BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 *Net Profit Margin* (NPM)

2.1.1.1 Pengertian *Net Profit Margin*

Menurut Kasmir (2013:200), *Net Profit Margin* (NPM) sebagai berikut :

"*Net Profit Margin* atau margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan".

Agus Sartono (2013:123), mendefinisikan *Net Profit Margin* (NPM) sebagai berikut :

"*Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan yang sudah dikurangi seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan".

Alexandri (2008:200), menyatakan *Net Profit Margin* (NPM) adalah :

"*Net Profit Margin* adalah rasio yang digunakan untuk menunjukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih setelah dipotong pajak".

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) merupakan perbandingan antara laba bersih setelah dipotong pajak dengan penjualan. Rasio ini menginterpretasikan tingkat efisiensi perusahaan, yakni sejauh mana kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya operasionalnya pada periode tertentu. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk

memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat, dengan pengertian lain, tingkat pengembalian tinggi.

Jadi NPM adalah indikator seberapa besar laba bersih dari setiap rupiah pendapatan. *Net profit margin* yang tinggi tidak hanya sekedar menunjukan kekuatan bisnis tetapi juga semangat yang kuat pihak manajemen untuk melakukan kontrol terhadap biaya. Dengan demikian perusahaan tersebut memiliki efisiensi yang tinggi dan juga berarti menunjukan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi dari penjualannya.

2.1.1.2 Perhitungan *Net Profit Margin*

Menurut Agus Sartono (2013:123) *Net Profit Margin* (NPM) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} x100\%$$

2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

2.1.2.1 Pengertian Rasio Pertumbuhan

Pengertian rasio pertumbuhan menurut Kasmir (2013:114):

> "Rasio pertumbuhan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Dalam rasio pertumbuhan yang dianalisis adalah pertumbuhan penjualan, laba bersih, pendapatan per saham dan dividen per saham".

Menurut Sofyan (2013:301):

"Rasio pertumbuhan (*growth*) menggambarkan presentasi pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ke tahun".

Irham Fahmi (2012:121) menyatakan bahwa :

"Rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum".

2.1.2.2 Pertumbuhan Penjualan

Menurut Amstrong (2012:327), pertumbuhan penjualan adalah:

"Perubahan penjualan per tahun. Pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk".

Menurut Van Horne dan Wachowicz (2013:122) bahwa pertumbuhan penjualan:

"Tingkat stabilitas jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap periode tahun buku. Pertumbuhan penjualan yaitu peningkatan dari segi jumlah, produktivitas perusahaan untuk menjual produknya dari tahun sebelumnya".

Menurut Swastha dan Handoko (2011:98):

> "Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan/atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan".

Pertumbuhan penjualan adalah perubahan penjualan pada laporan keuangan per tahun. Pertumbuhan penjualan mencerminkan prospek perusahaan

dan profitabilitas di masa yang akan datang. Apabila profitabilitas perusahaan meningkat maka pertumbuhan penjualan pun akan meningkat dan kinerja perusahaan semakin baik, karena dengan semakin meningkatnya profitabilitas perusahaan, semakin meningkat pula laba suatu penjualan yang dapat mendorong peningkatan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun.

Menurut Horne (2013:122) tingkat pertumbuhan penjualan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$g = \frac{S1-S0}{S0} \text{ x}100\%$$

Keterangan :

g = *Growth Sales Rate* (tingkat pertumbuhan penjualan)

S1 = *Total Current Sales* (total penjualan selama periode berjalan)

S0 = *Total Sales For Last Period* (total penjualan periode yang lalu)

2.1.3 Saham

2.1.3.1 Pengertian Saham

Eduardus Tandelilin (2012:81) mendefinisikan saham sebagai berikut:

> "Saham merupakan surat bukti kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham. Dengan memiliki saham suatu perusahaan, maka investor akan mempunyai hak terhadap pendapatan dan kekayaan perusahaan, setelah dikurangi dengan pembayaran semua kewajiban perusahaan".

Menurut Irham Fahmi (2012:81) saham adalah :

a. Tanda bukti penyertaan kepemilikan modal/dana pada suatu perusahaan.
b. Kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya.
c. Persediaan yang siap untuk di jual.

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:5) saham yaitu:

> "Sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseorangan terbatas. Wujud saham adalah selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang ditanamkan di perusahaan tersebut".

Menurut Sunariyah (2011:126-127) saham sebagai berikut:

> "Surat berharga yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) atau yang biasa disebut emiten. Saham menyatakan bahwa pemilik saham tersebut adalah juga pemilik sebagian dari perusahaan tersebut".

Sedangkan Bambang Riyanto (2013:240) mendefinisikan:

> "Saham adalah tanda bukti pengembalian bagian atau peserta dalam perseroan terbatas, bagi yang bersangkutan, yang diterima dari hasil penjualan sahamnya akan tetapi tertanam di dalam perusahaan tersebut selama hidupnya, meskipun bagi pemegang saham sendiri bukanlah merupakan peranan permanen, karena setiap waktu pemegang saham dapat menjual sahamnya".

Berdasarkan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa saham adalah surat berharga dalam bentuk kertas yang memiliki nilai nominal, nama perusahaan dan diikuti dengan hak dan kewajiban pemegangnya.

2.1.3.2 Jenis-Jenis Saham

Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:6-7) jenis-jenis saham diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Jenis saham dilihat dari segi kemampuan dalam hak tagih atau klaim dibedakan menjadi:
   a. Saham biasa: saham yang menampatkan pemiliknya paling yunior terhadap pembagian dividen, hak atas kekayaan perusahaan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.
   b. Saham preferen: saham yang memiliki karakteristik gabungan antara obligasi dan saham biasa, karena bisa menghasilkan pendapatan tetap

(seperti bunga obligasi), tetapi juga bisa tidak mendatangkan hasil seperti yang dikehendaki investor. Saham preferen dipandang sebagai surat berharga dengan pendapatan tetap.

2. Jenis saham dilihat dari segi cara peralihannya dibedakan menjadi:
   a. Saham atas unjuk: pada saham tersebut tidak tertulis nama pemiliknya agar mudah dipindahtangankan dari satu investor ke investor lainnya. Secara hukum siapa yang memegang saham tersebut, maka dialah diakui sebagai pemiliknya dan berhak untuk ikut hadir dalam rapat umum pemegang saham.
   b. Saham atas nama: merupakan saham yang ditulis dengan jelas siapa nama pemiliknya, dimana cara peralihannya harus melalui prosedur tertentu.
3. Jenis saham dilihat dari segi kinerja perdagangan dibedakan menjadi:
   a. *Blue-Chip Stock*: saham biasa dari suatu perusahaan yang memiliki reputasi tinggi, sebagai leader di industri sejenis, memiliki pendapatan yang stabil dan konsisten dalam mebayar dividen.
   b. *Income Stock*: saham dari suatu emiten yang memiliki kemampuan membayar dividen lebih tinggi dari rata-rata dividen yang dibayarkan pada tahun sebelumnya. Emiten seperti ini biasanya mampu menciptakan pendapatan yang lebih tinggi dan secara teratur membagikan dividen tunai. Emiten ini tidak suka menelan laba dan tidak mementingkan potensi pertumbuhan harga saham.
   c. *Growth Stock*: saham-saham dari emiten yang memilki pertumbuhan pendapatan yang tinggi, sebagai leader di industri sejenis yang mempunyai reputasi tinggi. Selain itu terdapat juga *growth stocks* yaitu saham dari emiten yang tidak sebagai leader dalam industri namun memiliki ciri *growth stock*. Umumnya saham ini berasal dari daerah dan kurang populer di kalangan emiten.
   d. *Speculative Stock*: saham suatu perusahaan yang tidak bisa secara konsisten memperoleh penghasilan dari tahun ke tahun, akan tetapi mempunyai kemungkinan penghasilan yang tinggi di masa mendatang, meskipun belum pasti.
   e. *Counter Cyclical Stock*: saham yang tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi makro maupun situasi bisnis secara umum. Pada saat resesi ekonomi, harga saham ini tetap tinggi, di mana emitennya mampu memberikan dividen yang tinggi sebagai akibat dari kemampuan emiten dalam memperoleh penghasilan yang tinggi pada masa resesi. Emiten ini biasanya bergerak dalam produk yang sangat dan selalu dibutuhkan masyarakat seperti rokok dan *consumer goods*.

2.1.4 Harga Saham

2.1.4.1 Pengertian Harga Saham

Pengertian harga saham menurut Darmadji & Fakhrudin (2012:102) adalah:

> "Harga yang terjadi di bursa pada waktu tertentu. Harga saham bisa berubah naik atau pun turun dalam hitungan waktu yang begitu cepat. Ia dapat berubah dalam hitungan menit bahkan dapat berubah dalam hitungan detik. Hal tersebut dimungkinkan karena tergantung dengan permintaan dan penawaran antara pembeli saham dengan penjual saham".

Menurut Sutrisno (2010:355):

"Harga saham adalah nilai saham yang terjadi akibat diperjualbelikan saham tersebut di pasar sekunder".

Sedangkan menurut Jogiyanto (2010:167):

"Harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal".

2.1.4.2 Penilaian Harga Saham

Menurut Darmadji dan Fakhrudi (2012:102), selembar saham mempunyai nilai atau harga dan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu :

1. Harga Nominal
   Harga nominal merupakan nilai yang tertera pada lembaran surat saham yang besarnya ditentukan dalam Anggaran Dasar Perusahaan. Harga nominal sebagian besar merupakan harga dugaan yang rendah, yang secara arbitrer dikenakan atas saham perusahaan. Harga ini berguna untuk menentukan harga "saham biasa yang dikeluarkan". Besarnya harga nominal memberikan arti penting saham karena dividen minimal biasanya ditetapkan berdasarkan nilai nominal.

2. Harga Perdana
   Harga ini merupakan harga yang dicatat pada bursa efek. Harga saham pada pasar perdana biasanya ditetapkan oleh penjamin emisi (underwriter) dan emiten. Dengan demikian, akan diketahui berapa harga saham emiten itu akan dijual kepada masyarakat biasanya untuk menentukan harga perdana.
3. Harga Pasar
   Harga ini merupakan harga yang ditetapkan di bursa efek bagi saham perusahaan publik atau estimasi harga untuk perusahaan yang tidak memiliki saham. Dalam bursa saham, angka ini berubah setiap hari sebagai respon terhadap hasil aktual atau yang diantisipasi dan sentimen pasar secara keseluruhan atau sektoral sebagaimana tercermin dalam indeks bursa saham. Hal itu juga menunjukkan bahwa tujuan utama manajemen adalah menjamin harga sebaik mungkin dalam kondisi apapun.

Menurut Irham Fahmi (2012:87) ada beberapa kondisi dan situasi yang menentukan suatu saham itu akan mengalami fluktuasi, yaitu:

a. Kondisi mikro dan makro ekonomi;
b. Kebijakan perusahaan dalam memutuskan untuk ekspansi (perluasan usaha), seperti membuka kantor cabang (*branch office*), kantor cabang pembantu (*sub branch office*) baik yang dibuka di domestik maupun luar negeri;
c. Pergantian direksi secara tiba-tiba;
d. Adanya direksi atau pihak komisaris perusahaan yang terlibat tindak pidana dan kasusnya sudah masuk ke pengadilan;
e. Kinerja perusahaan yang terus mengalami penurunan dalam setiap waktunya;
f. Risiko sistematis, yaitu suatu bentuk risiko yang terjadi secara menyeluruh dan telah ikut menyebabkan perusahaan ikut terlibat;
g. Efek dari psikologi pasar yang ternyata mampu menekan kondisi teknikal jual beli saham.

Untuk melakukan analisis dan memilih saham terdapat dua pendekatan dasar yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal menurut Darmadji & Fakhrudin (2012:149) adalah sebagai berikut:

1. Analisis Fundamental, merupakan salah satu cara untuk melakukan penilaian saham dengan mempelajari atau mengamati berbagai indikator yang terkait dengan kondisi makro ekonomi dan kondisi industri suatu perusahaan hingga berbagai indikator keuangan dan manajemen perusahaan. Dengan demikian, analisis fundamental merupakan analisis yang berbasis pada berbagai data riil untuk mengevaluasi atau memproyeksi nilai suatu saham. Beberapa data atau indikator yang umum digunakan, antara lain: pendapatan laba, pertumbuhan penjualan, imbal hasil atau pengembalian atas ekuitas (*return on equity*), margin laba (*profit margin*), dan data-data keuangan lainnya sebagai sarana

untuk menilai kinerja perusahaan dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang.

2. Analisis Teknikal, merupakan salah satu metode yang digunakan untuk penilaian saham, dimana dengan metode ini para analis melakukan evaluasi saham berbasis pada data-data statistik yang dihasilkan dari aktivitas perdagangan saham, seperti harga saham dan volume transaksi. Dengan berbagai grafik yang ada serta pola-pola grafik yang terbentuk, analisis teknikal mencoba memprediksi arah pergerakan harga saham ke depan. Analisis teknikal atau sering disebut chartist percaya bahwa perkembangan atau kinerja saham dan pasar di masa lalu merupakan cerminan kinerja ke depan. Dengan perkataan lain, mereka percaya "sejarah akan berulang kembali".

Tetapi menurut Pandji Anoraga dan Piji Pakarti (2009:65) menyatakan bahwa analisis fundamental mengandung kelemahan diantaranya :

1. Informasi dan analisis yang digunakan mempunyai kemungkinan tidak tepat;
2. Estimasi nilai bisa salah karena harapan atau ekspansi dimana yang akan datang tidak bisa dibuktikan pada saat sekarang dengan kata lain angka-angka yang tepat akan dapat diperoleh dari data yang belum pasti;
3. Pasar yang mempunyai kemungkinan tidak memperbaiki kesalahan dan akibatnya tidak mencapai nilai yang ditaksirkan;
4. Pertumbuhan tidak memberikan arti yang sama setiap saat.

2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Menurut Agus Sartono (2013:9):

> "Harga saham terbentuk dipasar modal dan ditentukan oleh beberapa faktor seperti laba per lembar saham atau earning *per share*, rasio laba terhadap harga per lembar saham atau *price earning ratio*, tingkat bunga bebas risiko yang diukur dari tingkat bunga deposito pemerintah dan tingkat kepastian operasi perusahaan."

Menurut Weston dan Brigham (2011:26), faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham adalah :

1. Laba per saham (*earning per share*)
   Seorang investor yang melakukan investasi pada perusahaan akan menerima laba atas saham yang dimilikinya. Semakin tinggi laba per lembar saham (EPS) yang diberikan perusahaan akan memberikan pengembalian yang cukup membaik. Ini akan mendorong investor untuk melakukan investasi yang lebih besar lagi sehingga harga saham perusahaan akan meningkat.

2. Tingkat bunga
   Tingkat bunga dapat mempengaruhi harga saham dengan cara :
   a. Mempengaruhi persaingan di pasar modal antara saham dengan obligasi, apabila suku bunga naik maka investor akan menjual sahamnya untuk ditukarkan dengan obligasi. Hal ini akan menurunkan harga saham. Hal sebaliknya juga akan terjadi apabila tingkat bunga mengalami penurunan.
   b. Mempengaruhi laba perusahaan, hal ini terjadi karena bunga adalah biaya, semakin tinggi suku bunga maka semakin rendah laba perusahaan. Suku bunga juga mempengaruhi kegiatan ekonomi yang juga akan mempengaruhi laba perusahaan.
3. Jumlah kas dividen yang diberikan
   Kebijakan pembagian deviden dapat dibagi menjadi dua, yaitu sebagian dibagikan dalam bentuk deviden dan sebagian lagi disisihkan sebagai laba ditahan. Sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham, maka peningkatan pembagian deviden merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan dari pemegang saham karena jumlah kas deviden yang besar adalah yang diinginkan oleh investor sehingga harga saham naik.
4. Jumlah laba yang di dapat perusahaan
   Pada umumnya, investor melakukan investasi pada perusahaan yang mempunyai profit yang cukup baik karena menunjukan prospek yang cerah sehingga investor tertarik untuk berinvestasi, yang nantinya akan mempengaruhi harga saham perusahaan.
5. Tingkat resiko dan pengembalian.
   Apabila tingkat resiko dan proyeksi laba yang diharapkan perusahaan meningkat maka akan mempengaruhi harga saham perusahaan. Biasanya semakin tinggi resiko maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian saham yang diterima.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

2.2.1.1 Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Harga Saham

Berkaitan dengan pengaruh antara *Net Profit Margin* (NPM) dan harga saham dikemukakan oleh Eduardus Tandelilin (2012:236) yang berpendapat bahwa:

“Jika NPM perusahaan tinggi maka pengembalian investasi perusahaan akan tinggi sehingga para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan”.

Menurut Indra Bastian dan Suharjdono (2006:299) bahwa :

> "Semakin besar NPM 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 meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga permintaan akan saham perusahaan tersebut meningkat yang otomatis diikuti dengan naiknya harga saham tersebut".

Adapun menurut hasil penelitian Paulsen William (2012) menunjukkan bahwa variabel ROA, ROE, NPM, dan EPS berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada bank swasta nasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Begitu pula berdasarkan penelitian Edduar Hendri (2015) menunjukkan variabel NPM berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Dari pendapat para pakar diatas, laba yang diwakili NPM mempunyai korelasi positif terhadap harga saham. Analisis ini dapat dijelaskan sebagai berikut: apabila NPM naik mengindikasikan laba perusahaan meningkat, dan investor akan tertarik dengan kenaikan laba bersih perusahaan, maka akibatnya permintaan saham perusahaan tersebut akan meningkat sehingga akan menaikan harga saham karena jumlah permintaan saham tersebut lebih besar dibandingkan jumlah penawarannya. Begitu juga sebaliknya, apabila laba menurun, akan menyebabkan permintaan saham turun yang akhirnya harga saham juga akan turun.

2.2.1.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham

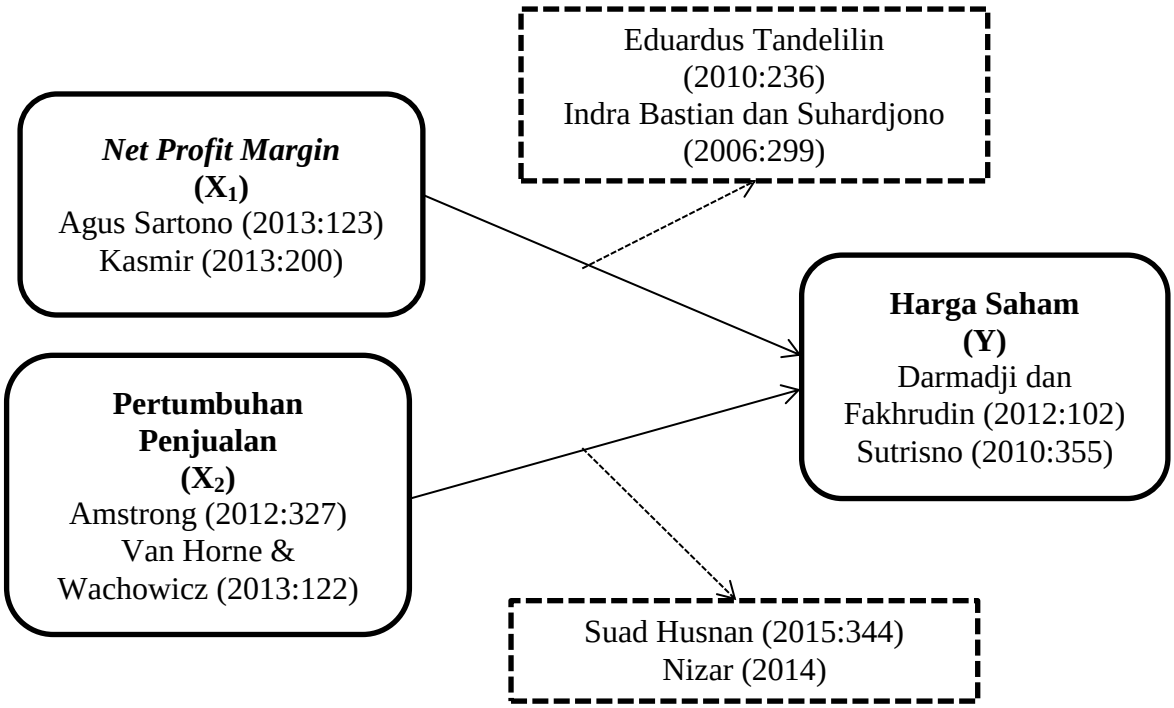
Volume penjualan menunjukkan seberapa produktif suatu perusahaan dan juga keberhasilan dalam pemasaran. Volume penjualan yang meningkat ini juga adalah sebuah pertumbuhan penjualan yang dialami perusahaan tersebut. Semakin besar volume penjualan, maka semakin besar pula kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan atau mengalami pertumbuhan laba perusahaan yang akan meningkatkan return yang akan diterima dan tentu saja hal ini akan membuat investor semakin percaya akan kemampuan emiten dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Dengan meningkatnya kepercayaan investor, maka permintaan akan saham akan meningkat dan harga saham pun juga ikut naik. Dengan naiknya harga saham, maka akan terjadi *capital gain* yang meningkatkan return saham. Demikian pula sebaliknya, jika volume penjualan menurun, maka akan mengakibatkan menurunnya return yang diterima (Nizar, 2014).

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun. Jika pertumbuhan penjualan per tahun selalu naik maka perusahan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan demikian kenaikan harga saham proporsional dengan pertumbuhan penjualan (Husnan 2015:344). Oleh karena itu sebelum investor memutuskan untuk membeli saham, investor perlu juga melihat bagaimana pertumbuhan penjualan suatu emiten.

Adapun menurut hasil penelitian Dina Agustina (2012) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga saham di Bursa Efek Indonesia.

Begitu juga dengan penelitian Darwis Harahap (2016) menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif pada harga saham Jakarta Islamic Index.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap harga saham. Analisis ini dapat dijelaskan sebagia berikut: karena pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa semakin besar volume penjualan maka laba yang akan dihasilkan pun akan meningkat pula sehingga dengan laba yang tinggi, para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, harga saham pun akan ikut naik. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014:64) hipotesis adalah:

"Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan".

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka peneliti berasumsi mengambil keputusan sementara (hipotesis) sebagai berikut :

H_1: *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap harga saham.

H_2: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap harga saham.