harga saham. Untuk itu investor harus memperoleh informasi penjualan yang transparan, sehingga dapat mengambil keputusan kapan saat membeli dan menjual sahamnya dengan harga yang wajar.

Agar investor dapat memperoleh *return* maka investor harus mempergunakan berbagai bentuk analisis berdasarkan informasi yang diperoleh. Dalam menganalisis penelitian ini, informasi yang digunakan sebagai *event* adalah informasi yang dipublikasikan, khususnya informasi mengenai pengumuman dividen karena adanya pengumuman dividen diperkirakan dapat mempengaruhi perubahan harga saham yang pada akhirnya akan mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan.

h. Periode Penelitian

Periode pengamatan dibagi menjadi dua periode, yaitu: periode estimasi dan periode peristiwa. Periode estimasi terdiri dari 90 hari sebelum peristiwa, yaitu $t-120$ sampai dengan $t-16$. Periode peristiwa terdiri dari 30 hari, yaitu: 15 hari sebelum ($t-15$) dan 15 hari sesudah ($t+15$) tanggal pengumuman *ex-dividend date*. Sedangkan *event date* adalah t_0 , yaitu: pada saat (tanggal) *ex-dividend date* diumumkan.

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan secara umum suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut Romney dan Steinbart (2006, hal. 69) yang menyebutkan

bahwa“penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda”. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran.

Penjualan merupakan aktivitas operasional yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk atau jasa agar operasional perusahaan dapat berlanjut (Grant Stewart, 2005, hal. 97). Kegiatan penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara tunai maupun secara kredit. Dalam transaksi penjualan kredit, jika order dari pelanggan telah terpenuhi dengan pengiriman barang atau penyerahan jasa, untuk jangka waktu tertentu perusahaan memiliki piutang kepada pelanggan. Kegiatan penjualan secara kredit ini ditangani oleh perusahaan melalui sistem penjualan kredit.

Dalam transaksi penjualan tunai, barang atau jasa baru diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli jika perusahaan telah menerima kas dari pembeli. Kegiatan penjualan secara tunai ini ditangani oleh perusahaan melalui sistem penjualan tunai. Penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Setelah uang diterima oleh perusahaan, barang kemudian diserahkan kepada pembeli dan transaksi penjualan tunai dicatat oleh perusahaan.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan sangat penting, dimana dengan kelancaran penjualan maka akan berdampak pada kelancaran operasional perusahaan. Untuk meningkatkan kelancaran penjualan maka perusahaan

berpedoman pada peningkatan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penjualan. Menurut Romney dan Steinbart (2006, hal. 69) bahwa kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Kondisi dan Kemampuan Penjual
- 2) Kondisi Pasar
- 3) Modal
- 4) Kondisi Organisasi Perusahaan
- 5) Faktor lain

Berikut akan dijelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan secara satu persatu.

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual.

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- a. Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan.
- b. Harga produk.
- c. Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar.

Pasar sebagai kelompok pembeli atau berbagai pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan adalah:

- a. Jenis pasarnya
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c. Daya belinya
- d. Frekuensi pembelian
- e. Keinginan dan kebutuhan

3. Modal.

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan.

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

5. Faktor lain.

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk ataupun barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Menurut Grant Stewart (2005, hal. 97) : “Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya sebagai faktor penting yang mempengaruhinya seperti agen, pedagang dan tenaga pemasaran”.

Ada pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa "paling penting membuat barang yang baik". Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

c. Klasifikasi Transaksi Penjualan

Transaksi penjualan menentukan bagian penjualan yang mana yang mengalami peningkatan dan mana yang tidak sehingga perusahaan dapat memprioritaskan penjualan mana yang akan dikembangkan. Transaksi penjualan sangat penting karena merupakan sumber utama pemasukan kas pada perusahaan. Menurut Grant Stewart (2005, hal. 97) penjualan terdiri atas : “penjualan tunai dan penjualan kredit”.

Ada beberapa macam transaksi penjualan menurut Romney dan Steinbart (2006, hal. 69) dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1). Penjualan Tunai
- 2). Penjualan Kredit
- 3). Penjualan Tender
- 4). Penjualan Ekspor
- 5). Penjualan Konsinyasi
- 6). Penjualan Grosir

Berikut akan dijelaskan klasifikasi penjualan tersebut secara satu persatu.

- 1) Penjualan Tunai, adalah penjualan yang bersifat *cash* dan *carry* pada umumnya terjadi secara kontan dan dapat pula terjadi pembayaran selama satu bulan dianggap kontan.
- 2) Penjualan Kredit adalah penjualan dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.
- 3) Penjualan Tender adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memegangkan tender selain harus memenuhi berbagai prosedur.
- 4) Penjualan Ekspor adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang tersebut.
- 5) Penjualan Konsinyasi adalah penjualan yang dilakukan secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual.
- 6) Penjualan Grosir adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang grosir atau eceran.

Dari uraian diatas penjualan memiliki bermacam-macam transaksi penjualan yang terdiri dari: penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan tender, penjualan konsinyasi, penjualan ekspor, serta penjualan grosir.

3. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu sehubungan dengan pengaruh laba bersih terhadap harga saham akan disajikan pada tabel berikut :

Tabel II-1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Uraian
Yolanda Dahler (2006)	Hubungan Penjualan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Penjualan dan harga saham	Ada hubungan penjualan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
Zulfahmi Dermawan (2012)	Pengaruh Penjualan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Penjualan dan harga saham	Tidak ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
Aditama Putra (2012)	Pengaruh EPS dan Penjualan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	EPS, penjualan dan harga saham	Ada pengaruh EPS dan penjualan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Syafrizal Sandi (2013)	Pengaruh Penjualan Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Penjualan dan harga saham	Ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Meythi (2013)	Pengaruh Penjualan Terhadap Harga Saham Dengan Persistensi Laba Sebagai Variabel Intervening	Penjualan dan Harga Saham	Ada pengaruh penjualan terhadap harga saham dengan persistensi laba sebagai variabel intervening

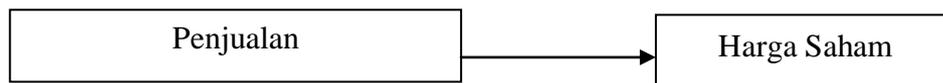
B. Kerangka Konseptual

Untuk menarik kepercayaan investor, perusahaan berupaya agar kinerja keuangan tetap baik yang dapat dilihat dari perolehan laba yang tinggi. Adapun sumber perolehan laba yang tinggi yaitu dengan penjualan yang tinggi juga. Dengan demikian dapat dikatakan apabila penjualan perusahaan tinggi maka dengan asumsi pengeluaran biaya efisien maka akan diperoleh laba yang tinggi

sehingga investor memberikan kepercayaan untuk berinvestasi yang pada akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan. Dalam arti lain dengan jumlah penjualan yang tinggi dapat memberikan pengaruh terhadap harga saham yang tinggi pula.

. Hal ini dijelaskan oleh John Wild, dkk (2005, hal. 97) menjelaskan bahwa “Meningkatnya penjualan memberikan dampak pada peningkatan laba dengan asumsi pebelanjaan biaya konstan, sehingga dapat mendukung peningkatan kinerja keuangan yang menjadi tolak ukur investor dalam berinvestasi, yang pada akhirnya dapat mendukung peningkatan harga saham perusahaan”.

Untuk lebih jelasnya, pengaruh penjualan terhadap harga saham dapat dilihat pada gambar paradigma berikut ini:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah Ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian yaitu pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tertinggi bila dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komparatif. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. (Sugiyono, 2010, hal. 11).

B. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur atau untuk mengetahui baik buruknya suatu penelitian dan untuk mempermudah pemahaman dalam membahas penelitian. Defenisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penjualan sebagai variabel bebas (X) yang merupakan aktivitas operasional yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk atau jasa agar operasional perusahaan dapat berlanjut. Penjualan diukur dengan data penjualan dari laporan Laba Rugi.
2. Harga saham merupakan variabel terikat (Y) yaitu harga saham yang terjadi di bursa yakni saham penutupan (*closing price*) yang terbentuk pada setiap akhir perdagangan saham.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini menggunakan data empiris yang dilaksanakan melalui tempat / media perantara dengan melakukan browsing pada situs resmi Bursa Efek Indonesia mengenai perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015 yaitu *www.idx.co.id.*

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan pada bulan Januari 2017 sampai dengan April 2017. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3-1
Rincian dan Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2017															
		Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul	■	■	■	■												
2.	Penyusunan Proposal				■	■	■	■	■								
3.	Seminar Proposal									■							
4.	Penulisan Skripsi										■	■	■	■			
5.	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■
6.	Sidang Meja Hijau																■

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012, hal. 72). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

periode waktu 2011-2015 yang berjumlah 23 perusahaan. Adapun ke 23 perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode waktu 2011-2015 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel III-2
Populasi Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AUTO	PT. Astra Otoparts, Tbk
2	LPIN	PT. Multi Prima Sejahtera, Tbk
3	GJTL	PT. Gajah Tunggal, Tbk
4	GDYR	PT. Goodyear Indonesia, Tbk
5	NIPS	PT. Nipress, Tbk
6	TRSN	PT. Trias Sentosa, Tbk
7	HEXA	PT. Hexindo Adiperkasa, Tbk
8	INDS	PT. Indospring, Tbk
9	TLBP	PT. Total Bangun Persada, Tbk
10	INTA	PT. Intraco Penta, Tbk
11	MASA	PT. Multistrada Arah Sarana Tbk
12	TRST	PT. Tigaraksa Satria, Tbk
13	PRAS	PT. Prima Alloy Steel Universal, Tbk
14	SMSM	PT. Selamat Sempurna, Tbk
15	PLCI	PT. Polychem Indonesia, Tbk
16	SUGI	PT. SugihEnergy, Tbk
17	ASTI	PT. Astra International, Tbk
18	TURI	PT. Tunas Ridean, Tbk
19	CNOG	PT. Central Omega, Tbk
20	UNTR	PT. United Tractors, Tbk
21	CNMP	PT. Citra Nusaphala, Tbk
22	RODA	PT. Royal Oak Asia, Tbk
23	IMAS	PT. Indomobil Sukses Internasional, Tbk

Sumber : Data Diolah.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Erlina dan Sri Mulyani, 2007, hal. 74). Sampel penelitian ini adalah perusahaan- perusahaan yang terdaftar di BEI yang dipilih dengan menggunakan beberapa kriteria tertentu. Adapun kriteria dalam penentuan sampel ini adalah:

1. Perusahaan otomotif tersebut tidak mengalami delisting pada tahun 2011-2015,
2. Menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan yang lengkap dan audited selama tahun 2011-2015
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama 5 tahun berturut-turut.

Berdasarkan kriteria yang ada pada teknik penentuan sampel tersebut, maka sampel yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah 9 sampel perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011-2014 yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III-3. Sampel Penelitian

NO	NAMA PERUSAHAAN
1	PT. Astra Otoparts, Tbk
2	PT. Multi Prima Sejahtera, Tbk
3	PT. Gajah Tunggal, Tbk
4	PT. Goodyear Indonesia, Tbk
5	PT. Nipress, Tbk
6	PT. Indospring, Tbk
7	PT. Multistrada Arah Sarana Tbk
8	PT. Prima Alloy Steel Universal, Tbk
9	PT. Selamat Sempurna, Tbk

Sumber : Data Diolah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang sesuai dengan kebutuhan, penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara yaitu studi dokumentasi, yaitu mempelajari dokumen yang terkait dengan masalah atau data penelitian seperti laporan keuangan perusahaan dan lain-lain yang diperoleh dari internet dengan situs resmi Bursa Efek Indonesia.

F. Teknik Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif, yaitu metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan, meringkas, menyajikan dan mengdeskriptifkan data sehingga dapat memberikan informasi yang berguna. Data yang disajikan dalam statistika deskriptif biasanya dalam bentuk ukuran pemusatan data (mean, median, dan modus), ukuran penyebaran data (standar deviasi dan varians), tabel, serta grafik (histogram, pie dan bar) (Muhammad Nisfiannoor, 2009: 4). Adapun variabel yang akan diteliti dengan statistik deskriptif dalam penelitian ini adalah penjualan dan harga saham.

2. Analisis Regresi Sederhana

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Regresi Sederhana dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

X = Penjualan

Y = Harga Saham.

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Epsilon atau variabel pengganggu

Pengujian model regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh positif atau negatif dari variabel bebas X terhadap variabel terikat Y.

Selanjutnya regresi tersebut dilakukan pengujian kelayakan data dengan menggunakan uji normalitas data.

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Imam Ghozali (2009, hal. 86) bahwa “Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal”. Uji ini dilakukan melalui analisis Kolmogorov Smirnov.

3. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji setiap variabel-variabel bebas (X) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y), bentuk pengujian :

$H_0 : X = 0$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

$H_1 : X \neq 0$, terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Adapun kriteria penilaian hipotesis yaitu sebagai berikut :

Jika $t_{\text{Signifikan}} > \alpha = 0,05$, maka tidak ada pengaruh penjualan terhadap harga saham

Jika $t_{\text{Signifikan}} < \alpha = 0,05$, maka ada pengaruh penjualan terhadap harga saham

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan besarnya presentase pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengaruh semua

variabel bebas (secara simultan) didalam model regresi terhadap nilai variabel terikat dapat diketahui dengan analisis varians. Alat statistik yang dapat digunakan adalah *Analysis of Variance* (ANOVA). Hasil perhitungan R^2 yaitu diantara nol dan satu dengan ketentuan. Nilai R^2 yang semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap nilai variabel terikat atau semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat. Sebaliknya, nilai R^2 yang semakin besar (mendekati satu) berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap nilai variabel terikat atau semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat.

Koefisien Determinasi, untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas dan variabel terikat dapat dihitung dengan rumus

$$D = r^2 \times 100 \%$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Dari pengumpulan data yang dilakukan, maka data-data tentang pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011 sampai 2015 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV-1
Data Penjualan Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2011 Sampai Dengan Tahun 2015
(dalam Jutaan Rupiah)

KODE PERUSAHAAN	TAHUN	PENJUALAN
AUTO	2011	7.363.659
	2012	8.277.485
	2013	10.703.988
	2014	12.255.427
	2015	11,723,787
LPIN	2011	62.958
	2012	68.736
	2013	77.231
	2014	70.155
	2015	77.790..717
GJTL	2011	11.841.396
	2012	12.578.596
	2013	12.352.917

	2014	13.070.734
	2015	12.970.237
GDYR	2011	2.073.102
	2012	2.034.023
	2013	1.843.797
	2014	1.607.650
	2015	154.399.432
NIPS	2011	579.224
	2012	702.719
	2013	911.064
	2014	1.015.868
	2015	987.862
INDS	2011	1.234.986
	2012	1.476.987
	2013	1.702.447
	2014	1.866.977
	2015	1.659.505
MASA	2011	3.259.769
	2012	3.208.814
	2013	3.238.914
	2014	2.843.048
	2015	2.370.223
PRAS	2011	330.446
	2012	310.224
	2013	316.174
	2014	445.664

	2015	469.645
SMSM	2011	2.072.441
	2012	2.163.842
	2013	2.381.889
	2014	2.632.860
	2015	2.802.924

Sumber : Data Diolah, 2017

Selanjutnya akan disajikan data penjualan perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 sampai tahun 2015 dapat dilihat pada tabel Tabel IV-1. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa penjualan perusahaan terendah bahkan cenderung mengalami penurunan penjualan ada pada PT. Multi Prima Sejahtera, Tbk pada tahun 2011 yaitu sebesar 62.958, sedangkan penjualan perusahaan tertinggi ada pada PT. Goodyear Indonesia, Tbk tahun 2015 yaitu sebesar 154.399.432. Adapun pertumbuhan penjualan merupakan besarnya fluktuasi aktivitas operasional yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk atau jasa agar operasional perusahaan dapat berlanjut.

Penjualan secara umum suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan yang merupakan aktivitas operasional yang sangat penting bagi perusahaan dalam upaya memasarkan produk atau jasa agar operasional

perusahaan dapat berlanjut. Penjualan diukur dengan data penjualan dari laporan Laba Rugi.

Selanjutnya data harga saham perusahaan dari tahun 2011 sampai tahun 2015 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV-2
Data Harga Saham Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2011 Sampai Dengan Tahun 2015
(dalam Jutaan Rupiah)

Kode Perusahaan	Tahun	Harga saham
AUTO	2011	3.400
	2012	3.700
	2013	3.650
	2014	4.200
	2015	2.400
LPIN	2011	2.200
	2012	7.650
	2013	5.000
	2014	6.200
	2015	6.500
GJTL	2011	3.000
	2012	2.225
	2013	1.680
	2014	1.425
	2015	750
GDYR	2011	9.550
	2012	12.300
	2013	19.000

	2014	16.000
	2015	1.650
NIPS	2011	4.000
	2012	4.100
	2013	325
	2014	487
	2015	600
INDS	2011	3.500
	2012	4.200
	2013	2.675
	2014	1.600
	2015	740
MASA	2011	500
	2012	450
	2013	390
	2014	420
	2015	275
PRAS	2011	132
	2012	255
	2013	185
	2014	204
	2015	151
SMSM	2011	1.360
	2012	2.525
	2013	3.450
	2014	4.750

	2015	4.750
--	------	-------

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan data tersebut di atas maka dapat diketahui bahwa nilai saham terendah ada pada PT. Prima Alloy Steel Universal Tbk tahun 2015 yaitu sebesar Rp. 151 dan nilai saham tertinggi ada pada PT. Goodyear Indonesia, Tbk tahun 2013 yaitu sebesar Rp. 19.000.

Harga saham merupakan harga saham yang terjadi di bursa yakni saham penutupan (*closing price*) yang terbentuk pada setiap akhir perdagangan saham. Harga saham di pasar bursa merupakan hal yang sangat penting, dimana saham sebagai tanda penyertaan modal pada perseroan terbatas seperti yang telah diketahui bahwa tujuan pemodal membeli saham untuk memperoleh penghasilan dari saham tersebut. Masyarakat pemodal itu dikategorikan sebagai investor dan spekulator. Investor disini adalah masyarakat yang membeli saham untuk memiliki perusahaan dengan harapan mendapatkan deviden dan *capitat gain* dalam jangka panjang, sedangkan spekulator adalah masyarakat yang membeli saham untuk segera dijual kembali bila situasi kurs dianggap paling menguntungkan seperti yang telah diketahui bahwa saham memberikan dua macam penghasilan yaitu berupa deviden dan berupa *capital gain*.

Berdasarkan data dapat dilihat harga saham yang menurun. Terjadinya penurunan harga saham pada perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif tersebut dapat dikarenakan menurunnya aktivitas penjualan produk kepada konsumen sehingga mengakibatkan penurunan laba dan pada akhirnya akan

menurunkan harga saham serta berdampak pada penurunan jumlah laba perlembar saham yang akan dibagikan kepada investor.

2. Statistik Deskriptif

Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 16 dimana dalam penghitungannya harus dilakukan input data yaitu pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Setelah input data dilakukan maka selanjutnya dilakukan analisis data secara deskriptif mengenai kondisi masing-masing variabel penelitian.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi.

Tabel IV-3
Hasil Output SPSS Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penjualan	45	62958.00	154399432.00	8758900.9556	25162899.46593
Harga Saham	45	132.00	19000.00	3433.4222	4051.05245
Valid N (listwise)	45				

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan hasil statistik deskriptif data sebagai berikut :

1. Variabel Penjualan mempunyai rata-rata sebesar 8758900.9556. Penjualan merupakan gambaran besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan penggunaan keseluruhan Harga Saham

perusahaan yang dimiliki setelah pembayaran pajak yang dikenakan pada perusahaan.

2. Variabel Harga Saham mempunyai rata-rata sebesar 3433.4222. Harga Saham merupakan sumber daya yang dimiliki perusahaan kekayaan atau harta yang secara keseluruhan dipergunakan sebesar-besarnya untuk tujuan memperoleh Penjualan.

4. Uji Normalitas Data

Regresi yang baik mensyaratkan adanya normalitas pada data penelitian atau pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabelnya. Uji normalitas model regresi dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dengan melihat histogram dan normal *probability plot*. Apabila *ploting* data membentuk satu garis lurus diagonal maka distribusi data adalah normal. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan diagram.

Tabel IV-4
Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

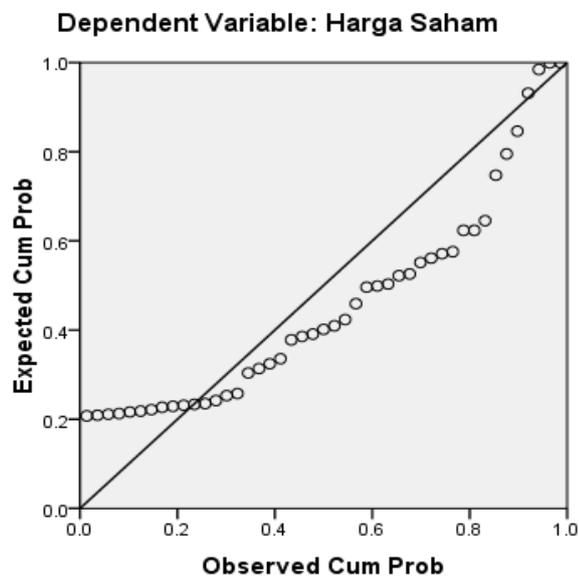
		Penjualan	Harga Saham
N		45	45
Normal Parameters ^a	Mean	8758900.9556	3433.4222
	Std. Deviation	25162899.46593	4051.05245
Most Extreme Differences	Absolute	.388	.208
	Positive	.388	.203
	Negative	-.365	-.208
Kolmogorov-Smirnov Z		2.600	1.392
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.041
a. Test distribution is Normal.			

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan tabel IV-4 uji normalitas melalui one sample Kolmogorov-smirnov test terlihat bahwa nilai signifikan (asyp.sig (2-tailed)) < 0.05. jadi dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal. Secara keseluruhan semua hasil pengujian melalui analisis plot, grafik dan statistic menunjukkan hasil yang sama yaitu normal. Dengan demikian telah terpenuhi asumsi normalitas dan bisa dilakukan pengujian asumsi klasik berikutnya pada data.

Gambar IV-1
Output SPSS Normal P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Diolah, 2017

Pada gambar IV-1 Normal P-Plot menunjukkan bahwa distribusi data cenderung mendekati garis distribusi normal, distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan, berarti data tersebut mempunyai pola seperti distribusi normal, artinya data tersebut sudah layak untuk dijadikan bahan dalam penelitian.

5. Pengujian Regresi Sederhana

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh penjualan (X) terhadap Harga Saham (Y) digunakan regresi sederhana dan dapat diketahui seperti tabel berikut ini :

Tabel IV-6
Hasil Output Regresi dan Uji t Variabel X dan Y

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Model						
1	(Constant)	3472.453	647.373		5.364	.000
	Penjualan	4.456	2.454	.028	3.182	.049

a. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber : Data Diolah, 2017

Adanya pengaruh antara Penjualan (X) terhadap Harga Saham (Y) dapat dilihat dari besarnya intersep yang diperoleh dari hasil perhitungan yang digunakan alat bantu SPSS 16.0 besarnya konstanta $\alpha = 3472,453$, $b_x = 4,456$. Dari besarnya nilai α dan b_x tersebut selanjutnya dimasukkan ke dalam persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = 3472,453 + 4,456 X$$

Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa bilamana Penjualan (X) meningkat 1 satuan akan meningkatkan jumlah Harga Saham (Y) sebesar 4,456 dari setiap tingkatan 1 satuan Penjualan.

6. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan (signifikan) perlu dilakukan pengujian nilai koefisien korelasi. Berdasarkan Tabel IV-6 diketahui harga $t_{signifikan} = 0,049$. Nilai $t_{signifikan}$ tersebut selanjutnya dibandingkan nilai α 0,05 sehingga $0,049 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel Penjualan memiliki pengaruh terhadap Harga Saham.

7. Pengujian Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis adanya pengaruh variabel Penjualan (X) terhadap variabel jumlah Harga Saham (Y) dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 16.0 seperti tabel di bawah ini :

Tabel IV-7
Hasil Output Determinasi X dan Y

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.028 ^a	0.661	.022	4096.31690	.001	.033	1	43	.857	.580

a. Predictors: (Constant), Penjualan

b. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber : Data Diolah, 2017

Untuk mengetahui seberapa besar persentase hubungan variabel Penjualan (X) terhadap variabel jumlah Harga Saham (Y) digunakan uji determinasi. Berdasarkan Tabel IV-7 diketahui bahwa pengaruh Penjualan terhadap variabel jumlah Harga Saham sebesar 0,661 atau 66,1 % sedangkan sisanya 33,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

Pada pembahasan ini merupakan mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Berikut ini yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Penjualan berpengaruh positif terhadap jumlah Harga Saham. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana harga $t_{signifikan} = 0,049$. Nilai $t_{signifikan}$ tersebut selanjutnya dibandingkan nilai α 0,05 sehingga $0,049 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel Penjualan memiliki pengaruh terhadap Harga Saham.

Penelitian ini menerima hipotesis penelitian ini yakni ada pengaruh Penjualan terhadap Harga Saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adanya pengaruh antara Penjualan terhadap Harga Saham menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan ataupun penurunan terhadap Penjualan ternyata akan memberikan dampak terhadap jumlah Harga Saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori John Wild, dkk (2005, hal. 97) yang menjelaskan bahwa “Meningkatnya penjualan memberikan dampak pada peningkatan laba dengan asumsi pengeluaran biaya konstan, sehingga dapat mendukung peningkatan kinerja keuangan yang menjadi tolak ukur investor dalam berinvestasi, yang pada akhirnya dapat mendukung peningkatan harga saham perusahaan”.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Alfarizi Cahya Utama (2012), mengenai pengaruh Penjualan terhadap Harga Saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Didapat hasil bahwa variabel Penjualan berpengaruh terhadap jumlah Harga Saham perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah menganalisa data dan mendapatkan hasil penelitian serta diuraikan dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh penjualan terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dimana hal ini diketahui dari nilai harga $t_{signifikan} = 0,049$. Nilai $t_{signifikan}$ tersebut selanjutnya dibandingkan nilai $\alpha 0,05$ sehingga $0,049 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel Penjualan memiliki pengaruh terhadap Harga Saham.
2. Besarnya persentase pengaruh variabel penjualan (X) terhadap variabel jumlah harga saham (Y) diketahui dengan melakukan uji determinasi yang diketahui bahwa pengaruh penjualan terhadap variabel jumlah harga saham sebesar 0,661 atau 66,1 % sedangkan sisanya 33,9 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Hendaknya perusahaan dapat lebih meningkatkan jumlah perolehan penjualan sehingga jumlah harga saham yang dimiliki perusahaan juga meningkat.

2. Mengingat masih ada faktor lain selain penjualan yang mempengaruhi jumlah harga saham, maka perlu kiranya dilakukan penelitian lanjutan terhadap faktor lainnya yang diduga dapat mempengaruhi jumlah harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene F dan Houston, Joel F (2006). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia, 2008. *Laporan Keuangan Tahun 2008/LKT Desember 2008_Audit*.www.idx.co.id, diakses tanggal 17 Oktober 2012.
- Erlina dan Sri Mulyani (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Cetakan Pertama. Medan : USU Press.
- Giri, Efraim Ferdian (2014). *Serial, Teori, Soal dan Solusi Akuntansi Keuangan I*. Edisi Pertama. Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Nasional. Yogyakarta.
- Grant Stewart (2005). *Sukses Manajemen Penjualan*. Cetakan Pertama. Jakarta : Erlangga.
- Harahap, Sofyan Syafri (2012). *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Ikatan Akuntan Indonesia (2009). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Imam Ghozali (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Edisi 1. Semarang : Badang Penerbit Universitas Diponegoro.
- John J Wild, dkk (2005). *Financial Statement Analysis*. Buku 1, Edisi Kedelapan. Jakarta : Salemba Empat.
- Lukman Syamsuddin (2007). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Baru. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Muhammad Nisfiannoor (2009). *Pendekatan Statistika Modern*. Edisi Terbaru. Jakarta : Salemba Humanika.
- Romney, Marshall B dan Steinbart, Paul John (2006). *Accounting Information System*. Buku 1. Edisi 9. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Smith, Jay M & K. Fred Skousen (2012). *Intermediate Accounting Comprehensive Volume, Eight Edition*, Penerjemah Nugroho Widjajanto. *Akuntansi Intermediate, Volume Komprehensif*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. Bandung : CV Alfabeta.

Van Horne, James C. (2005). *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Buku Dua Edisi IX. Jakarta : Salemba Empat

Weston, J. Fred dan Brigham, Eugene F (2007). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesembilan. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.