PENGARUH LABA PER LEMBAR SAHAM DAN MARGIN LABA BERSIH TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERIKLANAN, PERCETAKAN, DAN MEDIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PEIODE 2007-2012

THE INFLUENCE OF EARNING PER SHARE (EPS) AND NET PROFIT MARGIN ON THE STOCK PRICE IN ADVERTISING, PRINTING, AND MEDIA SECTOR COMPANIES LISTED INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2007-2012)

Tita Herlina

21110046

ABSTRACT

The stock market is a place to channel funds in the form of shares. Shares is the proof of ownership of the assets of firms that issue stock. Any shares issued by the company at a price. Then each investor must be able to analyze the factors that can affect the stock price changes. The purpose of this study is to determine the influence of Earnings per Share (EPS) and net profit margin (NPM) of the company's stock price on the advertising, printing, and media.

The method used in this research is descriptive method of verification, while using multiple regression analysis. The population in this study are all companies that join the company's advertising, printing, and media listed in Indonesia Stock Exchange 2007-2012 period. While the sample is used as the object of study as many as five companies

Based on the research results of both partially and simultaneously there is a positive significant effect between the Earning Per Share and Net Profit Margin on stock prices. This means that if the Earning Per Share and Net Profit Margin increased the stock price will come to rise.

Keywords: Earning Per Share, Net Profit Margin, Stock Price

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di negara maju pasar modal sejak lama telah menjadi lembaga yang sangat diperhitungkan bagi perkembangan perekonomian negara, sebab itu negara selalu berkepentingan mengatur jalannya pasar modal. Pasar modal memiliki peran penting dalam kegiatan ekonomi terutama di negara-negara berkembang yang menganut sistem ekonomi pasar. Dengan adanya pasar modal maka perusahaan publik dapat memperoleh dana segar masyarakat melalui penjualan efek saham melalui prosedur IPO atau efek hutang (obligasi), sehingga kegiatan ekonomi di berbagai sektor dapat ditingkatkan.

Bagi investor, pasar modal merupakan tempat untuk menyalurkan dananya dalam bentuk berupa saham. Saham merupakan surat bukti mengenai kepemilikan atas asset – asset perusahaan yang menerbitkan saham (Eduardus Tandelilin, 2001:18). Setiap saham yang dikeluarkan oleh perusahaan memiliki harga. Harga saham terbentuk di pasar modal dan ditentukan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu usaha perusahaan dalam meningkatkan laba per lembar saham.

Earning per Share merupakan salah satu bagian dari rasio profitabilitas perusahaan yang mana para pemilik menginginkan data mengenai keuntungan yang diperoleh untuk setiap lembar sahamnya (Sutrisno, 2009:223). Selain itu investor hendaknya tidak hanya melihat laba per lembar sahamnya saja, melainkan investor juga harus melihat *Net Profit Margin* (NPM).

Net Profit Margin (NPM) merupakan bagian dari rasio profitabilitas dan menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan (Sofyan Syafri Harahap, 2009:304).

Bedasarkan data keuangan selama periode 2007-2012, pada perusahaan periklanan, percetakan, dan media pada tahun 2011 diantaranya pada PT.Mahaka Media Tbk (ABBA), dan PT.Fortune Indonesia Tbk (FORU) mengalami penurunan harga saham dari tahun sebelumnya, ini diakibatkan jumlah laba yang didapat perusahaan tidak cukup baik dengan margin keuntungannya yang relatif kecil. Akan tetapi kondisi yang berbeda terjadi pada perusahaan PT.Media Nusantara Citra Tbk (MNCN), PT.Surya Media Citra Tbk (SCMA), dan PT.Tempo Inti Media Tbk (TMPO) yang

cenderung mengalami kenaikan harga saham tetapi tidak diikuti dengan *Earning per Share* (EPS) yang mengalami penurunan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam pada industri yang bergerak dibidang perikalanan, percetakan, dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul "*Pengaruh Laba Per Lembar Saham Dan Margin Laba Bersih Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Periklanan, Percetakan, Dan Media Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2012".*

2. Tujuan Penelitian

1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Earning per Share* (EPS) terhadap Harga Saham pada Perusahaan Periklanan, Percetakan, dan Media terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).
2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Harga Saham pada Perusahaan Periklanan, Percetakan, dan Media yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).
3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Earning per Share* (EPS) dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Harga Saham pada Perusahaan Periklanan, Percetakan, dan Media yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

1. *Earning Per Share* (EPS)

Menurut Kasmir (2013:207), *Earning Per Share* (EPS) merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Sedangkan menurut Darmadji & Fakhrudin (2012:154), "*Earning Per Share* (EPS) adalah rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk setiap lembar saham yang beredar".

Berdasarkan pengertian diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa *earning per share* (EPS) adalah rasio untuk mengukur keuntungan yang diterima dari setiap per

lembar saham nya. Jika rasio yang didapat rendah berarti perusahaan tidak menghasilkan kinerja yang baik dengan memperhatikan pendapatan. Pendapatan yang rendah karena penjualan yang tidak lancar atau berbiaya tinggi.

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Menurut Kasmir (2013:200), *Net Profit Margin* atau margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan.

Menurut Agus Sartono (2010:123), *Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan yang sudah dikurangi seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Net profit margin* (NPM) merupakan perbandingan antara laba bersih setelah dipotong pajak dengan penjualan.

3. Harga Saham

Menurut Eduardus Tandelilin (2010:133), Harga saham merupakan cerminan dari ekspektasi investor terhadap faktor – faktor *earning*, aliran kas dan tingkat return yang disyaratkan investor, yang mana ketiga faktor tersebut juga sangat dipengaruhi oleh kinerja ekonomi makro.

Menurut Sunariyah (2004:128), Harga Saham adalah harga selembar saham yang berlaku dalam pasar saat ini di bursa efek".

Berdasarkan pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa harga saham adalah harga selembar kertas yang di perjual belikan di pasar modal,yang mana harga tersebut dapat berubah kapan saja, dan berubah sesuai dengan permintaan dan penawaran.

4. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut Weston dan Brigham (2009:26) dialih bahasakan oleh alfonsus Sirait faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham adalah :

1. Laba per lembar saham (*Earning Per Share*/EPS)
2. Tingkat Bunga
3. Jumlah Kas Deviden yang Diberikan
4. Jumlah laba yang didapat perusahaan

5. Tingkat Resiko dan Pengembalian

5. Penelitian Sebelumnya

Adapun menurut hasil penelitian Denies Priatinah dan Prabandaru Adhe Kusuma (2012), menunjukkan bahwa *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. Siti Marfuatun dan Iin Indarti (2012),hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara *earning per share* terhadap harga saham. Hal ini dikarenakan *earning per share* menunjukkan laba yang dihasilkan oleh masing – masing saham yang beredar.

Begitupun menurut hasil penelitian Sendi Gusnandar Arnan dan Shinta Dewi Herawati (2011), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara Variabel CAR, BOPO, RORA, ROA, LDR, dan NPM berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham perbankan di Bursa Efek Indonesia. Menurut hasil penelitian Astri Wulandari dan Iin Indarti (2011) Hasil dari Penelitian ini menunjukan bahwa NPM, ROA, dan ROE secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham pada Perusahaan LQ45 tahun 2008-2010.

BAB III
METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:41) Sebelum peneliti memilih variabel apa yang akan diteliti perlu melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan yang diteliti. Jangan sampai pembuatan rancangan penelitian dilakukan tanpa mengetahui terlebih dahulu permasalahan yang ada di objek penelitian.

Berdasarkan definisi di atas, objek dalam penelitian ini adalah *Earning per Share* (EPS), *Net Profit Margin* (NPM), dan Harga Saham pada Perusahaan Periklanan, Percetakan, dan Media yang Terdaftar di Busra Efek Indonesia (BEI).

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, karena adanya variabel – variabel yang akan ditelaah hubungannya serta tujuannya untuk menyajikan gambaran secara terstruktur, faktual, dan akurat mengenai

fakta – fakta serta hubungan antar variabel yang diteliti, yaitu pengaruh *Earning per Share, Net Profit Margin* terhadap Harga Saham. Menurut Sugiyono (2010:14), pengertian metode deskriptif analisis adalah: ”Statistika yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. Sedangkan Metode Verifikatif menurut Sugiyono (2010:13) adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, metode deskriptif verifikatif tersebut digunakan untuk menguji *Earning per Share, Net Profit Margin* terhadap Harga Saham, serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.1 Sumber

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti harus mengidentifikasi dan mempelajari mengenai populasi yang akan diteliti terlebih dulu.

1. Data Sekunder

Menurut Jogiyanto (2010:137) Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”.

3.2 Teknik Penentuan Data

1. Populasi

   Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan yang terdiri atas Laporan Keuangan Perusahaan Periklanan, Percetakan, dan Media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di mulai dari tahun 2007 hingga tahun 2013 yaitu sebanyak 12 perusahaan sehingga jumlah populasi atau N = 12 x 6 = 72.

2. Sampel

Sampel yang peneliti ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 laporan laba rugi dan neraca yang terdiri atas 5 perusahaan dari periode 2007 – 2013, karena sudah dianggap representative (mewakili) untuk dilakukan uji penelitian.

4. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

4.1 Analisis Statistik

Analisis Regresi Berganda

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah situasi dimana adanya kolerasi antara variabel-variabel bebas antara yang satu dengan yang lainnya. Semakin besar kolerasi di antara sesama variabel independen, maka koefisien-koefisien regresi semakin besar kesalahnnya. Ada tidaknya terjadi multikolinieritas dapat dinilai dari VIF (*Variance Infation Factors*).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya.

Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas, digunakan uji *Rank Spearman*, yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen) (Gujarati, 2003: 406).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Akibat dari adanya autokorelasi dalam model regresi, koefisien regresi yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya tingkat kesalahan menjadi sangat besar dan koefisien regresi menjadi tidak stabil.

Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi dari data residual terlebih dahulu dihitung nilai statistik Durbin-Watson (D-W) sebagai berikut:

$$D - W = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})}{\sum e_t^2}$$

(Gujarati, 2003: 467)

- Analisis Korelasi

Yang dimaksud analisi korelasi menurut Andi Supangat (2007:339) adalah: "Tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih". Sedangkan untuk mencari koefisien korelasi antara variabel X_1 dan Y, Variabel X_2 dan Y, X_1 dan X_2 sebagai berikut:

$$\mathrm{rx_1y} = \frac{\mathrm{n}(\sum \mathrm{X_1Y}) - (\sum \mathrm{X_2} \sum \mathrm{Y})}{\sqrt{\left[\mathrm{n}\sum {\mathrm{X_1}}^2 - (\sum \mathrm{X_1})^2\right]\left[\mathrm{n}\sum \mathrm{Y}^2 - (\sum \mathrm{Y})^2\right]}}$$

$$\mathrm{rx_2y} = \frac{\mathrm{n}(\sum \mathrm{X_2Y}) - (\sum \mathrm{X_2} \sum \mathrm{Y})}{\sqrt{\left[\mathrm{n}\sum {\mathrm{X_2}}^2 - (\sum \mathrm{X_2})^2\right]\left[\mathrm{n}\sum \mathrm{Y}^2 - (\sum \mathrm{Y})^2\right]}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{\mathrm{n}(\sum \mathrm{X_1X_2}) - (\sum \mathrm{X_1} \sum \mathrm{X_2})}{\sqrt{\left[\mathrm{n}\sum {\mathrm{X_1}}^2 - (\sum \mathrm{X_1})^2\right]\left[\mathrm{n}\sum {\mathrm{X_2}}^2 - (\sum \mathrm{X_2})^2\right]}}$$

(*Sumber*: Nazir, 2009: 464)

Langkah-langkah perhitungan uji statistik dengan menggunakan analisis korelasi dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Koefisien Korelasi Secara Parsial

Koefisien korelasi parsial antar X_1 terhadap Y, bila X_2 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathrm{rx_1y} = \frac{rx_1\mathrm{y} - rx_2yrx_1x_2}{\sqrt{[1 - rx_2y^2][1 - rx_1{x_2}^2]}}$$

Koefisien korelasi parsial antar X_2 terhadap Y, apabila X_1 dianggap konstan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$rx_2y = \frac{rx_2y - rx_1yrx_1x_2}{\sqrt{[1 - rx_1y^2][1 - rx_1{x_2}^2]}}$$

b. Koefisien Korelasi Secara Simultan

Koefisien korelasi simultan antar X_1 dan X_2 terhadap Y dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{12}y = \sqrt{\frac{ry_1^2 + ry_2^2 - 2r\check{u}_1.\ ry_2.\ r_{12}}{(1 - r_{12}^2)}}$$

Besarnya koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq 1$:

1. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.
2. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif.

Interprestasi dari nilai koefisien korelasi :

1. Jika r = -1 atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).
2. Jika r = +1 atau mendekati +1, maka hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya searah.

Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan table interprestasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.6

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	**Tingkat Hubungan**
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010:250)

c. Koefisiensi Determinasi

Analisis Koefisiensi Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) memiliki dampak terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd : Koefisien Determinasi

r^2 : Koefisien Korelasi

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t).

   Untuk menguji apakah ada hubungan signifikan dari variabel – variabel bebas (X) berdampak terhadap variabel terikat (Y), selanjutnya pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik t dengan langkah – langkah sebagi berikut:

   a. Menentukan hipotesis parsial antara variabel bebas *Earning per Share* (EPS) terhadap variabel terikat harga saham. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah :

H_o:β_1 = 0 Tidak terdapat hubungan yang signifikan *Earning per Share* (EPS) berdampak terhadap variabel terikat harga saham.

H_a:$\beta_1 \neq 0$ Terdapat hubungan yang signifikan *Earning per Share* (EPS) berdampak terhadap variabel terikat harga saham.

b. Menentukan hipotesis parsial antara variabel bebas *Net Profit Margin* (NPM) terhadap variabel terikat harga saham. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah :

Ho: $\beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap variabel terikat harga saham.

Ha:$\beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap variabel terika harga saham.

c. Menentukan tingkat signifikan.

Ditentukan dengan 5% dari derajat bebas (dk) = n – k – l, untuk menentukan t_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5% karena dinilai cukup untuk mewakili hubungan variabel – variabel yang diteliti dan merupakan tingkat signifikasi yang umum digunakan dalam status penelitian.

d. Menghitung nilai t_{hitung} dengan mengetahui apakah variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak dengan rumus :

$$t_1 = r_1 y\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_1 y^2)}} \text{dan} t_2 = r_2 y\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_2 y^2)}}$$

Dimana :

r = Korelasi parsial yang ditentukan

n = Jumlah sampel

t = t_{hitung}

e. Kemudian dibuat kesimpulan mengenai diterima tidaknya hipotesis setelah dibandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan kriteria :

- Tolak Ho jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien positif.

- Tolak Ho jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien negatif.
- Tolak Ho jika nilai t –sign $< \alpha$ 0,05.

2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

   Untuk menguji adanya hubungan antara variabel bebas (X) secara simultan berdampak terhadap variabel terikat (Y) maka pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik F dengan langkah – langkah sebagai berikut :

   a. Menentukan hipotesis secara keseluruhan antara variabel bebas *Earning per Share* (EPS) dan *Net Profit Margin* (NPM) terhadap variabel terikat harga saham.

      $H_o : \beta_{1,2} = 0$ Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Earning per Share* (EPS) dan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap variabel terikat harga saham.

      $H_a : \beta_{1,2} \neq 0$ Terdapat hubungan yang signifikan antara *Earning per Share* (EPS) dan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap variabel terikat harga saham.

   b. Menentukan nilai signifikansi α yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas (db = n – k – l), untuk mengetahui daerah F_{tabel}sebagai batas daerah penerimaan dan penolakkan.

   c. Selanjutnya menghitung nilai F_{hitung} sebagai berikut :

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

(*Sumber*: Sugino, 2010:257)

      R = Koefisien korelasi ganda

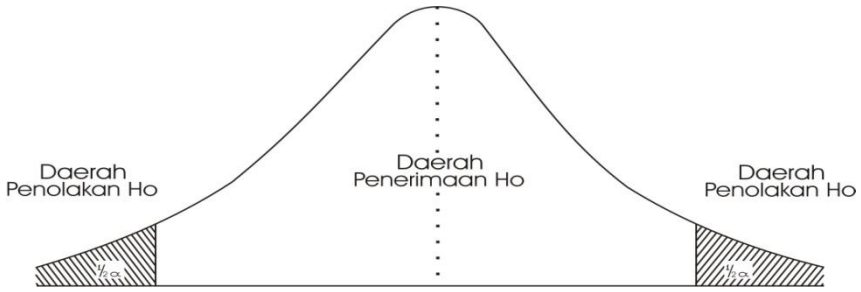
      K = Jumlah variabel independen

      N = Jumlah anggota sampel

   d. Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan kriteria :

      - Tolak Ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien positif.
      - Tolak Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien negatif.
      - Tolak Ho jika nilai F-sign $< \alpha$),05.

3. Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan



Gambar 3.1

Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

BAB IV
PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan

Setelah dilakukan beberapa pengujian dalam penelitian ini, selanjutnya terdapat beberapa hal yang akan dibahas pada bagian ini mengenai hasil pengujian untuk variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* terhadap harga saham, baik secara parsial maupun secara simultan.

4.2.1 Analisis Pengaruh *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian regresi menunjukkan bahwa *Earning Per Share* memiliki pengaruh yang Signifikan Positif terhadap Harga Saham. Berdasarkan hasil korelasi yang diperoleh, dapat diketahui bahwa *Earning Per Share* memiliki arah positif. Hal tersebut sudah sesuai dengan teori yang ada, yang menyatakan bahwa semakin tinggi *Earning Per Share* maka harga saham pun semakin tinggi, begitupun jika *Earning Per Share* turun, maka harga saham pun ikut turun.

Pengaruh *Earning Per Share* terhadap harga saham pada penelitian ini yaitu sebesar 38,2% dengan arah yang positif. Artinya sebesar 38,2% variabel *Earning Per Share* dapat meningkatkan harga saham pada perusahaan periklanan, percetakan, dan media, sedangkan sisanya sebesar 61,8% merupakan pengaruh faktor lain selain *Earning Per Share* seperti faktor fundamental emiten, permintaan dan penawaram, tingkat suku bunga, valuta asing, dana asing. Indeks harga saham, dan rumors (Ali Arifin, 2004:116).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t bahwa dapat dilihat nilai t_{hitung} untuk variabel *Earning Per Share* terhadap harga saham yaitu sebesar 4,088, yaitu berada

pada daerah penolakan H_0, hal tersebut berarti bahwa *Earning Per Share* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Dengan koefisien determinasi *Earning Per Share* terhadap harga saham yaitu sebesar 38,2%. Ini sudah menjawab fenomena yang terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bahwa pergerakan harga saham di beberapa perusahaan periklanan, percetakan, dan media tidak sejalan dengan perkembangan *Earning Per Share.* Artinya ketika harga saham mengalami penurunan, akan tetapi *Earning Per Share* yang dimiliki perusahaan mengalami kenaikan. Dengan kata lain, walaupun *Earning Per Share* mengalami kenaikan, investor belum tentu tertarik terhadap saham perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut Eduardus Tandelilin (2010:232), mengungkapkan bahwa variabel keuangan yang dapat dijadikan sebagai komponen utama dalam analisis fundamental adalah *Earning per Share* (EPS), karena terdapat hubungan antara perubahan *earning* dengan perubahan harga saham.

Hasil penelitian ini pun mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Marfuatun dan Iin Indrarti (2012), Asnita (2013), Denies Pratinah dan Prabandru Adhe Kusuma (2012), A Seetharaman and John Rudolph Raj (2011), dan Samina Haque dan Murtaza Faruquee (2013) yang menyatakan bahwa variabel *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

4.2.2 Analisis Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Harga Saham

Hasil penelitian regresi menunjukkan bahwa *Net Profit Margin* memiliki pengaruh yang Signifikan Positif terhadap Harga Saham. Berdasarkan hasil korelasi yang diperoleh, dapat diketahui bahwa *Net Profit Margin* memiliki arah positif.

Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap harga saham pada penelitian ini yaitu sebesar 18,3% dengan arah yang positif. Artinya sebesar 18,3% variabel *Net Profit Margin* dapat meningkatkan harga saham pada perusahaan periklanan, percetakan, dan media, sedangkan sisanya sebesar 81,7% merupakan pengaruh faktor lain selain *Net Profit Margin* seperti faktor fundamental emiten, permintaan dan penawaran, tingkat suku bunga, valuta asing, dana asing, indeks harga saham, dan rumors (Ali Arifin, 2004:116).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa dapat dilihat nilai t_{hitung} untuk variabel *Net Profit Margin* terhadap harga saham yaitu sebesar 2,463, yaitu berada pada daerah penolakan H_0, hal tersebut berarti bahwa *Net Profit Margin* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Dengan koefisien determinasi *Net Profit Margin* terhadap harga saham yaitu sebesar 87,8%. Ini sudah menjawab fenomena yang terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bahwa pergerakan harga saham di beberapa perusahaan periklanan, percetakan, dan media tidak sejalan dengan perkembangan *Net Profit Margin.* Artinya ketika harga saham mengalami penurunan, akan tetapi *Net Profit Margin* yang dimiliki perusahaan mengalami kenaikan. Dengan kata lain, walaupun *Net Profit Margin* mengalami kenaikan, investor belum tentu tertarik terhadap saham perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori menurut Eduardus Tandelilin (2010:236) yang mengungkapkan bahwa jika *Net Profit Margin* perusahaan tinggi maka pengembalian investasi perusahaan akan tinggi sehingga para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sendi Gusnandar Arnan, dan Shinta Dewi Herawati (2011), dan Rescyana Putri Hutami (2012) yang menyatakan bahwa variabel *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Begitupun hasil penelitian menurut Astri Wulandari dan Iin Indarti (2011) yang menyatakan bahwa variabel *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan terhadap harga saham..

4.2.3 Pengaruh *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* Secara Simultan Terhadap Harga Saham

Hal ini berarti *Earning Per Share* (EPS) dan *Net Profit Margin* (NPM) dapat mempengaruhi harga saham. Dengan pengaruh yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis variabel *Earning Per Share* (EPS) dan *Net Profit Margin* (NPM) secara simultan terhadap harga saham dapat digeneralisasikan/diberlakukan umum pada anggota populasi secara keseluruhan. Besar pengaruh *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* terhadap harga saham pada penelitian ini yaitu sebesar 87,8% dengan arah yang positif. Artinya sebesar 87,8% variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* dapat meningkatkan harga saham pada perusahaan periklanan,

percetakan, dan media, sedangkan sisanya sebesar 12,2% merupakan pengaruh faktor lain selain *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* seperti faktor fundamental emiten, permintaan dan penawaram, tingkat suku bunga, valuta asing, dana asing, indeks harga saham, dan rumors (Ali Arifin, 2004:116).

Berdasarkan uji t, secara simultan variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* memiliki pengaruh yang signfikan terhadap harga saham pada perusahaan periklanan, percetakan, dan media terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Begitupun hasil hipotesis menjukan bahwa dapat dilihat nilai F_{hitung} untuk variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* terhadap harga saham yaitu sebesar 97,347, yaitu berada pada daerah penolakan H_0, hal tersebut berarti bahwa *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Pengaruh yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa hasil uji hipotesis variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* secara simultan terhadap harga saham dapat digeneralisasikan atau diberlakukan umum pada anggota populasi secara keseluruhan.

BAB V
Kesimpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan mengenai pengaruh *EarningPer Share* dan *Net Profit Margin* terhadap harga saham pada perusahaan sektor periklanan, percetakan, dan media yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2007 hingga tahun 2012, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. *Earning Per Share* berpengaruh signifikan positif terhadap harga saham. Besar pengaruh *Earning Per Share* terhadap harga saham yaitu sebesar 38,2%. Terdapat kecenderungan hubungan positif yang kuat antara *Earning Per Share* dan harga saham, artinya semakin tinggi *Earning Per Share* suatu perusahaan maka akan mengakibatkan harga saham yang semakin tinggi pula. Meskipun pada tahun tertentu terjadi peningkatan pada *Earning Per Share* namun harga saham perusahaan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena investor tidak tertarik dengan peningkatan laba yang tidak disertai dengan peningkatan *return* kepada para investor sehingga minat investor berkurang terhadap harga saham perusahaan.

Selain *Earning Per Share* terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi harga saham seperti *Net Profit Margin, Price Earning Ratio, Return On Asset* dan *Return On Equity.*

2. *Profit Margin* berpengaruh signifikan positif terhadap harga saham. Besar pengaruh *Net Profit Margin* terhadap harga saham yaitu sebesar 18,3%. Terdapat kecenderungan hubungan positif yang cukup kuat antara *Net Profit Margin* dan harga saham, artinya semakin tinggi *Net Profit Margin* suatu perusahaan maka akan mengakibatkan harga saham yang semakin tinggi pula. Meskipun pada tahun tertentu *Net Profit Margin* cenderung mengalami kenaikan akan tetapi tidak membuat harga saham suatu perusahaan ikut naik pula. Hal tersebut diakibatkan terdapat faktor lain yang dilihat investor misalnya seperti faktor fundamental emiten, permintaan dan penawaran, tingkat suku bunga, valuta asing, dana asing, indeks harga saham, dan rumors. Maka dengan begitu permintaan investor terhadap saham perusahaan pun ikut menurun.
3. Variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* berpengaruh signifikan positif terhadap harga saham. Secara bersama-sama kedua variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* memberikan pengaruh sebesar 87,8% terhadap harga saham dengan arah hubungan positif yang sangat kuat. Hubungan yang positif antara kedua variabel *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* dengan harga saham menunjukan bahwa semakin besar *Earning Per Share* dan *Net Profit Margin* yang dihasilkan suatu perusahaan maka akan mengakibatkan kenaikan harga saham pada perusahaan tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan, dan uraian simpulan yang telah dibahas sebelumnya, maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan terus meningkatkan *Earning Per Share* salah satunya dengan menghasilkan laba yang tinggi, agar mampu memberikan *return* sesuai dengan yang diharapkan investor sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi dan mengakibatkan peningkatan harga saham perusahaan. Oleh karena itu *Earning Per Share* dapat dijadikan sebagai referensi bagi investor untuk pengambilan keputusan atas harga saham. Namun masih adanya pengaruh lain selain *Earning Per Share*

terhadap harga saham, maka investor perlu juga mempertimbangkan *Earning Per Share* untuk memperoleh harga saham yang tinggi.

2. Sebaiknya perusahaan meningkatkan *Net Profit Margin* salah satunya dengan cara menunjukkan kinerja perusahaan yang produktif untuk memperoleh laba yang tinggi melalui tingkat penjualan tertentu serta kemampuan perusahaan yang baik dalam menekan biaya – biaya operasionalnya, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga permintaan akan saham perusahaan tersebut meningkat yang otomatis diikuti dengan naiknya harga saham tersebut.
3. Perusahaan perlu memperhatikan nilai harga saham perusahaan karena harga saham merupakan faktor utama yang dapat menambah minat investor dalam berinvestasi pada suatu perusahaan. Salah satunya dengan cara meningkatkan laba per lembar saham, tingkat bunga, jumlah kas dividen yang diberikan, jumlah laba yang didapat perusahaan, dan tingkat resiko dan pengembalian. Karena jika harga saham suatu perusahaan tinggi maka kepercayaan investor terhadap harga saham pun semakin tinggi. Untuk meningkatkan harga saham dapat dilakukan dengan cara meningkatkan laba per lembar saham, melakukan pembayaran deviden, tingkat suku bunga yang menurun akan meningkatkan harga saham karena bunga merupakan biaya yang dapat mengurangi laba perusahaan.