

Pengaruh Faktor *Sales Growth*, *Firm Size*, Dan Nilai Kapitalisasi Pasar Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020- 2022

Yuyun Dwi Lailliyah¹, Muhammad Mudhofar², Retno Cahyaningati³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia

Email: yuyundwilailiyah@gmail.com¹, muhammadmudhofar19gmail.com², retnocahyaningati95@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 6
Nomor 4
Bulan Juni
Tahun 2024
Halaman 320-328

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk melaksanakan pengujian serta analisis dari pengaruh *sales growth*, *firm size*, nilai kapitalisasi pasar terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Metodologi penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan 177 perusahaan yang dijadikan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informasi yang dikumpulkan bervariasi mengenai rasio dan berasal dari catatan keuangan perusahaan manufaktur. Untuk mengevaluasi data, digunakan analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian menunjukkan bagaimana nilai kapitalisasi pasar, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan mempengaruhi *return* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. *Sales growth* berpengaruh terhadap *return* saham artinya meningkatnya pendapatan suatu perusahaan akan menunjukkan dampak berupa keuntungan yang didapat oleh perusahaan sehingga *return* saham yang diterima investor akan ikut mengalami peningkatan. *Firm size* berpengaruh terhadap *return* saham karena ukuran perusahaan yang besar menunjukkan nilai asset yang tinggi sehingga dapat memberikan *return* saham yang besar terhadap investor. Kapitalisasi pasar mempengaruhi *return* saham, tingginya kapitalisasi pasar akan menunjukan potensi pertumbuhan perusahaan yang lebih tinggi pula serta mampu memberi dampak berupa *return* saham dengan risiko yang rendah, serta dapat meningkatkan minat investor sehingga ketika harga saham naik maka akan memberikan *return* saham yang tinggi.

Kata Kunci: *Sales Growth*, *Firm Size*, Nilai Kapitalisasi Pasar, *Return Saham*

ABSTRACT

The aim of this research is to carry out testing and analysis of the influence of sales growth, firm size, market capitalization value on stock returns in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022. This study's methodology is quantitative in nature, with 177 companies sampling using a purposive sample technique. The information gathered is of the ratio variety, and it comes from manufacturing

companies' financial record. Multiple linear regression analysis was used for data analysis. To evaluate the data, multiple linear regression analysis was used. The study's findings demonstrate how market capitalization value, firm size, and sales growth affect retruns for manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange between 2020 and 2022. Sales growth affects stock retardation, meaning that an increase in a company's revenue will show an impact in the form of profits obtained by the company so that the stock retribution received by investors will also increase. Firm size affects stock retribution because the large size of the company shows a high asset value so that it can provide a large stock retribution to investors. Market capitalization affects stock returns, high market capitalization will show the company's growth potential is also higher and able to have an impact in the form of stock returns with low risk, and can increase investor interest so that the stock price is relatively high which will later provide high stock returns.

Keywords: Sales Growt, Firm Size, Market Capitalization Value, Stock Retrums

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian dimasa globalisasi sekarang semakin meningkat dan berkembang, seiring dengan perkembangan saham yang semakin banyak diminati. Pasar modal yang terdapat di Indonesia pada masa ini terus menunjukkan proses perkembangan dengan dibuktikannya dari pertambahan perusahaan yang telah didaftarkan pada Bursa Efek Indonesia. *Go public* ialah satu dari beberapa metode perusahaan yang sedang berkembang untuk memperoleh modal lain yang digunakan dalam pembiayaan proses pengembangan usahanya sehingga dana yang didapatkan dari perusahaan *go public* selain dimanfaatkan dalam ekspansi, juga dimanfaatkan dalam peningkatan posisi keuangan untuk menambah kekuatan struktur permodalan. Menurut Brigham & Houston (2006) perbedaan yang ditunjukkan diantara jumlah yang dikeluarkan dalam investasi dengan jumlah yang diperoleh, dilakukan pembagian dengan jumlah yang dikeluarkan untuk investasi disebut dengan *return* saham atau tingkat pengembalian.

Sales growth (pertumbuhan penjualan) ialah kepiawaian perusahaan untuk meningkatkan nilai jual produk dari periode sebelumnya. *Sales growth* perusahaan selama periode waktu tertentu mampu dilakukan perhitungan dengan memanfaatkan rasio pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mampu menjadi tolak ukur pertumbuhan pada masa depan dan juga memberikan gambaran tingkat keberhasilan upaya sebelumnya menurut (Andriyanto, 2015). Karena perolehan pangsa pasar merupakan ciri pertumbuhan penjualan, maka hal ini mempunyai dampak strategis terhadap organisasi menurut Cahyaningati et al(2022). Penelitian yang dilakukan oleh Susanto Salim (2020), Handayani & Destriana Nicken (2021), Maramis Nor Norisanti, Kokom Komariah (2021) menyatakan bahwa *sales growth* mempunyai pengaruh terhadap *return* saham. Sedangkan penelitian Fakhruddin & Wulandari (2022), Kristiawan (2023) mengklaim bahwa *return* saham tidak dipengaruhi oleh variabel pertumbuhan penjualan.

Brigham & Houston (2015) memberikan pernyataan mengenai ukuran perusahaan mengacu pada dimensi bisnis secara keseluruhan, yang dapat dikategorikan dalam beberapa cara seperti total aset, ekuitas, dan pendapatan. Menurut Wasik, Paramita, & Mudhofar (2022) bahwa ukuran perusahaan

mengacu pada ukuran bisnis yang ditentukan oleh sejumlah variabel termasuk penjualan bersih, kapitalisasi pasar dan total aset.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanty & Elvin, 2018, Maramis Nor Norisanti, Kokom Komariah (2021), menyatakan bahwa variabel *firm size* berpengaruh terhadap *return* saham. Sedangkan penelitian (Susanto Salim, 2020, Wulan & Berlia, 2023) mengklaim bahwa *return* saham tidak dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan.

Nilai kapitalisasi pasar menurut Sri Wahyudi et al (2020), kapitalisasi pasar didefinisikan sebagai harga yang dijadikan nilai pasar suatu perusahaan yang mampu memberikan petunjuk akan pengedaran jumlah saham. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyudi, Beny, Daniel (2020), Niawaradila, Wiyono, & Maulida (2021) mengklaim bahwa *return* saham dipengaruhi oleh variabel kapitalisasi pasar. Sedangkan penelitian Fakhruddin & Wulandari (2022), Rahmanissa & Isyнуwardhana (2022) mengklaim bahwa *return* saham tidak dipengaruhi oleh variabel kapitalisasi pasar.

Adanya berbagai macam perbedaan pendapat dalam penelitian-penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya, dimana hasil penelitian terdahulu memberikan gambaran berupa ketidak konsistenan dengan yang lain. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Karena industri sebagai sector dengan sumbangsih terbesar pada ekspansi perekonomian Indonesia, sehingga industri manufaktur menjadi pusat perhatian investor dengan begitu lebih tepat digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat pengembalian saham. Maka peneliti menentukan judul untuk penelitian ini yaitu “Pengaruh Faktor *Sales Growth*, *Firm Size*, Dan Nilai Kapitalisasi Pasar Terhadap *Return* Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2022”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel non probabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) memenuhi syarat untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini: (1), Perusahaan manufaktur dengan laporan keuangan yang menggunakan mata uang rupiah (2), Perusahaan manufaktur yang memberikan publikasi terkait laporan keuangan secara berurutan dari periode 2020-2022 (3). Berdasarkan kriteria diatas maka populasi perusahaan ini sejumlah 264 perusahaan dengan sampel sebanyak 182 perusahaan. Sehingga total dalam 3 tahun yaitu sejumlah 546 sampel. Data rasio adalah jenis yang digunakan dan bersumber dari laporan keuangan perusahaan manufaktur. Penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *return* saham, sedangkan variabel bebas yaitu *sales growth*, *firm size*, nilai kapitalisasi pasar. dalam menganalisis hubungan antar variabel maka peneliti menggunakan alat uji berupa aplikasi SPSS. Metode analisis regresi berganda yang meliputi uji asumsi klasik dimana memuat uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas. Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan uji secara persial (uji t) dan determinasi koefisien

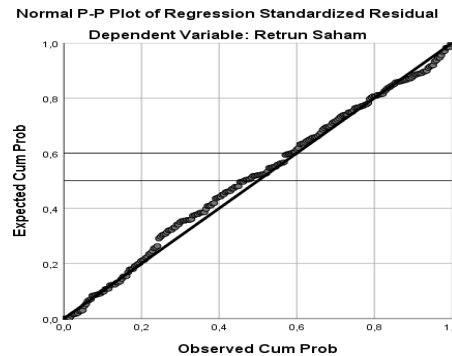
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Terdistribusi teratur atau tidaknya data dapat diketahui dengan bantuan uji normalitas. Dengan mempertimbangkan sebaran titik pada grafik dan uji kolmogorov- Smirnov, analisis garafik P-P normal dari plot regresi residu terstandar dapat digunakan untuk

menguji uji normalitas data. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka Untuk mendapatkan normalitas data langkah *screening* yang harus dilakukan yaitu mendeteksi adanya data outlier. Jumlah data setelah di outlier yaitu 177 sampel. Berikut ini hasil dari pengolahan data penelitian dengan 177 sampel.



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Data

Keterangan	Nilai Sig.	Kesimpulan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Normal

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 1 hasil pengolahan data dengan memanfaatkan spss setelah dilakukan outlier menunjukkan nilai signifikan 0,20 yang artinya lebih dari 0,05 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Maka asumsi normalitas variabel *sales growth*, *firm size*, nilai kapitalisasi pasar dan *return* saham terpenuhi

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Gunawan (2017) Uji Multikolinearitas merupakan syarat untuk keseluruhan pengujian hipotesis kasualitas atau regresi.

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Sales Growth	0,986	1,014	Tidak terjadi multikolinieritas
Firm Size	0,507	1,972	Tidak terjadi multikolinieritas
Nilai Kapitalisasi Pasar	0,512	1,953	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 2 hasil uji multikolinieritas menggambarkan bahwa *Sales growth* menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,986 yaitu lebih dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,014 yang kurang dari 10, sehingga data tersebut dikatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. *Firm Size* menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,507 yaitu lebih dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,972 yang kurang dari 10, sehingga data tersebut dikatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Nilai Kapitalisasi Pasar menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,512 yaitu lebih dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,953 yang kurang dari 10, sehingga tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melakukan pengujian pada model regresi mengenai ditemukan atau tidaknya korelasi antar variabel bebas, pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Berikut hasil dari uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi menggunakan kriteria Durbin-Watson

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	2,085	Tidak terjadi gejala autokorelasi

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 uji autokorelasi didapat nilai Durbin-Watson hitung sebesar 2,085 dengan $k=3$ dimana k merupakan jumlah variabel bebas yang digunakan. Oleh karena itu didapat :

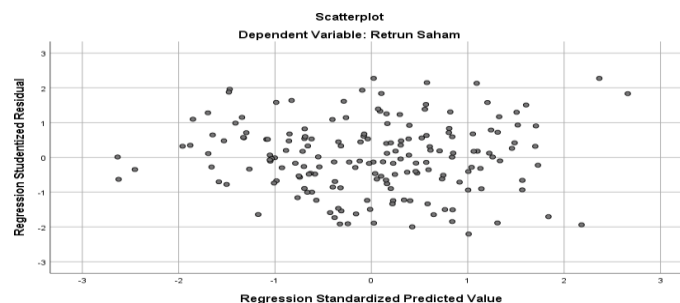
$du = 1,7886$ sehingga didapat $4 - du = 4 - 1,7886 = 2,2114$

$dl = 1,7197$ sehingga didapat $4 - dl = 4 - 1,7197 = 2,2803$

Nilai Durbin-Watson sebesar 2,085 terletak diantara 1,7886 dan 2,2114 dengan kriteria tidak ada autokorelasi. Sehingga disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono & Susanto (2015) Uji heterokedastisitas untuk mengetahui variabel penganggu dalam persamaan regresi untuk menentukan varians



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Pada gambar 2 hasil uji heterokedastisitas menggambarkan bahwa nilai residual tidak membentuk pola tertentu dan tidak membentuk garis tertentu sehingga terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda memiliki kegunaan untuk melakukan pengujian analisis mengenai pengaruh dua ataupun lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat

Tabel 4
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	,294
Sales Growth	,100

Firm Size	,013
Nilai Kapitalisasi Pasar	2,297E-14

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 4 hasil yang diperoleh ketika melakukan pengujian analisis linier berganda di atas mampu dituliskan model analisis linier bergandanya yaitu

$$Y=0,294+0,100 \text{ sales growth}+0,013 \text{ firm size}+2,297 \text{ nilai kapitalisasi pasar}$$

Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono & Susanto (2015) Pengujian hipotesis merupakan peluang yang digeneralisasikannya data pengukuran sampel untuk populasi. Jenis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t.

Tabel 5 Hasil Uji t

Model	T	Sig.	Kesimpulan
<i>Sales Growth</i>	4,455	0,000	Berpengaruh
<i>Firm Size</i>	2,115	0,036	Berpengaruh
Nilai Kapitalisasi Pasar	2,506	0,013	Berpengaruh

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 5 mengenai hipotesis pertama sampai hipotesis ketiga yang dijelaskan bahwa uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel *sales growth* sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 maka *sales growth* berpengaruh terhadap *return saham*. Variabel *firm size* sebesar 0,036 lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 maka *firm size* berpengaruh terhadap *return saham*. Variabel nilai kapitalisasi pasar sebesar 0,013 lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 disimpulkan bahwa nilai kapitalisasi pasar berpengaruh terhadap *return saham*.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki kegunaan untuk digunakan sebagai alat ukur baik ataupun tidaknya kemampuan variabel independen dapat memberikan penjelasan atas variabel dependennya Koefisien determinasi mampu diketahui dari nilai R Square. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	0,125

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 6 hasil koefisien determinasi pada nilai *R Square* sebesar 12,5%. Dapat disimpulkan bahwa *sales growth*, *firm size* dan nilai kapitalisasi pasar bisa mempengaruhi *return saham* sebesar 12,5%, sedangkan sisanya sebanyak 87,5% dipengaruhi variabel lain seperti rasio profitabilitas antara lain profit margin, to total aset (ROA), return to equiti (ROE)

PEMBAHASAN

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap *Return Saham*

Temuan uji SPSS 26 menunjukkan bahwa *return saham* dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, hal ini disebabkan karena semakin tinggi penjualan maka *return saham* semakin baik, dibuktikan

dari adanya perusahaan manufaktur PT Semator Indo Gas Tbk, PT Alkindo Industrindo Tbk, PT Saranacentral Bajatama Tbk, yang mengalami peningkatan penjualan pada tahun 2020-2021 dan beberapa perusahaan lainnya seperti PT Lautan Luas Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, PT Millennium Pharmacon Internati yang mengalami peningkatan pendapatan selama 3 tahun. Peningkatan ini dapat mempengaruhi retribusi saham, sehingga perusahaan yang dapat memberikan retribusi saham dengan baik akan menarik investor untuk menanamkan modalnya. Maka strategi penjualan sangat penting untuk meningkatkan pendapatan suatu perusahaan.

Ketika sales growth terjadi peningkatan maupun penurunan akan mempengaruhi return saham. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Maramis et al., (2021) yang mengatakan sales growth mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap return saham. Namun penelitian sebelumnya yang dilakukan (Fakhrudin & Wulandari, 2022) yang menyatakan bahwa return saham tidak terpengaruh oleh *sales growth*.

Pengaruh Firm Size Terhadap Return Saham

Temuan uji SPSS 26 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi return saham karena perusahaan yang lebih besar memiliki return saham yang lebih tinggi berdasarkan total aset, total penjualan semakin mempengaruhi return saham, dibuktikan dari adanya perusahaan manufaktur PT SMART Tbk yang terintegrasi dan terkemuka di Indonesia merupakan salah satu perusahaan produk berbasis kelapa sawit. Didapat nilai firm size pada perusahaan SMAR di tahun 2020 yaitu 17,3716 dengan return saham 0,0024, di tahun 2021 yaitu 17,5129 dengan return saham 0,0506 dan pada tahun 2022 yaitu 17,5673 dengan return 0,1353. Meskipun pada tahun 2022 terjadi inflasi tetapi hasil rata-rata dari tahun 2020-2022 menunjukkan bahwa kondisi dan posisi aset perusahaan dari periode sebelumnya mengalami kenaikan sebesar 21% setelah itu bisnis tersebut diklaim dapat membiayai kebutuhannya dan memberikan keuntungan saham dengan tinggi sehingga ukuran perusahaan yang besar mengakibatkan meningkatnya permintaan sebuah saham. Hal ini menunjukkan bagaimana perubahan ukuran perusahaan akan berdampak pada return saham. Temuan ini memvalidasi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanty & Elvin, (2018) yang mengklaim bahwa return saham dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh ukuran perusahaan. Namun demikian, penelitian ini bertentangan dengan temuan sebelumnya yang dibuat oleh (Susanto Salim, 2020) yang menyatakan bahwa return saham tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

Pengaruh Nilai Kapitalisasi Pasar Terhadap Return Saham

Temuan uji SPSS 26 menunjukkan bahwa nilai kapitalisasi pasar mempengaruhi *return* saham disebabkan karena semakin tinggi kapitalisasi pasar semakin tinggi potensi pertumbuhan perusahaan dan dapat memberikan *return* saham dengan resiko yang rendah. Hal ini dibuktikan dari adanya perusahaan manufaktur selain memproduksi kramik, PT Cahayaputra Asa Keramik Tbk (CAKK) menawarkan layanan pengguna, dukungan teknis, dan inisiatif pemasaran baik untuk pasar domestik maupun luar negeri. Nilai kapitalisasi perusahaan CAKK pada tahun 2020 yaitu 62.571.611 dengan *return* saham -0,2571, di tahun 2022 yaitu 117.923.421 dengan *return* 0,8846 dan di tahun 2022 yaitu 243.066.644 dengan *return* 1,0612.

Nilai saham beredar dikenal sebagai kapitalisasi pasar. Investor akan mencari tingkat kapitalisasi pasar yang tinggi karena yakin perusahaan akan lebih stabil dan memiliki tingkat risiko yang lebih rendah. Dalam hasil penelitian ini didapat bahwa nilai kapitalisasi pasar berpengaruh terhadap *return* saham. Hal tersebut menunjukkan bahwa naik turunnya kapitalisasi pasar mempengaruhi *retribusi* saham. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sri Wahyudi et al., 2020) bahwa *return* saham dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kapitalisasi pasar. Meski demikian, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fakhrudin & Wulandari, 2022) yang mengklaim bahwa *return* saham tidak terpengaruh oleh kapitalisasi pasar

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh nilai kapitalisasi pasar, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada tahun 2020 hingga 2023 di BEI.. Penelitian ini memuat sampel sejumlah 177 perusahaan yang mempunyai data lengkap selama tiga tahun berturut-turut. Setelah itu, SPSS 26 digunakan untuk mengolah data dari BEI. Temuan penelitian menunjukkan bahwa bagi perusahaan manufaktur, *return* saham dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pertumbuhan penjualan antara tahun 2020 dan 2022, karena semakin tingginya penjualan semakin mempengaruhi *return* saham. Pada tahun 2020-2023 *return* saham perusahaan manufaktur dipengaruhi secara signifikan oleh variabel ukuran perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan berdasarkan total aset, total penjualan dikatakan mampu untuk membiayai kebutuhannya dan dapat memberikan *return* saham dengan tinggi sehingga naik turunnya *firm size* dapat mempengaruhi *return* saham. Pada era 2020-2023, variabel nilai kapitalisasi pasar akan berdampak besar terhadap *return* saham pada bisnis manufaktur. Hal ini dikarenakan investor akan mencari perusahaan dengan tingkat kapitalisasi pasar yang besar, karena mereka lebih mengantisipasi bahwa perusahaan tersebut akan stabil dan dapat memberikan *return* saham yang tinggi dengan tingkat resiko relatif kecil sehingga naik turunnya kapitalisasi pasar dapat mempengaruhi *return* saham

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto. (2015). pengaruh *return on asset*, *leverage*, *corporate governance*, dan *sales growth* terhadap *tax efficiency* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2012.
- Benu, F. L., & Benu, A. S. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian dan Lainnya. Prenamedia Group.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2015). Manajemen Keuangan. Jakarta: Erlangga.
- Cahyaningati, R., Lukiana, N., Wiyono, M. W., Kasno, Rizalus, S. M., & Juliasari, D. (2022). The Effect of Covid 19 on Company Performance in Manufacturing Companies in Indonesia. *Jurnal of Entrepreneurship and Business Development*, 05(01).
- Fakhrudin, A. N., & Wulandari, R. (2022). Pengaruh Laba Akuntansi, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Return Saham Pada Idx Perindustrian Tahun 2016-2020. *Jurnal Riset Akuntansi*, 17(2), 77–90.
- Gunawan. (2017). Pengantar Statistik Inferensial. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Handayani, N. D., & Destriana Nicken. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham. *Jurnal Akuntansi TSM*, 1(1), 13–24. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.3.78-89>
- Kristiawan, E. B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas Dan Sales Growth Terhadap Return Saham Pada Sektor Industrial. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(1), 1–22.
- Maramis, A., Norisanti, N., & Komariah, K. (2021). Analisis Pengaruh Firm Size dan Sales Growth Terhadap Return Saham. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(1), 542–549. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i1.2418>
- Mardiana, L., Nurastuti, P., & Rakhmat, A. (2023). The Influence Of Free Cash Flow, Firm Size, And Market Value Added (MVA) On Stock Return Pengaruh Free Cash Flow, Firm Size, Dan Market Value Added (MVA) Terhadap Return Saham. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2950–2959. Retrieved from <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Niawaradila, B., Wiyono, G., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Frekuensi Perdagangan, Volume Perdagangan, Dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur Yang

- Terdaftar Di Bei Periode 2016-2019. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 122–138. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i1.2078>
- Rahmanissa, L. A., & Isyнуwardhana, D. (2022). Pengaruh Earning Per Share, Price to Book Value, Volume Perdagangan Saham, dan Nilai Kapitalisasi Pasar terhadap Return Saham. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 216–226. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2493>
- Sri Wahyudi, A., Beny, & Daniel. (2020). Analisis Pengaruh Kapitalisasi Pasar Dan Rasio Keuangan Terhadap Return Saham. *Media Bisnis*, 12(1), 9–16. <https://doi.org/10.34208/mb.v12i1.875>
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel. Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Susanto Salim, C. (2020). Pengaruh Dividend Yield, Sales Growth, Firm Value, Firm Size Terhadap Return Saham. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 2(4), 1540–1549. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i4.9331>
- Susanty, & Elvin. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham.
- Wasik, H., Paramita, R. W. D., & Mudhofar, M. (2022). Pengaruh Hutang, Pajak dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Jurnal of Accounting*, 5, 100–109.
- Wulan, & Berlia. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham