

**GAMBARAN NILAI PASAR TERHADAP *RETURN* SAHAM PADA PERUSAHAAN
SUBSEKTOR ADVERTISING PRINTING MEDIA YANG TERDAFTAR DI BEI
PERIODE 2010-2016**

Prisila Destiana
Universitas Pendidikan Indonesia
prisila.destiana94@student.upi.edu

Ahim Surachim
Universitas Pendidikan Indonesia
Ahim.surachim@upi.edu

Sulastri
Universitas Pendidikan Indonesia
sulastri@upi.edu

ABSTRAK

Tujuan - Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran nilai pasar dan *return* saham serta menguji pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham pada perusahaan subsektor advertising printing media.

Desain / metodologi / pendekatan - Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Data yang digunakan adalah data sekunder dari masing-masing perusahaan subsektor advertising printing media dengan teknik analisis menggunakan regresi linier multipel. Sampling dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Temuan - Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai Pasar memiliki keberartian terhadap *return* saham. Berdasarkan uji keberartian koefisien regresi, nilai pasar berpengaruh terhadap *return* saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pasar memiliki pengaruh positif terhadap *return* saham.

Orisinalitas - Perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah pada objek, populasi dan sampel penelitian, periode penelitian, alat ukur dan hasil penelitian, serta sumber teori dan jurnal asing dan buku asing serta hasil penelitian.

Kata kunci : Nilai Pasar, *Price Earning Ratio*, *Price to Book Value*, *Return Saham*.

Pasal Jenis : Penelitian Studi Kasus

ABSTRACT

Purpose - The purpose of this research are to descript of market value, the descript of stock return, while the purpose of this study is to determine the description of perception market value to return saham in subsector advertising printing media.

Design / methodology / approach - Method in this research used descriptive and verification methods. Data that used are secondary data of each subsector advertising printing media with analysis technique using multiple linear regression. Sampling in this research use *purposive sampling*.

Findings - The results of this research indicate that market value measured by *Price Earning Ratio* (PER) and *Price to Book Value* (PBV) has significance to return saham. The result showed that the market value has a positive effect return saham.

Originality -The difference of this research with previous research is on research object, population and research sample, research period, measuring instrument and research result, as well as foreign theory and journal source and foreign book and research result.

Keywords : Market Value, *Price Earning Ratio*, *Price to Book Value*, Stock Return

Article Type : Case Study paper

PENDAHULUAN

Perusahaan selalu membutuhkan dana untuk menunjang kelancaran kegiatan operasinya dan menjaga kelangsungan hidupnya dalam persaingan bisnis yang semakin ketat (Husnan, 2009). Salah satu cara untuk memperoleh sumber dana perusahaan adalah dengan cara menarik dana dari luar perusahaan yang dapat diperoleh dari pasar modal. Pasar modal adalah tempat dimana berbagai pihak khususnya perusahaan menjual saham (stock) dan obligasi (bond) dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut nantinya akan dipergunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat modal perusahaan (Darmadji, Tjipctono, & Fakhrudin, 2012). Pihak yang membutuhkan dana adalah perusahaan yang memerlukan dana untuk menjalankan kegiatan operasinya atau sering disebut dengan emiten, sedangkan pihak yang kelebihan dana disebut dengan investor. Pasar modal merupakan tempat yang potensial bagi perusahaan yang membutuhkan pendanaan jangka pendek dan menengah. Investasi yang dilakukan di pasar modal dapat dilakukan dalam bentuk saham, obligasi maupun dalam bentuk derivatif. Sebagian besar investor lebih memilih menanamkan dana dalam bentuk saham hal ini dikarenakan saham dianggap lebih menguntungkan dari pada bentuk investasi dalam bentuk lainnya.

Investasi pada saham tidak terlepas dari risiko karena sifatnya yang peka terhadap perubahan-perubahan, baik perubahan faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan, sehingga diperlukan analisis yang cermat bagi setiap investor sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi pada saham (Kodrat & Indonanjaya, 2010). Selain menghitung *return* yang diharapkan, investor juga harus memperhatikan risiko yang akan ditanggung (Ahmad, Fida, & Zakaria, 2013).

Persaingan usaha pada saat ini semakin lama semakin tinggi, sehingga setiap perusahaan harus mampu untuk mempertahankan kinerja perusahaan (Mulyadi dan Saktiawati, 2008). Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka semakin kecil kemungkinan risiko kegagalan investasi yang akan ditanggung dan semakin besar kemungkinan mendapatkan *return* yang tinggi mengakibatkan semakin banyak investor yang akan berinvestasi pada perusahaan tersebut (Olowoniyi & Ojenike, 2012). Perusahaan dengan laba yang tinggi, akan meningkatkan permintaan saham dan selanjutnya akan berdampak pada harga saham perusahaan. Ketika harga saham semakin meningkat maka *return* saham juga akan meningkat (Sinex, 2014). *Return* saham dapat berupa dividen atau *capital gain* (Tandelilin, 2007). Dividen merupakan bagian dari laba bersih yang dibagikan kepada pemegang saham,

sedangkan *capital gain* merupakan keuntungan modal yang diperoleh dari selisih antara harga beli dan harga jual saham (Tryfino, 2009). Setiap perusahaan berusaha meningkatkan kinerjanya dengan menunjukkan prestasi yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaannya (Kussuma, Surachim, dan Tanuatmodjo, 2016).

Investor memperhatikan kinerja perusahaan yang menerbitkan saham sebagai dasar penilaian investor terhadap saham tersebut. Oleh karena itu *return* saham penting bagi investor dan perusahaan, karena *return* saham digunakan sebagai alat pengukur kinerja perusahaan oleh investor untuk berinvestasi pada perusahaan di pasar saham. Menjaga dan memperbaiki kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi investor merupakan tanggung jawab perusahaan agar portofolio saham yang diinvestasikan meningkat (Hanani, 2007).

Perusahaan yang menerbitkan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) dikategorikan kedalam 9 sektor, salah satunya yaitu sektor perdagangan, jasa dan investasi. Sektor perdagangan, jasa dan investasi dibagi menjadi 7 subsektor yaitu subsektor perdagangan besar barang produksi, perdagangan eceran, restoran hotel dan pariwisata, advertising printing dan media, kesehatan, jasa computer dan perangkatnya, dan perusahaan investasi. Pada Bursa Efek Indonesia terlihat bahwa sektor perdagangan, jasa dan investasi sedang mengalami penurunan yang terlihat dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang menurun. Penurunan IHSG ini cukup tajam yaitu mencapai sebesar 0,71%.

Akibat adanya penurunan harga saham sangat berdampak pada pada sektor perdagangan, jasa dan investasi dimana di dalamnya terdapat subsektor advertising printing media yang mengalami penurunan. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan jasa harus mencari sumber dana untuk melakukan kegiatan operasional perusahaannya. Pada perusahaan jasa salah satu subsektor yang terdaftar di BEI adalah advertising printing media, subsektor ini menjadi salah satu pilihan para investor untuk berinvestasi, maka investor akan mempertimbangkan untuk berinvestasi pada perusahaan subsektor advertising printing media dengan mengharapkan *return* saham yang tinggi.

Subsektor advertising printing media tahun 2011-2016 dari tahun ke tahun selalu mengalami perubahan yang mengakibatkan *return* saham tidak menentu. Tabel 1 memperlihatkan perubahan *return* saham pada subsektor advertising printing media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berikut rata-rata *return* saham perusahaan pada subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI:

Tabel 1
Rata-Rata Return Saham Subsektor
Advertising Printing Media Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia (BEI)

No	NAMA PERUSAHAAN	RETURN SAHAM					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Mahaka Media Tbk	-161	-39	20	-39	-11	0
2	Elang Mahkota Teknologi Tbk	2.08	600	1.65	2.25	2.5	-325
3	Fortune Indonesia Tbk	33	-14	36	533	0	-382
4	First Media Tbk	-370	20	-20	2.01	-715	-660
5	MNC Sky Vision Tbk	-	-	-400	-400	-265	-290
6	Surya Citra Media Tbk	4.3	-5.6	375	875	-400	-300
7	Visi Media Asia Tbk	-	40	-285	203	-228	48
Jumlah		-491.62	601.40	-272.35	1176.26	-1616.50	-1909.00
Rata-rata		-98.32	100.23	-38.91	168.04	-230.93	-272.71

Sumber : www.sahamok.com (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 1 bisa terlihat bahwa fluktuasi yang terjadi sangat tajam setiap tahunnya. Perusahaan yang mempunyai *return* saham kurang dari normal atau menurun, investor akan mengalami kerugian dalam penjualan saham kepada investor lain. Ini merupakan keadaan yang mengkhawatirkan untuk perusahaan subsektor advertising printing media. Berdasarkan permasalahan tentang *return* saham yang cenderung negatif dan tidak stabil pada perusahaan subsektor advertising printing media periode 2011-2016, maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian, karena dampak yang akan terjadi dapat mempengaruhi kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2016, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *return* saham.

Perusahaan yang *return* sahamnya terus mengalami penurunan, maka investor akan mengalami kerugian dalam penjualan saham kepada investor lain. *Return* saham yang cenderung menurun akan berdampak pula pada kepercayaan investor dalam menanamkan investasi. Jika *return* saham perusahaan tidak meningkat dan cenderung mengalami penurunan yang tajam, maka tidak akan ada investor yang akan berinvestasi pada perusahaan tersebut, ini berarti perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Ini merupakan keadaan yang mengkhawatirkan untuk perusahaan subsektor advertising printing media.

Dalam pasar modal *return* saham menjadi salah satu indikator penentuan investasi yang dilakukan para investor dan menjadi gambaran bagi para investor seberapa banyak keuntungan yang akan mereka peroleh. Kinerja keuangan menjadi salah satu penentuan tinggi rendahnya *return* saham selain penawaran dan permintaan saham. Semakin baik kinerja perusahaan maka

semakin banyak pula dividen yang akan diperoleh oleh investor. Hal inilah yang menyebabkan *return* saham tinggi.

Salah satu faktor penentu *return* saham yaitu kinerja perusahaan yang tergambar dalam kinerja keuangannya. Adapun analisis kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai pasar.

Pemilihan variabel nilai pasar sebagai variabel solusi terhadap permasalahan *return* saham yang terjadi, didasarkan pada uraian latar belakang yang terus menurun selama periode 2011-2016, sehingga dikhawatirkan akan terus berlanjut pada periode selanjutnya dan berdampak pada menurunnya *return* saham.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui gambaran nilai pasar pada perusahaan advertising printing media periode 2011-2016 (2) Untuk mengetahui gambaran *return* saham pada perusahaan advertising printing media periode 2011-2016 (3) Untuk mengetahui Pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham pada perusahaan advertising printing media periode 2011-2016

KAJIAN PUSTAKA

Kajian teori tentang Nilai Pasar

Penelitian terhadap kinerja keuangan perusahaan merupakan kegiatan yang sangat penting, karena berdasarkan penelitian tersebut dapat disajikan sebagai ukuran keberhasilan suatu perusahaan selama satu periode waktu tertentu. Disamping itu penilaian kinerja juga dapat disajikan pedoman bagi usaha perbaikan atau peningkatan kinerja keuangan perusahaan tersebut.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidahwati, 2002). Nilai pasar pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi & Pawetri, 2006). Menurut (Winarto, 2007) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai pasar dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula *return* saham perusahaan, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai pasar juga akan meningkat.

Nilai pasar dapat dicerminkan melalui harga saham. Harga saham dapat dikatakan sebagai indikator keberhasilan perusahaan, dimana kekuatan pasar di bursa ditunjukkan dengan

adanya transaksi jual beli saham di pasar modal (Kusuma, Surachim, & Tanuatmodjo, 2016).

Nilai pasar juga dapat menunjukkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu asset berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan (Sugiarti & Suyanto, 2007). Nilai pasar selain menunjukkan nilai seluruh aktiva, juga tercermin dari harga sahamnya, sehingga semakin tinggi harga saham mencerminkan tingginya nilai pasar, dengan meningkatnya harga saham maka *return* saham pun meningkat (Tryfino, 2009).

Menurut (Sujoko & Soebianto, 2007) nilai pasar merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan *return* saham. *Return* saham yang tinggi membuat nilai pasar juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa mendatang. Tujuan dari sebuah perusahaan selain mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya juga untuk mendapatkan investasi guna mengembangkan usahanya. Dalam berinvestasi, para investor akan melihat sejauh mana perusahaan berkembang dan seberapa sehat perusahaan tersebut. Salah satu alat ukur yang dilihat para investor untuk pengambilan keputusan investasi yaitu sejauh mana sebuah perusahaan dapat menciptakan nilai pasar usahanya melebihi modal yang mereka miliki. Rasio nilai pasar inilah yang memberi indikasi kepada manajemen mengenai pendapat investor tentang prestasi perusahaan di masa lalu dan prospeknya di masa yang akan datang (Margaretha, 2011)

Nilai pasar sangat penting dikarenakan dengan nilai pasar yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Weston & Brigham, 2000). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai pasar. Nilai pasar yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen asset.

Menurut (Ang, 1997) menyatakan bahwa nilai pasar suatu saham dapat dipergunakan sebagai tolak ukur nilai pasar yang sebenarnya. Menurut Hackel dan Livnat dalam (Darmadji et al., 2012), alat ukur nilai pasar yang paling ideal yaitu bebas dari pengaruh penerapan kebijakan masing-masing entitas adalah *cash flow*. Analisa *cash flow* merupakan alat pengukuran yang sangat penting bagi investor maupun auditor. Alasannya karena dapat terjadi pengakuan jumlah keuntungan suatu entitas dalam periode yang sama dengan hasil berbeda, hal tersebut dikarenakan adanya

perbedaan dalam metode yang digunakan, estimasi akuntansinya serta faktor lainnya. Menurut (Ganto, Khadafi, Albra, & Syamni, 2008) mengatakan bahwa nilai pasar adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang mampu dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan yang biasanya diukur dengan *price to book value ratio*. Harga yang mampu dibayar oleh investor tercermin dari harga pasar saham. Ukuran yang paling tepat digunakan dalam mengukur nilai pasar adalah rasio penilaian (*valuation*), karena rasio tersebut mencerminkan rasio (risiko) dengan rasio hasil (Weston & Brigham, 2000).

Terdapat beberapa pendekatan analisis rasio dalam penilaian *market value*, terdiri dari pendekatan *price earning ratio* (PER), *price to book value* (PBV), *market book ratio* (MBR), *dividend yield ratio*, dan *dividend payout ratio* (DPR). Dalam penelitian ini penulis juga lebih menekankan nilai pasar pada harga pasar yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV).

Price Earning Ratio (PER) merupakan ukuran yang paling banyak digunakan oleh investor untuk menganalisis apakah investasi yang dilakukan menguntungkan atau merugikan. *Price Earning Ratio* bermanfaat untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam laba per sahamnya.

Perusahaan dengan *price earning ratio* (PER) tinggi menggambarkan harga saham perusahaan tersebut tinggi, peningkatan pada harga saham akan memberikan *capital gain* yang merupakan unsur dari *return*, sehingga peningkatan harga saham akan meningkatkan nilai *price earning ratio*, dan meningkatkan *return* dari saham perusahaan tersebut (Meythi & Mathilda, 2012).

Price to Book Value (PBV) adalah perhitungan atau perbandingan antara *market value* dengan *book value* suatu saham. Dengan rasio PBV ini, investor dapat mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dari *book value*nya. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham (Tryfino, 2009).

PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan atau biasa juga digunakan untuk mengukur tingkat kemahalan dari suatu saham. Semakin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek suatu perusahaan, sehingga mengakibatkan harga saham dari perusahaan tersebut meningkat pula. Begitu juga sebaliknya jika PBV rendah, akan berdampak pada rendahnya

kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan yang berakibat pada turunnya permintaan saham dan selanjutnya berimbas pula dengan menurunnya harga saham dari perusahaan tersebut (Darmadji et al., 2012).

Kajian teori tentang *Return Saham*

Saham adalah tanda penyertaan modal atau tanda bukti pengambilan bagian atau peserta dalam suatu perseroan terbatas. Untuk membeli suatu saham tentunya investor perlu mempertimbangkan nilai atau harga dari suatu saham. Menurut (Jogiyanto, 2010) harga saham adalah harga yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal.

Di dalam suatu investasi terdapat suatu hubungan timbal balik yaitu perusahaan dapat menjalankan usahanya dari dana yang diperoleh investor dan investor akan memperoleh sesuatu yang disebut *return*. Dengan adanya *return* yang tinggi maka investor akan dengan senang hati menanamkan dananya dan perusahaan akan mendapatkan modal tambahan yang bisa membantu menjalankan perusahaannya.

Return adalah hasil yang diperoleh dari investasi sedangkan saham merupakan tanda bukti kepemilikan dalam suatu perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Jadi Return Saham merupakan pembayaran yang diterima karena hak kepemilikannya, ditambah dengan harga perubahan pada harga pasar, yang dibagi dengan harga awal (Horne & Wachowicz, 2009).

Return (kembali) adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya. Tanpa adanya keuntungan yang dapat dinikmati dari suatu investasi, tentunya pemodal tidak tertarik melakukan investasi (Ang, 1997). Dengan demikian, setiap investasi baik jangka pendek maupun jangka panjang mempunyai tujuan utama mendapatkan keuntungan yang disebut *return* baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam melakukan investasi, investor yang rasional akan mempertimbangkan dua hal, yaitu *expected return* (tingkat pengembalian yang diharapkan) dan *risk* (risiko) yang terkandung dalam alternatif investasi yang dilakukan.

Return saham berbanding positif dengan risiko, artinya semakin besar risiko yang ditanggung oleh pemegang saham, maka *return* (keuntungan) akan semakin besar pula, begitu juga sebaliknya. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan *return* saham merupakan keuntungan yang diperoleh pemegang saham karena menginvestasikan dananya, keuntungan tersebut dapat berupa dividen (*yield*) dan

keuntungan dari selisih harga saham sekarang dengan periode sebelum (*capital gain*).

Menurut (Jogiyanto, 2010) *return* dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1. *Return* realisasi (*realized return*)

Return realisasi (*realized return*) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasi dihitung dengan menggunakan data historis. *Return* realisasi penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan. *Return* realisasi atau *return* historis ini juga berguna sebagai dasar penentuan *return* ekspektasi (*expected return*) dan risiko di masa datang.

2) *Return* ekspektasi (*expected return*)

Return ekspektasi (*expected return*) adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh investor di masa mendatang. Berbeda dengan *return* realisasi yang sifatnya sudah terjadi, *return* ekspektasi sifatnya belum terjadi.

Gambaran Nilai Pasar terhadap *Return Saham*

Nilai pasar digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar kemampuan manajemen untuk menciptakan nilai pasar agar melebihi biaya modal (Indarwati, 2012). Nilai pasar memberikan gambaran atau indikasi bagi manajemen perusahaan bagaimana pandangan investor terhadap risiko dan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Hanani, 2007). Alat ukur nilai pasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV).

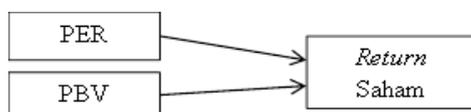
Menurut (Husnan, 2009) semakin tinggi PER, semakin tinggi harga saham suatu perusahaan (relatif terhadap nilai per lembar sahamnya). Jika nilai PER naik, maka harga saham semakin tinggi dan *return* saham mengalami kenaikan, begitu pula sebaliknya jika nilai PER turun maka harga saham dan *return* sahamnya mengalami penurunan.

Price Earnings Ratio (PER) mencerminkan pertumbuhan laba perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin tinggi pertumbuhan laba yang diharapkan oleh pemodal (Husnan, 2009). *Price earnings ratio* (PER) mengindikasikan besarnya rupiah yang harus dibayarkan investor untuk memperoleh satu rupiah earnings perusahaan. Dengan kata lain PER menunjukkan besarnya harga setiap satu rupiah earnings perusahaan. PER merupakan ukuran harga relatif dari sebuah saham perusahaan (Eduardus Tandililin, 2001:243). Penelitian yang dilakukan oleh (Munawir, 2010) menunjukkan bahwa PER mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham.

Semakin tinggi nilai *Price to Book Value* (PBV), maka semakin besar nilai yang diciptakan bagi investor, maka kepercayaan terhadap

perusahaan di pasar modal pun akan meningkat dan mengakibatkan tingginya permintaan terhadap saham perusahaan (Kodrat & Indonanjaya, 2010). Sedangkan menurut (Husnan, 2009) perusahaan yang berjalan dengan baik dan memiliki nilai rasio PBV diatas satu menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dibandingkan dengan nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV maka semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. Dengan semakin tingginya perusahaan dinilai baik oleh investor maka permintaan terhadap saham akan meningkat pula sehingga menyebabkan harga saham akan meningkat. Sejalan dengan yang diterangkan oleh (Kodrat & Indonanjaya, 2010) dengan tingginya permintaan saham maka harga saham pun meningkat, dengan meningkatnya harga saham otomatis *return* saham pun akan meningkat.

Berdasarkan uraian di atas mengenai pengaruh nilai pasar yang diukur dengan *Price Erning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV) terhadap *return* saham. Dapat dikatakan ketika nilai pasar yang dikur dengan *Price Erning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV) maka harga saham akan meningkat. Begitu pun sebaliknya, yang dikur dengan *Price Erning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV) menurun maka harga saham akan turun dengan kata lain PER dan PBV akan berdampak positif terhadap *return* saham.



**Paradigma Penelitian
Gambar 1**

Hipotesis yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian ini, yaitu “Nilai Pasar Berpengaruh Positif terhadap *Return* Saham”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan rencana dan struktur penelitian yang disusun sedemikian rupa agar diperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana gambaran nilai pasar dan *return* saham serta menguji pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham pada perusahaan subsektor Advertising Printing Media Periode 2011-2016. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Objek penelitian adalah benda, hal dan sebagainya yang dijadikan sasaran untuk diteliti, diperhatikan, dan sebagainya. Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati sebagai sasaran. Objek dalam penelitian ini adalah

nilai pasar dan *return* saham, sedangkan subjek penelitian adalah subsektor subsektor Advertising Printing Media dengan unit analisis berupa *annual report* subsektor subsektor Advertising Printing Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama enam tahun berturut-turut yaitu tahun 2011-2016.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Arikunto, 2013). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui gambaran mengenai nilai pasar dan *return* saham. Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, sehingga diperoleh hasil yang memperkuat atau menggugurkan teori atau hasil penelitian sebelumnya. Penelitian verifikatif ditunjukkan untuk menguji pengaruh nilai pasar terhadap *return* saham.

Adapun yang menjadi variabel bebas atau *independent variabel* dalam penelitian ini yaitu rasio nilai pasar yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV) (X) kemudian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variabel* yaitu *return* saham (Y). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder karena berupa *annual report* subsektor Advertising Printing Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah subsektor Advertising Printing Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2016. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan yang menjadi sampel pada penelitian ini berjumlah 7 perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Salah satu bentuk uji normalitas melalui uji Kolmogorov-Smirnov yang hasil pengujiannya terdapat dalam tabel berikut:

**Tabel 3
Uji Normalitas Dengan Uji Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	114.01201302
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.116
	Negative	-.081
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS

Besarnya probability uji Kolmogorov-Smirnov bisa dilihat dari nilai Asymp.sig yaitu sebesar 0,181. Nilai Asymp.sig ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05 sehingga hipotesis nol diterima. Artinya tingkat PER dan PBV terhadap *return* saham didistribusikan secara normal.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua atau lebih variable mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Perhitungan uji linearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program *software* SPSS 23 *for windows*. Adapun hasil yang diperoleh dari pengolahan data tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Uji Asumsi Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
etween (Combined)	3670328.454	39	94110.986	289.572	.003	
roups	Linearity	2362558.575	1	2362558.575	7269.411	.000
	Deviation from Linearity	1307769.879	38	34414.997	105.892	.644
ithin Groups	650.000	2	325.000			
otal	3670978.454	41				

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
etween (Combined)	3603835.298	37	97400.954	5.803	.049	
roups	Linearity	2381690.154	1	2381690.154	141.887	.000
	Deviation from Linearity	1222145.144	36	33948.476	2.022	.260
ithin Groups	67143.156	4	16785.789			
otal	3670978.454	41				

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS

Berdasarkan Tabel 2 nilai *sig. Deviation from linearity* data tersebut untuk variabel X_1 adalah 0,644 lebih besar dari 0,05 atau $0,644 > 0,05$ dan untuk variabel X_2 adalah 0,260 lebih besar dari 0,05 atau $0,260 > 0,05$. Dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel tersebut mempunyai hubungan yang linear.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi yang kuat (hampir sempurna) antara variabel bebas atau tidak. Tepatnya multikolienearitas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linear pasti. Berikut merupakan hasil pengujian multikolinearitas melalui tabel *Varian Infloating Factor*, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4
Varian Infloating Factor

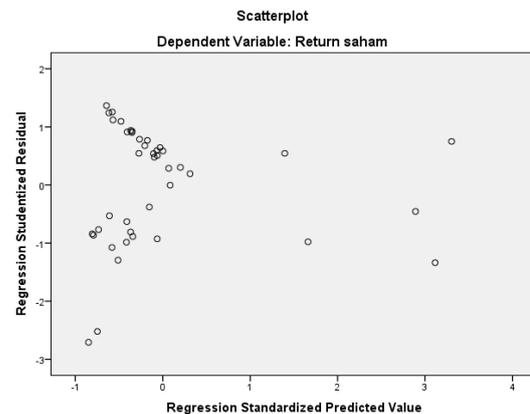
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PER	.305	3,280
	PBV	.305	3,280

- a. Dependent Variable: Return saham
- Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS

Tabel 3 *Varian Infloating Factor* sebesar 3.280. Artinya tidak terjadi otokorelasi, karena tabel VIF < 10 ini berarti tidak ada hubungan linear yang pasti dan tidak terjadi korelasi yang kuat (hampir sempurna) antara variabel bebas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memprediksi apakah variabel yang digunakan memiliki nilai yang sangat beragam sehingga menghasilkan nilai residu yang tidak konstan atau tidak. Sebuah model regresi dikatakan baik, jika model regresi tersebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Gejala dari heteroskedastisitas dapat diuji dengan melihat pada grafik scatterplot pada output spss. Hasil dari Scatterplot merupakan nilai prediksi variabel independent ZPRED dengan residunya SRESID. Berikut Gambar 4.4 yang akan membuktikan terjadi atau tidaknya gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini:



Gambar 2
Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Gambar 2 menunjukkan bahwa plot menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel *independent* yang berada dalam penelitian ini, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini, sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini memenuhi syarat asumsi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*), adapun tabel autokorelasi, yaitu sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.840 ^a	.705	.690	166.69118	2.204

a. Predictors: (Constant), PBV, PER

b. Dependent Variable: Return Saham

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS

Berdasarkan Tabel 4 nilai DW (Durbin Watson) sebesar 2,204 yang artinya nilai DW terletak pada titik dU dan 4-dU diantara 1,62 sampai 2,38 atau (1,62 < 2,204 < 2,38), ini diartikan bahwa tidak terjadi korelasi, maka tidak ada problem autokorelasi.

Regresi linier multipel merupakan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Regresi linier multipel diterapkan pada penelitian ini untuk menunjukkan hubungan antara variabel independen (Y) dengan variabel dependen (X). Berikut Tabel 5 yang menunjukkan hasil uji regresi linear multipel dengan penggunaan persamaan regresi multipel ($Y = a + bX_1 + cX_2$) dalam penelitian ini,

Tabel 6
Uji Regresi Linier Multiple

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-249.704	34.067		-7.330	.000
	PER	1.597	.587	.429	2.720	.010
	PBV	35.205	12.378	.448	2.844	.007

a. Dependent Variable: Return Saham

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS

Pada Tabel 5 dapat dilihat dalam kolom B nilai konstanta dan nilai koefisien regresi linear multipel untuk masing-masing variabel *independent*. Berdasarkan nilai-nilai di atas dapat ditentukan model regresi linear multipel yang dinyatakan dalam bentuk persamaan, sebagai berikut:

$$Y = -249.704 + 1.597 X_1 + 35.205 X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwa :

a. Nilai konstanta -249.704 ini berarti bahwa jika tingkat PER dan PBV tidak mengalami perubahan, maka nilai *return* saham, sebesar -249.704%.

b. Nilai koefisien regresi PER (X_1)

Nilai koefisien PER sebesar 1.597 nilai ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan tingkat PER sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan *return* saham, sebesar 1.597 kali dengan asumsi variabel tingkat PER bernilai konstan atau nol.

c. Nilai koefisien regresi PBV (X_2)

Nilai koefisien PBV sebesar 35.205 nilai ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan PBV sebesar 1% maka akan menyebabkan kenaikan RETURN SAHAM sebesar 35.205 kali dengan asumsi variabel PBV bernilai konstan atau nol.

Pengujian dengan menggunakan Uji F bertujuan untuk menguji keberartian regresi, dengan hipotesis statistik sebagai berikut:

Ho: Regresi tidak berarti

Ha: Regresi berarti

Uji F hasil perhitungan dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko 0,05. Kriteria uji keberartian regresi yaitu sebagai berikut:

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Untuk melihat pengaruh berarti antara tingkat kecukupan modal dan tingkat likuiditas terhadap profitabilitas dari model persamaan regresi, maka Tabel 4.9 berikut akan menunjukkan hasil Uji F dalam penelitian ini:

Tabel 7
Hasil Pengujian Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2587326.459	2	1293663.229	46.558	.000 ^b
	Residual	1083651.996	39	27785.949		
	Total	3670978.454	41			

a. Dependent Variable: Return saham

b. Predictors: (Constant), PBV, PER

Sumber: Hasil pengujian SPSS

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa hasil F_{hitung} pada penelitian ini adalah sebesar 46.558 sedangkan hasil untuk F_{tabel} adalah 3.232 maka dengan begitu nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau $46.558 > 3.232$ dengan demikian menunjukkan bahwa H_0 ditolak. Nilai signifikansi dari F_{hitung} adalah 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf nyata 5% atau $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa model regresi dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan mengenai pengaruh PER dan PBV terhadap *return* saham.

Untuk menguji keberartian koefesien regresi dilakukan melalui uji t dengan cara

membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dari koefisien regresi tiap variabel independen. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Formulasi hipotesis.
 - $h_0: \beta_1 = 0$, per tidak berpengaruh terhadap *return* saham
 - $h_1: \beta_1 \neq 0$, per berpengaruh terhadap *return* saham
 - $h_0: \beta_2 = 0$, pbv tidak berpengaruh terhadap *return* saham
 - $h_2: \beta_2 \neq 0$, pbv berpengaruh terhadap *return* saham
- b. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 dengan $df = n - k$
- c. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1) Uji pihak kanan (PER)

H_0 diterima bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_1 diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

2) Uji pihak kiri (PBV)

H_0 diterima bila $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$

H_1 diterima bila $-t_{hitung} > -t_{tabel}$

Untuk menguji pengaruh antara tingkat PER dan PBV terhadap profitabilitas, maka Tabel 4.10 berikut akan menunjukkan hasil Uji t dalam penelitian ini,

Tabel 8
Hasil Pengujian Uji t

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-249.704	34.067		-7.330	.000
	PER	1.597	.587	.429	2.720	.010
	PBV	35.205	12.378	.448	2.844	.007

a. Dependent Variable: Return saham
Sumber: Pengujian SPSS 2017

Pada tabel 4.10 dari hasil perhitungan uji t dapat dibuktikan bahwa:

- a. Keberartian koefisien regresi PER terhadap *return* saham

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.720, sedangkan nilai t_{tabel} , dalam penelitian ini adalah 2,021, dengan demikian maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.720 > 2,021$. Adapun nilai signifikansi dari t_{hitung} adalah 0,010 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari taraf nyata 5%, atau $0,010 < 0,05$ dengan demikian dapat dibuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti PER berpengaruh terhadap *return* saham. Arah regresi bertanda positif menunjukkan bahwa PER memiliki hubungan yang searah dengan *return* saham, artinya apabila nilai PER meningkat maka nilai *return* saham, akan ikut meningkat, sebaliknya jika nilai PER menurun maka nilai *return* saham, akan ikut menurun.

- b. Keberartian koefisien regresi PBV terhadap *return* saham

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.844, sedangkan nilai t_{tabel} , dalam penelitian ini adalah 2,021, dengan demikian maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $2.844 > 2,021$. Adapun nilai signifikansi dari t_{hitung} adalah 0,007 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari taraf 5%, atau $0,007 < 0,05$ dengan demikian dapat dibuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti PBV berpengaruh terhadap *return* saham. Arah regresi bertanda positif menunjukkan bahwa tingkat PER memiliki hubungan yang searah dengan *return* saham, artinya apabila nilai PER meningkat maka nilai *return* saham akan ikut meningkat, sebaliknya jika nilai PER menurun maka nilai *return* saham akan ikut menurun.

Hasil penelitian secara empirik menunjukkan bahwa PER memiliki pengaruh terhadap *return* saham perusahaan subsektor advertising printing media sehingga hipotesis yang diajukan penulis bahwa PER memiliki pengaruh terhadap *return* saham sesuai dan dapat diterima. Berikut adalah hasil penelitian empirik kondisi PER terhadap *return* saham.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.720, sedangkan nilai t_{tabel} , dalam penelitian ini adalah 2,021, dengan demikian maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.720 > 2,021$. Adapun nilai signifikansi dari t_{hitung} adalah 0,010 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari taraf nyata 5%, atau $0,010 < 0,05$ dengan demikian dapat dibuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti PER berpengaruh terhadap *return* saham. Arah regresi bertanda positif menunjukkan bahwa PER memiliki hubungan yang searah dengan *return* saham, artinya apabila nilai PER meningkat maka nilai *return* saham akan ikut meningkat, sebaliknya jika nilai PER menurun maka nilai *return* saham akan ikut menurun.

Hasil penelitian secara empirik menunjukkan bahwa PBV memiliki pengaruh terhadap *return* saham perusahaan subsektor advertising printing media sehingga hipotesis yang diajukan penulis bahwa PBV memiliki pengaruh terhadap *return* saham sesuai dan dapat diterima. Berikut adalah hasil penelitian empirik kondisi PER terhadap *return* saham.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.844, sedangkan nilai t_{tabel} , dalam penelitian ini adalah 2,021, dengan demikian maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau $2.844 > 2,021$. Adapun nilai signifikansi dari t_{hitung} adalah 0,007 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari taraf 5%, atau $0,007 < 0,05$ dengan demikian dapat dibuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti PBV berpengaruh terhadap *return* saham. Arah regresi bertanda positif menunjukkan bahwa tingkat PBV memiliki hubungan yang searah dengan *return* saham, artinya apabila nilai PBV meningkat maka nilai *return* saham akan ikut

meningkat, sebaliknya jika nilai PBV menurun maka nilai *return* saham akan ikut menurun.

Penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Margaretha & Damayanti, 2008) dan (Farkhan & Ika, 2013) membuktikan bahwa nilai pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham yang berarti bahwa semakin tinggi nilai pasar suatu perusahaan maka harga perlembar saham akan cenderung meningkat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan serta hipotesis yang telah disusun dan telah di uji pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan pengaruh Nilai pasar terhadap *Return* Saham pada Perusahaan Subsektor Advertising Printing Media yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016, maka beberapa hal yang dapat penulis simpulkan adalah sebagai berikut :

1. Gambaran nilai pasar yang dihitung menggunakan rasio PER dan PBV perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI selama enam tahun yakni 2011-2016 cenderung mengalami kinerja yang menurun yang dicerminkan dengan angka PER dan PBV yang semakin menurun. Nilai PER yang paling rendah sebesar 16.13 pada tahun 2014 dan nilai PBV paling rendah sebesar 3.15 pada tahun 2013.
2. Gambaran dari *return* saham perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI selama enam tahun yakni 2011-2016 bersifat fluktuasi yang cenderung menurun secara signifikan dari tahun 2014 hingga 2016, penurunan signifikan sebesar -398.97 terjadi pada tahun 2015 yang mencapai -230.93
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pasar berpengaruh positif terhadap *return* saham.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh nilai pasar dengan indikator PER dan PBV terhadap *return* saham pada perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI periode 2011-2016, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi manajemen pada perusahaan subsektor advertising printing media yang terdaftar di BEI periode 2011-2016. Berdasarkan kesimpulan di atas, maka beberapa saran yang mungkin dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Nilai pasar (PER dan PBV) pada tujuh perusahaan subsektor advertising printing media pada tahun 2011-2016 menunjukkan

kinerja yang memburuk dengan nilai PER dan PBV yang berfluktuasi cenderung menurun. Untuk meningkatkan PER dan PBV yaitu dengan modal kerja atau investasi. Perusahaan diharapkan dan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar investor tertarik untuk berinvestasi. Perusahaan juga diharapkan lebih aktif dalam menginformasikan kondisi keuangan kepada masyarakat khususnya investor agar terdapat peningkatan kepercayaan pada perusahaan.

2. Diharapkan jika perusahaan ingin meningkatkan *return* saham maka kinerja perusahaan harus baik dengan cara meningkatkan PER dan PBV, sehingga PER dan PBV akan menjadi pertimbangan investor untuk menanamkan sahamnya. Oleh karena itu, penting untuk memaksimalkan laba bersih yang didapat agar keputusan perusahaan untuk membagikan dividen atas saham yang beredar kepada pemegang saham yang dapat mempengaruhi perilaku para pemegang saham atas imbal hasil dividen yang didapatkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau acuan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan *return* saham untuk menggunakan variabel-variabel lain yang belum diungkap dalam penelitian ini seperti solvabilitas, aktivitas, likuiditas dan profitabilitas, serta peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek subsektor lain dan dalam periode penelitian yang berbeda.
Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, H., Fida, B. a, & Zakaria, M. (2013). The Co-determinants of Capital Structure and Stock Returns : Evidence from the Karachi Stock Exchange, *1*(Summer), 81–92.
- Ang, R. (1997). *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia 7 th*. Jakarta: Media Soft Indonesia.
- Darmadji, Tjipctono, & Fakhrudin. (2012). *Pasar Modal Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ganto, Khadafi, Albra, & Syamni. (2008). Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur terhadap Return Saham di Bursa Efek Indonesia, *8*(1), 85–96.
- Gitman, L. (2009). *Principles of Manajerial Finance*. United States: Pearson Addison Wesley.
- Hanani, A. I. (2007). Analisis Pengaruh Earning Per Share (EPS) , Return On Equity (ROE) , Dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Return Saham Pada Perusahaan-Perusahaan Dalam Jakarta Islamic Index

- (JII) Periode Tahun 2005-2007, 1–26.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Horne, J. C. Van, & Wachowicz, J. M. (2009). *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan* (13th ed.). Jakarta: Salemba empat.
- Husnan, S. (2009). *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Indarwati, S. (2012). *Pengaruh Earning Per Share, Debt to Equity Ratio, Price to Book Value, Return on Asset, Return on Equity Terhadap Return Saham*. Universitas Gunadarma.
- Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Jumingan. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kodrat, D. S., & Indonanjaya, K. (2010). *Manajemen Investasi (Pendekatan Teknikal dan Fundamental untuk Analisis Saham)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kussuma, P., Surachim, A., & Tanuatmodjo, H. (2016). Dampak Tingkat Profitabilitas Dan Nilai Pasar Pada Pergerakan. *Journal of Business Management Education*, 1(2), 97–103.
- Margaretha, F. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Meythi, & Mathilda, M. (2012). Pengaruh Price Earnings Ratio dan Price To Book Value terhadap Return Saham Indeks LQ 45, 4, 1–21.
- Mulyadi, H. (2010). Pengaruh Motivasi dan Kompetensi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Galamedia Bandung Perkasa. *Manajerial*, 9(17), 97–111.
- Mulyadi, H., & Saktiawati, D. (2008). Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Shampo Sunsilk (Survei pada mahasiswi FPIPS UPI Bandung Angkatan 2004-2006). *Journal Of Business Management & Entrepreneur Education*, 7(13), 20–32.
- Munawir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Olowoniyi, a O., & Ojenike, J. O. (2012). Determinants of Stock Return of Nigerian-Listed Firms. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 3(4), 389–392.
- Sinex, J. A. (2014). Prediction of Stock Returns Using Financial Ratios Based on Historical Cost , Compared With Adjusted Prices (Accounting for Inflation) With Neural, 4(2003), 1064–1078.
- Sugiarti, & Suyanto. (2007). Pengaruh Informasi Keuangan (Book Value dan Earning per Share) terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan. *Akuntansi Dan Teknologi Informasi*, 6(2), 79–92.
- Sujoko, & Soebianto. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1).
- Tandelilin, E. (2007). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio* (Pertama). Yogyakarta: BPFE.
- Tryfino. (2009). *Cara Cerdas Berinvestasi Saham*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Wahidahwati. (2002). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Pada Kebijakan Hutang Perusahaan. *Riset Akuntansi Indonesia*, 5(1), 1–16.
- Wahyudi, U., & Pawetri, H. P. (2006). Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: dengan Kepurusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi*, 1–25.
- Weston, J. F., & Brigham, E. F. (2000). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Winarto, W. W. A. (2007). *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Tahun 2005*. Universitas Negeri Semarang.