

**PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN  
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar  
Pada Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh :  
**Dita Purwanti**  
**NIM.16.0101.0130**

**PRODI MAANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG  
2020**

**PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN  
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar  
Pada Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019)**

**Skripsi**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Magelang**

Disusun Oleh :  
**Dita Purwanti**  
**NIM.16.0101.0130**

**PRODI MAANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG  
2020**

# SKRIPSI

PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Dita Purwanti

NPM 16.0101.0130

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 27 Agustus 2020.....

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Drs. Dahli Suhadi, MM

Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji

Mulato Santosa, SE., M.Sc

Ketua

Drs. Dahli Suhadi, MM

Sekretaris

Muhammadianto, SE., M.Si

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal

07 SEP 2020

Dra. Maxlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertandatangan di bawahini:

Nama : Dita Purwanti  
NIM : 16.0101.0130  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN  
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar  
Pada Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 07 Agustus 2020

Pembuat Pernyataan



Dita Purwanti

16.0101.0130

## RIWAYAT HIDUP

**Nama** : Dita Purwanti  
**Jenis Kelamin** : Perempuan  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Temanggung, 04 Februari 1996  
**Agama** : Islam  
**Status** : Belum Menikah  
**Alamat Rumah** : Dusun Tanggung Rt 04, Rw 03,  
Tanjungsari, Tlogomulyo, Temanggung  
**Alamat Email** : Ditapurwanti196@gmail.com

### **Pendidikan Formal :**

**Sekolah Dasar** (2002-2008) : SD N 2 Mungseng kec. Temanggung  
**SMP** (2008-2011) : SMP N 1 Temanggung  
**SMA** (2011-2014) : SMK N 1 Temanggung  
**Perguruan Tinggi** (2016-2020) : S1 Program Studi Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Magelang

### **Pendidikan Non Formal :**

- *Basic Learning and Speaking Course* di UMMagelang Language Center
- Pelatihan Dasar Keterampilan Komputer di UPT Pusat Komputer UMMagelang

### **Pengalaman Organisasi :**

- Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai Pengurus (2018-2019)
- Himpunan Mahasiswa Manajemen (HMM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai Anggota (2017-2018)

Magelang, 07 Agustus 2020  
Pembuat Pernyataan



Dita Purwanti  
16.0101.0130

## **MOTTO**

*“Without a struggle, there can be no progress”*

*(Frederick Douglass)*

*Be miserable. Or motivate yourself. Whatever has to be done, it's always your  
choice”*

*(Wayne Dyer)*

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah  
selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang  
lainnya dan hanya kepada Allah-lah hendaknya kamu berhadap)”*

*(QS. Al-Insyirah: 6-7)*

## KATA PENGANTAR

*Assalammu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi berjudul **Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2019).**

Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala-kendala yang dihadapi. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Suliswiyadi M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Dra. Marlina Kurnia, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Muhdiyanto, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang
4. Drs. Dahli Suhaeli M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Mulato Santosa, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen.
6. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu kepada saya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi dan Bapak/Ibu Tata Usaha yang selalu membantu kegiatan Kuliah di Universitas Muhammadiyah Magelang.
7. Keluarga tercinta Bapak Amin Sudrajat, Ibu Warsiti, Kakak saya Andi Susanto dan Annisa Muftika, Adik saya Arrafi serta seluruh keluarga saya

yang senantiasa memberikan dukungan baik moril maupun materi serta doa yang tiada henti sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Sahabat–sahabat tersayang Dian Kartika, Susmita, Ardila, Eni Purwanti, Reni Widuri, Faridatul Rohmah, Widya Anissa, dan Dhea Siswa, serta teman - teman manajemen angkatan 2016 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Harapan dari penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan.

*Walaikumsalam wr.wb*

Magelang, 07 Agustus 2020

Peneliti



Dita Purwanti

NIM. 16.0101.0130



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	12
A. Telaah Teori.....	12
1. Teory signaling.....	12
2. Nilai Perusahaan.....	13
3. <i>Leverage</i> .....	15
4. Ukuran Perusahaan.....	16
5. Profitabilitas.....	17
B. Telaah Penelitian Terdahulu.....	19
C. Pengembangan Hipotesis.....	22
D. Kerangka Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
B. Data Penelitian.....	28
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variable.....	28
D. Uji Asumsi Klasik.....	30
E. Metode Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Penyajian Data.....	37
B. Uji Asumsi Klasik.....	40
C. Analisis dan Pembahasan.....	42
D. Uji Model.....	44

E. Uji Hipotesis.....	45
BAB V PENUTUP.....	51
A. Simpulan.....	51
B. Saran.....	52
C. Keterbatasan Penelitian.....	52
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Pengambilan Sampel.....	38
-----------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kinerja IHSG selama 10 Tahun Terakhir.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	26
Gambar 3. 1 Penerimaan Uji F.....	36
Gambar 3. 2Penerimaan Uji t.....	37
Gambar 4. 1 Hasil Uji F .....	46
Gambar 4. 2 Hasil Uji t <i>Leverage</i> .....	47
Gambar 4. 3Hasil Uji t Ukuran Perusahaan.....	48
Gambar 4. 4Hasil Uji t Profitabilitas.....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	DAFTAR SAMPEL PERUSAHAAN.....
Lampiran 2	HASIL TABULASI DATA.....
Lampiran 3	HASIL OUTPUT SPSS.....
Lampiran 4	TABEL DURBIN-WATSON N=36-70.....
Lampiran 5	TABEL F-Hitung.....
Lampiran 6	TABEL T-Hitung.....

## ABSTRAK

### **PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di Bursa Efek Indonesia(BEI)Periode 2017-2019)**

Oleh:

**Dita Purwanti  
NIM. 16.0101.0130**

Perusahaan sebagai suatu entitas ekonomi umumnya memiliki tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek adalah memperoleh laba secara maksimal, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data populasi penelitian sebanyak 155 perusahaan, dan diperoleh sampel sebanyak 48 perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Analisis Regresi Linier Berganda*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci : *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan**

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di Indonesia khususnya dalam dunia bisnis, kini banyak sekali bermunculan perusahaan-perusahaan di berbagai bidang. Selain meningkatkan perekonomian di Indonesia, kondisi ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dimana sudah banyak tersedia barang maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Masyarakat tidak perlu khawatir mencari kebutuhan mereka karena semua telah tersedia dan mudah dicari. Banyaknya permintaan dan tuntutan masyarakat yang beragam menimbulkan persaingan ketat perusahaan dalam mencari dan menduduki pasar. Persaingan bisnis yang ketat dengan seiring berkembangnya perekonomian mengakibatkan adanya tuntutan bagi setiap perusahaan untuk terus menciptakan inovasi, memperbaiki kinerja, dan melakukan perluasan usaha agar dapat bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Agar suatu kelangsungan hidup suatu perusahaan tetap terjaga, maka pihak manajemen harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.

Perusahaan sebagai suatu entitas ekonomi umumnya memiliki tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memperoleh laba secara maksimal, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan (Kusumayanti, 2015). Tujuan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan berkaitan dengan tujuan utama pedirian suatu perusahaan yaitu

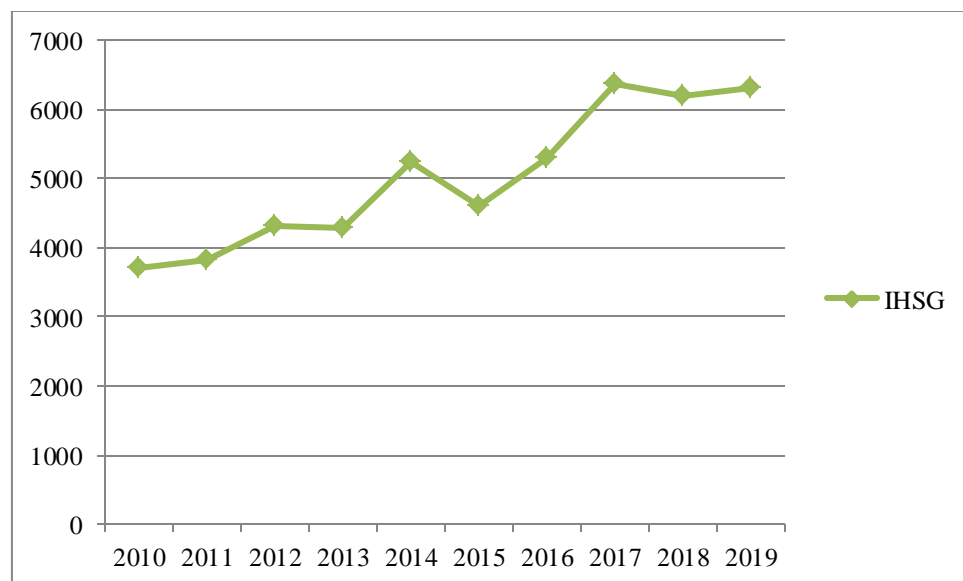
untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham yang dapat terwujud apabila perusahaan mampu memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang ditransaksikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan. Harga saham memiliki korelasi positif terhadap nilai perusahaan, dimana harga saham yang tinggi membuat nilai suatu perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula keuntungan yang akan didapat investor. Nilai perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan diakui oleh publik.

Perusahaan manufaktur merupakan sebuah badan usaha yang mengoperasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dalam suatu medium proses untuk mengubah bahan-bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah. Perusahaan manufaktur terbagi menjadi beberapa jenis perusahaan yang bergerak dibidang seperti industri dasar dan kimia, aneka industri dan aneka barang konsumsi. Pada tahun 2019 pada saham pada industri sektor manufaktur mengalami penurunan sejak awal tahun. Industri otomotif dan komponen mengalami penurunan 7,03% sejak awal tahun seiring dengan penurunan permintaan akan otomotif. Dari 13 emiten yang bisnisnya berkuat di bidag otomotif, 11 saham mengalami penurunan yang menguat, dan satu saham stagnan, mengacu pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Saham yang paling tertekan adalah PT Indo Kordsa Tbk (BRAM) dengan



penurunan sebesar 39,81% dengan harga terakhir Rp 6.500/saham. Sedangkan saham yang menguat adalah PT Multistrada Arah Sarana Tbk (MASA) yang mengalami kenaikan 4,35% pada Harga Rp 480/saham. Sedangkan hanya satu saham yang stagnan yakni PT Nipress Tbk (NIPS) yang ditutup pada harga Rp 282/saham. ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)).

Nilai saham perusahaan ditunjukkan dengan kinerja indeks harga saham gabungan. Indeks harga saham gabungan yang terdaftar dipasar modal sering mengalami fluktuasi, hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti *leverage* , ukuran perusahaan , profitabilitas. Seperti Gambar 1.1 menunjukkan kondisi indeks harga saham gabungan selama sepuluh tahun 2010 sampai tahun 2019



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah, 2020)

**Gambar 1.1**  
**Kinerja IHSG 10 Tahun Terakhir**

Pergerakan harga saham di pasar modal dapat mencerminkan kinerja perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan maka nilai perusahaan akan naik. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat tingkat kepercayaan dan ketertarikan dari para investor untuk berinvestasi semakin tinggi pula. Untuk menghasilkan nilai perusahaan yang baik, maka penting bagi perusahaan untuk mengeksplorasi kemungkinan faktor-faktor fundamental yang akan berdampak pada nilai perusahaan baik itu berasal dari eksternal maupun internal perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham di pasar modal sering mengalami kondisi naik turun yang disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Harahap (2013) berpendapat bahwa *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal. Perusahaan yang melakukan pinjaman akan mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pinjaman pokok. Menurut Hasibuan, dkk (2016) utang memiliki pengaruh baik maupun buruk terhadap perusahaan. Perusahaan harus menghasilkan keuntungan agar dapat menutupi kewajibannya. Namun disisi lain banyak perusahaan yang menggunakan hutang untuk meningkatkan

keuntungannya. Brealey, Myers dan Marcus (2007 : 75) mengatakan bahwa utang dapat meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham dalam masa-masa baik dan menguranginya pada masa-masa sulit. *Leverage* dapat diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER). Semakin besar DER maka akan semakin kecil dividen yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham perusahaan. Semakin rendah tingkat DER maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapat kepercayaan dari investor (Syahadatina dan Suwitho, 2015).

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan tetapi masih menunjukkan hasil yang bervariasi, diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Suffah dan Riduan (2016), Suwardika dan Mustanda (2017), Rahayu dan Sari (2018), yang konsisten menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh dana dari kreditor untuk mencapai tujuan perusahaan (Indriyani, 2017). Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aset. Total aset menjadi tolok ukur dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih diminati investor, hal ini nantinya akan berimbas pada nilai

perusahaan di masa mendatang. Sehingga dapat dikatakan besar kecilnya suatu perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan tersebut.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tetapi masih menunjukkan hasil yang bervariasi, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Nuraina (2012), Rizqia, dkk (2013), Pratama dan Wiksuana (2016), yang konsisten menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati, dkk (2015) Suwardika dan Mustanda(2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Weston dan Copeland (2010) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba yang semakin tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik. Semakin baik kinerja perusahaan akan menciptakan respon positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh *Return On Asset* (ROA). ROA merupakan perbandingan antara laba bersih setelah biaya bunga dan pajak dengan total aset (Suffah dan Riduwan, 2016). Rasio ini dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka kemampuan perusahaan dalam membayar

dividen juga tinggi sehingga harga saham akan meningkat. Peningkatan harga saham ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sehingga nilai perusahaan akan naik.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tetapi masih menunjukkan hasil yang bervariasi, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013), Suwardi dan Mustanda (2017), Ramdhonah, Sholikin dan Sari (2019), yang konsisten menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryati dan Bida (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari beberapa penelitian di atas, hasil dari faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan memiliki hasil yang tidak konsisten. Oleh karena itu perlu dilakukan pengujian lebih lanjut untuk mengetahui konsistensi hasil dengan sampel atau objek yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019?

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, luasnya variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, maka dalam penelitian ini hanya diambil tiga variabel independen yaitu *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan karena ketiga variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pergerakan harga saham.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas yang diterapkan pada suatu perusahaan serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
  - b. Bagi Penelitian yang akan datang, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi atau bahan wacana dibidang keuangan sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen yang akan datang.
- b. Bagi Investor, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan kepada investor dalam mengambil keputusan investasi.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yaitu gambaran yang jelas tentang urutan penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Bagian ini berisi halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman riwayat hidup, motto, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### 2. Bagian Isi

#### BAB I : PENDAHULUAN

Berisi alasan memilih judul penelitian berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Berisi teori sebagai dasar untuk menganalisa pokok-pokok masalah dalam penelitian berupa telaah teori, telaah penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian.



### BAB III : METODA PENELITIAN

Berisi gambaran dan tahapan penelitian yang menjelaskan tentang populasi dan sampel, data penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel dan metode uji data.

### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi analisis data dan pembahasan. Bagian ini berisi penyajian data, uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis dan pembahasan, uji model, dan uji hipotesis.

### BAB V : PENUTUP

Merupakan bagian akhir dari penyusunan skripsi yang berisi simpulan, saran dan keterbatasan penelitian.

#### 3. Bagian Akhir

Bagian ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

#### **A. Telaah Teori**

##### **1. Teory signaling**

Teori signaling menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk. Menurut Brigham dan Houston (2001 : 117) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan setiap modal baru yang diperlukan dengan cara-cara lain, termasuk penggunaan hutang yang melebihi target struktur modal yang normal. Perusahaan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung untuk menjual sahamnya, yang berarti mencari investor baru untuk berbagi kerugian. Pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan umumnya merupakan suatu isyarat (signal) bahwa manajemen memandang prospek perusahaan tersebut suram. Apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru, lebih sering dari biasanya, maka harga sahamnya akan menurun karena menerbitkan saham baru

berarti memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham sekalipun prospek perusahaan cerah.

## 2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan dalam beberapa literatur disebut dengan beberapa istilah diantaranya, *price-to-book value* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham dan *market-to-book ratio* yaitu rasio saat ini harga saham dengan nilai buku per saham (Hermuningsih, 2013).

Nilai perusahaan merupakan hal yang mencakup bentuk nilai untuk menentukan kesehatan dan kesejahteraan perusahaan jangka panjang. Nilai perusahaan ini sangat penting karena dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti juga oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Husnan, suad dan Pudjiastuti, 2015). Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Weston & Copeland (1997) dalam Hardiyanti (2012) menyatakan bahwa ukuran yang paling tepat digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah rasio penilaian (*valuation*), karena rasio tersebut mencerminkan rasio (risiko) dengan rasio hasil pengembalian. Rasio penilaian sangat penting karena rasio tersebut berkaitan langsung dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan dan kekayaan para pemegang saham. Rasio penilaian tersebut adalah *market value ratio* yang terdiri dari 3 macam rasio yaitu *priceearnings ratio*, *price/cash flow ratio* dan *price to book value ratio*.

*Price earnings ratio* adalah rasio harga per lembar saham terhadap laba per lembar saham. Rasio ini menunjukkan berapa banyak jumlah rupiah yang harus dibayarkan oleh para investor untuk membayar setiap rupiah laba yang dilaporkan. *Price/cash flow ratio* adalah harga per lembar saham dengan dibagi oleh arus kas per lembar saham, sedangkan *price to book value ratio* adalah suatu rasio yang menunjukkan hubungan antara harga pasar saham perusahaan dengan nilai buku perusahaan. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan atau *PriceBook Value (PBV)*, menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV yang tinggi mencerminkan harga saham yang tinggi dibandingkan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi harga saham, semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

### 3. *Leverage*

Salah satu faktor penting dalam unsur pendanaan adalah hutang (*leverage*). *Leverage* digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibanding dengan modal sendiri (Weston dan Copeland, 1992). Sedangkan Kusumawati dan Sudento (2005) menggambarkan *leverage* sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya menggunakan ekuitas yang dimilikinya. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil.

Dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvable, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya (Horne dan John, 1997). Karena *leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan. Menurut Hasibuan, dkk (2016) utang memiliki pengaruh baik maupun buruk terhadap perusahaan. Perusahaan harus menghasilkan keuntungan agar dapat menutupi kewajibannya. Namun disisi lain banyak perusahaan yang menggunakan hutang untuk meningkatkan keuntungannya. Brealey, Myers dan Marcus (2007:75) mengatakan bahwa utang dapat meningkatkan pengembalian bagi

pemegang saham dalam masa-masa baik dan mengurangnya pada masa-masa sulit.

Perusahaan dengan kondisi yang baik, penggunaan utang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang sedang dalam kondisi buruk, penggunaan utang akan memperburuk keadaan jika pengelolaannya tidak tepat. Sehingga manajemen perlu mengestimasi titik optimal penggunaan utang dalam kegiatan operasionalnya. Keuntungan lain dalam melakukan pendanaan melalui utang adalah perusahaan dapat menghemat pajak. Penggunaan utang memiliki keuntungan yang diperoleh dari pajak, karena bunga utang adalah pengurangan pajak (Widyantari dan yadnya, 2017). Jadi perusahaan yang ingin memaksimalkan nilai perusahaan maka perlu mengestimasi struktur modal secara optimal.

#### **4. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan nilai total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan sebagainya (Prasetyorini, 2013). Ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama,

selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil (Sofyaningsih dan Hardiningsih, 2011).

Aktiva merupakan tolok ukur besaran atau skala suatu perusahaan. Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya. Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian (*certainty*) yang lebih besar daripada perusahaan kecil sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan ke depan. Hal tersebut dapat membantu investor memprediksi risiko yang mungkin terjadi jika ia berinvestasi pada perusahaan itu.

## **5. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan (Petronila dan Muklasin, 2003). Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian equitas pemilik. Kusumawati (2005) mengatakan, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator dari keberhasilan operasi perusahaan. Menurut Horne dan John (2005), rasio profitabilitas terdiri dari atas dua jenis yaitu, rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan (margin laba kotor dan margin laba bersih), dan profitabilitas dalam

kaitannya dengan investasi yaitu *return on asset* (ROA) *return on equity* (ROE).

Menurut Naim (1998) dalam mengukur profitabilitas digunakan *return on investment* (ROI) dan *return on equity* (ROE). ROI merupakan tingkat pengembalian atas investasi perusahaan pada aktiva. ROI sering disebut juga *return on asset* (ROA). Nilai ROI sebuah perusahaan diperoleh dengan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba ebelum pajak}}{\text{Total asset}}$$

ROA merupakan perbandingan laba bersih dengan jumlah aktiva perusahaan. Sedangkan ROE merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang akan diinvestasikan pemegang saham pada perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam model ekuitas untuk menghasilkan laba.

*Return on equity* (ROE) merupakan tingkat pengembalian ekuitas pemilik perusahaan. Ekuitas pemilik adalah jumlah aktiva bersih perusahaan. Sehingga perhitungan ROE sebuah perusahaan dapat dihitung dengan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal sendiri}}$$

ROE sebagai salah satu rasio profitabilitas yang merupakan indikator yang sangat penting bagi para investor. ROE dibutuhkan investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang berkaitan dengan dividen.



## B. Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Nuraina (2012) menggunakan data dari 299 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, *leverage* sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah Ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) menggunakan data dari 16 perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. *Leverage*, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah Price Earning Ratio dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizkia, dkk (2013) menggunakan data dari 15 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen, kepemilikan manajerial, *leverage* keuangan, profitabilitas, ukuran perusahaan, alternatif investasi sebagai variable independen dan kebijakan deviden sebagai variable mediasi. Hasil dari penelitian ini adalah Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati, dkk (2015) menggunakan data dari 25 perusahaan sektor properti, real estate dan building construction yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. Ukuran Perusahaan, profitabilitas, struktur modal, dan keputusan investasi sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal, dan keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial profitabilitas dan keputusan investasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suffah dan Riduwan (2016) menggunakan data dari 23 perusahaan yang terdaftar di LQ-45. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. Profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016) menggunakan data dari 6 perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. Ukuran perusahaan dan *leverage*

sebagai variable independen, profitabilitas sebagai variable mediasi. Hasil dari penelitian ini ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan, dkk (2016) menggunakan data dari 18 perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. *Leverage* dan profitabilitas sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah secara simultan DER, DR, ROE, EPS berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial DER, DR, ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan EPS tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) menggunakan data dari 49 perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Sari (2018) menggunakan 45 perusahaan yang terdaftar di LQ 45. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. *Leverage*,

size, profitabilitas, kualitas laba sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah *leverage*, size, kualitas laba mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk variable profitabilitas tidak terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah, Solikin dan Sari (2019) menggunakan data dari 26 perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan sebagai variable dependen. Struktur modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas sebagai variable independen. Hasil dari penelitian ini adalah struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan secara parsial mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

### **C. Pengembangan Hipotesis**

#### **1. *Leverage* Dan Nilai Perusahaan**

Menurut Kurnia (2017) rasio *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola utangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali utangnya. Ketika perusahaan mampu mengoptimalkan utangnya maka hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan menggunakan utang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaa utang (external financing) memiliki risiko yang cukup besar atas terbayarnya utang, sehingga

penggunaan utang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Prasetyorini, 2013). Perusahaan yang menggunakan sumber dana dari utang harus mempertimbangkan kemampuannya untuk melunasi kewajiban tetapnya.

Pemikiran diatas didukung oleh penelitian empiris yang dilakukan oleh Suffah dan Riduan (2016), Suwardika dan Mustanda (2017), Rahayu dan Sari(2018), yang konsisten menyimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

***H<sub>1</sub> : Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan***

## **2. Ukuran Perusahaan Dan Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah tingkat untuk menunjukkan perkembangan perusahaan dalam bisnis (Rizqia dkk, 2013). Investor cenderung lebih tertarik dengan perusahaan besar dalam menanamkan modal mereka. Hal ini disebabkan kondisi keuangan perusahaan besar lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Perusahaan akan terdorong untuk menggunakan struktur dan mekanisme yang baik dalam manajemen perusahaan. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar yaitu berupa perolehan dividen dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga

saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai yang lebih besar.

Menurut Sembring dan Pakpahan (2010) perusahaan yang besar akan dengan mudah mempunyai akses ke pasar modal untuk mengumpulkan dana dalam waktu yang singkat dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar perusahaan tersebut, maka perusahaan akan semakin dipercaya dalam memberikan tingkat pengembalian yang tinggi kepada investor. Artinya ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor (Denziana dan Monica, 2016).

Pemikiran di atas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nuraina (2012), Rizqia, dkk (2013), Pratama dan Wiksuana (2016), yang konsisten menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

***H<sub>2</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan***

### **3. Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan**

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi setiap tahunnya, cenderung diminati oleh banyak investor. Dampaknya akan membuat permintaan saham atas perusahaan tersebut meningkat yang secara tidak langsung akan meningkatkan harga saham dan akhirnya akan diikuti

dengan kenaikan pada nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus, sehingga memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkatkan akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat (Widyanti, 2014).

Pemikiran diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013), Suwardi dan Mustanda (2017), Ramdhonah, sholikin dan sari (2019), yang konsisten menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

***H<sub>3</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan***

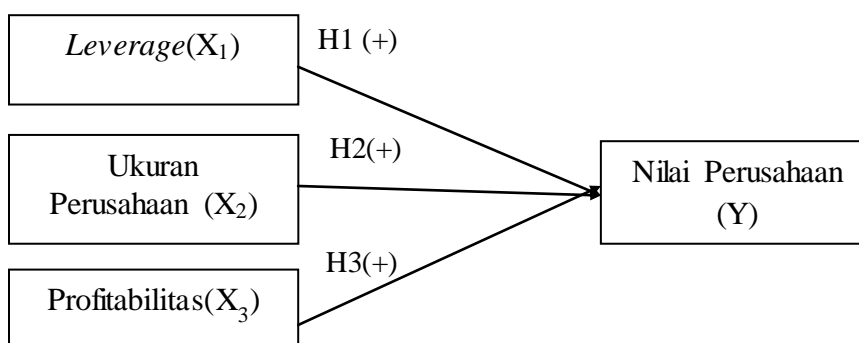
#### **D. Kerangka Penelitian**

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas. *Leverage* dapat dipahami sebagai peksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Dilihat dari teori sinyal, terdapat reaksi saham jika terjadi peningkatan atau penurunan hutang perusahaan. Pada umumnya, pendanaan dengan hutang merupakan sinyal positif, karena jika ada kesempatan investasi yang menguntungkan akan membutuhkan tambahan dana. Prospek perusahaan dinilai bagus jika harga saham perusahaan sekarang meningkat di pasar bursa. Dengan begitu *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan sebuah skala yang menjadi cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam total aktiva perusahaan. Investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan besar karena kondisi perusahaan besar cenderung stabil dari pada perusahaan kecil. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham di pasar modal. Sehingga jika harga saham perusahaan naik maka nilai perusahaan juga akan naik. Dengan begitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator keberhasilan operasi perusahaan. Profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus, sehingga dapat memicu investor untuk meningkatkan permintaan saham. Naiknya saham perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan, sehingga profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan yg telah diuraikan diatas, maka penelitian ini di formulasikan dalam kerangka penelitian sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Penelitian**



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen dimana kita akan menarik kesimpulan (Cooper, Donald dan Pamela, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019 dan mempunyai laporan keuangan secara periodik dan lengkap.

#### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi (Pabundu, 2006). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu data yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria-kriteriyang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang sudah dan masih terdaftar selama tahun 2017, 2018, 2019 di Bursa Efek Indonesia.
- b. Perusahaan manufaktur yang telah menerbitkan laporan keuangan selama 3 tahun berturut-turut, yaitu tahun 2017, 2018, 2019.
- c. Perusahaan manufaktur yang memiliki data keuangan lengkap untuk menghitung variabel-variabel dalam penelitian selama tahun 2017, 2018, 2019.

## **B. Data Penelitian**

### **1. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk laporan keuangan time series. Data tersebut didapat dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 sampai 2019 yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Data laporan keuangan diperoleh dari Indonesia Stock Exchange (IDX) yang dipublikasikan di **www.idx.co.id**.

### **2. Metode Memperoleh Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dan metode pustaka. Metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk melihat, mempelajari, dan menggunakan data-data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Indonesia Stock Exchange (IDX) yang dipublikasikan di **www.idx.co.id**. Sedangkan metode studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan telaah pustaka dan mengkaji berbagai sumber, seperti buku, jurnal dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

## **C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variable**

Definisi operasional dan masing-masing variable dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **1. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Bagi perusahaan yang

menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbelikan di bursa merupakan cerminan nilai perusahaan (Weston dan Copeland, 2010 : 20). Nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), yaitu rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan yang menunjukkan seberapa besar nilai harga saham per lembar dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. PBV diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

## 2. Leverage

*Leverage* merupakan sumber pendanaan perusahaan yang berasal dari eksternal perusahaan yaitu berupa hutang. *Leverage* merupakan pengukur besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai dengan hutang-hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva yang berasal dari kreditur, bukan dari pemegang saham atau investor. *Leverage* suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya apabila perusahaan tersebut likuidasi pada suatu waktu (Weston dan Copeland, 2010 : 20). *Leverage* diukur menggunakan *Debt to Total Asset* dengan rumus sebagai Berikut :

$$L = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aset}}$$

## 3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat

dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total aktiva yang dimiliki, atau total penjualan yang diperoleh. Ukuran perusahaan diukur menggunakan rumus sebagai berikut :

$$SIZE = \ln \text{ total aset}$$

#### 4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2013:106) Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA). *Return On Asset* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang penting digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan aktiva atau kekayaan yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba. ROA diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total aset}}$$

#### D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi terlebih dahulu dalam analisis regresi linier. Uji asumsi klasik tersebut terdapat empat tahap, meliputi :

##### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Sedangkan model regresi yang baik memiliki distribusi

yang normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan cara uji grafik dan uji statistik. Pada uji grafik dapat dikatakan normal apabila dalam probability plot ada penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal tersebut. Setelah uji grafik dilanjutkan dengan uji statistik, yaitu *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Jika pada hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2016 : 159).

## **2. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independen. Jika variable independen saing berkorelasi, maka variable ini tidak orthogonal. Variable orthogonal adalah variable independen yang nilai korelasi antar sesama variable sama dengan nol (Ghozali, 2016 : 103).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variable independen manakah yang dijelaskan oleh variable independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variable independen yang terpilih yang

tidak dijelaskan oleh variable independen lainnya (Ghozali, 2016 : 103). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang dapat ditolerir (Ghozai, 2016 :103).

### 3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (periode sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari masalah autokorelasi (Ghozali, 2016 : 107).

Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi perlu dilakukan pengujian menggunakan statistik Durbin Waston (DW). Pengambilan keputusan uji autokorelasi (Ghozali, 2011) :

1. Bila nilai DW antara DU dan (4-Du) maka terjadi autokorelasi
2. Bila  $DW < DL$  maka terjadi autokorelasi positif
3. Bila  $DW > (4-DL)$  maka terjadi autokorelasi negatif
4. Bila DW antara (4-DU) dan (4-DL) maka hasil tidak dapat disimpulkan

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual 1 pengamat kepengamat yang lain (Ghozali, 2013 : 105) Jika variance dari residual 1 pengamat kepengamat lain tetap, Maka disebut homoskedastisitas dan jika

berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk lebih menjamin keakuratan hasil maka dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji gletser. Dasar pengambilan untuk uji heteroskedastisitas:

1. Apabila sig. 2-tailed  $< \alpha=5\%$  maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila sig. 2-tailed  $> \alpha=5\%$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## E. Metode Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pola hubungan antara variable independen dengan variable dependen. Regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan satu variable kontinu beserta k (dua atau lebih) variable independen kontinu dan atau kategorik (Harlan, 2018 : 13). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan model sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variable Dependen

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien Regresi Tiap Variable

$X_1, X_2, X_3$  = Variable Independen

e = Error term

Hasil dari analisis yang dihitung berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat ditentukan hubungan antara variable independen dan variable dependen. Apabila hasil analisis tersebut sama-sama mengalami kenaikan atau sama-sama turun atau searah, maka hubungan antara variable independen dengan variable dependen adalah positif. Begitu juga sebaliknya, apabila kenaikan variable independen menyebabkan penurunan variable dependen maka hubungan adalah negatif.

## 2. Uji Model

### a) Uji $R^2$

Koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model mampu menerangkan variasi-variasai variable dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai yang mendekati satu berarti variable-variable independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variable dependen. Jika nilai ( $R^2$ ) lebih kecil, itu berarti kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable dependen sangat terbatas (Ghozali, 2011).

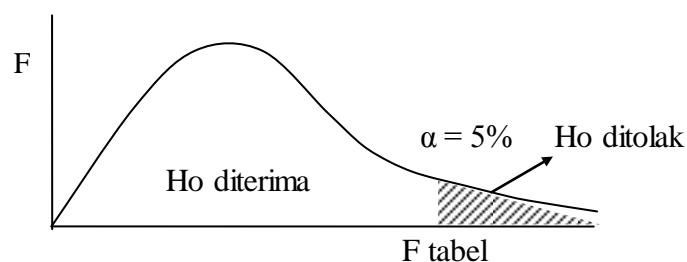
### b) Uji F

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual (*goodness of fit*). Kriteria uji F didasarkan pada pertimbangan antara  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Tingkat signifikansi pada penelitian ini sebesar 5% atau sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan pembilang ( $df_1$ ) = k dan derajat



kebebasan penyebut ( $df_2$ ) =  $n-k-1$ , dengan  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen. Uji statistik F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau menguji apakah model yang digunakan fit atau tidak (Ghozali, 2018). Kriteria pengujian:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $p\ value < \alpha = 0,05$ , maka model penelitian dapat dikatakan bagus (fit) dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{table}$  atau  $p\ value > \alpha = 0,05$ , maka model penelitian dapat dikatakan tidak cocok dan tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.



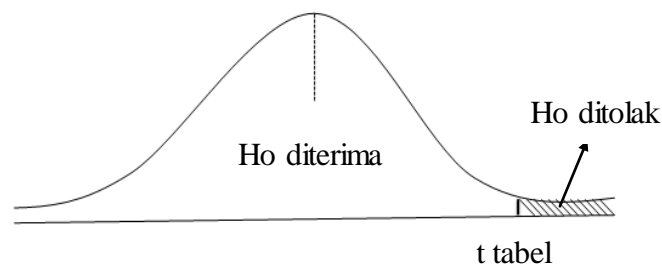
**Gambar 3.1**  
**Penerimaan Uji F**

### 3. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini menggunakan uji t yang pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Cara untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dapat dilihat melalui uji t (Ghozali, 2013). Level

signifikansi sebesar 0.05 ( $\alpha=5\%$ ) dalam menilai hasil hipotesis uji t yang digunakan dalam penelitian ini dengan derajat kebebasan  $df = n-k-1$  dimana k adalah jumlah variabel bebas. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$  atau  $p\text{-value} < \alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$  atau  $p\text{-value} > \alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak, artinya variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.



**Gambar 3.2**  
**Penerimaan uji**

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan analisis data pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2017-2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sector manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI). Hal ini menjelaskan bahwa besar kecilnya *leverage* yang ada di perusahaan tidak mempengaruhi besarnya nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis 1 tidak terbukti.
2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sector manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI). Hal ini menjelaskan bahwa besarnya ukuran perusahaan yang ada tidak mencerminkan atau tidak identic dengan nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis 2 tidak terbukti.
3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sector manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI). Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka akan meningkatkan penilaian investor pada perusahaan sehingga nilai perusahaan pun menjadi tinggi. Dengan demikian hipotesis 3 terbukti.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis, maka beberapa saran manajerial yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya kondisi tersebut, perusahaan disarankan agar menggunakan pendanaan lebih dengan modal sendiri dan mengurangi proporsi hutang. Proporsi hutang yang rendah dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya kondisi tersebut, perusahaan disarankan untuk lebih meningkatkan kinerja keuangannya, seperti meningkatkan kecukupan modal, likuiditas profitabilitas perusahaan, hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.
3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan disarankan untuk dapat menjaga kemampuannya dalam memperoleh profitabilitas sehingga penilaian investor pada saham perusahaan akan lebih baik.

## C. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 16 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2019, maka sampel dan periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini terbatas.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan ada variabel independen lain yang

tidak digunakan dalam penelitian ini Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti.

3. Periode penelitian hanya tiga tahun sehingga hasil penelitian tidak bisa melihat kecenderungan yang akan terjadi dalam jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brealey, R. A., Myers, Stewart C. & Macus, A. J. 2007. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Brigham, F dan Houston, J. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi 8, Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Cooper, Donald, R., dan Pamela, S. S. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT Media Global Edukasi.
- Denziana, A. Dan Monica, W. 2016. *Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tergolong LQ-45 di BEI periode 2011-2014)*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 7(2), pp.241-254.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan Edisi 11*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Hardiyanti, Nia. 2012. *Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, Profitabilitas, Firm Size dan Dividen Payout Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI tahun 2007-2010)*.Jurnal. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Harlan, Johan. 2018. *Analisis Regresi Linier*. Jakarta : Gunadarma.
- Hasibuan, V., Dzulkirom AR, M. & Endang NP, N. G. W. 2016. *Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 39 (1), pp. 1-13.
- Hermuningsih, Sri. 2015. *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. Lecture at Economic Department*.Yogyakarta.: University of Sarjanawiyata Taman Siswa.
- Hidayati, Eva Eko.2010. *Analisis Pengaruh DER, DPR, ROE, da SIZE Terhadap PBV Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode 2005-2007*.Semarang : Universitas Diponegoro.
- Horne, James C. Van dan John, M. Machowicz. 1997. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan, Edisi Kesembilan*. Jakarta : Salemba Empat.

- Horne, James C. Van dan John, M. Machowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Fundamental Of Financial Management)*, Edisi 12. Jakarta : Salemba Empat.
- Husnan, Suad, dan Pudjiasatuti, Eny. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Indriyanti, E. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu Akuntansi, 10(2), pp.333-348.
- Jensen, Michael C. dan Meeckling, W. H. 1976. *Theory of The Firm : Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. Journal Of Financial Economic 3. 305-360
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Cetakan ke-6. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kurnia, D. 2017. *Analisis Signifikansi Leverage dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi, 4(2), pp. 12-21.
- Kusumawati, R dan Sudento, A. 2005. *Analisis Pengaruh Profitabilitas (ROE), Ukuran Perusahaan (Size) dan Leverage Keuangan (Solvabilitas) Terhadap Tingkat Underpricing Pada Penawaran Perdana (initial Public Offering/IPO) di Bursa Efek Jakarta*. Utilitas Vol 13 No. 1.p.93-110.
- Kusumayanti, Ni Ketut Ratna., Astika, Ida Bagus Putra. 2015. *Corporate Social Responsibility Sebagai Permediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Pada Nilai Perusahaan*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.15.1. ISSN: 2302-8556.
- Nuraina, Elva. (2012). *"Influence of Institutional Ownership and Size Company toward Company Policy and Corporate Value (Empirical Studies Manufacturing Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange)"*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), September 2012, Hal. 110–125 Vol. 19, No. 2 ISSN: 1412-31.
- Pabundu, Tika. 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta : Cetakan Pertama, PT Bumi Aksara.
- Petronila, A. T. Dan Mukhlisin. 2003. *Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Dengan Opini Audit Sebagai Moderating Variable*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Prasetyorini, N. K. R. & Sudiartha, I. G. M. 2016. *Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemn, 1(1)

- Pratama, I. G. B. A., dan Wiksuana, I. G. B. 2016. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Mediasi*. Jurnal Manajemen. Vol. 5, No. 2, pp. 1338-1368.
- Rahayu, Maryati, dan Sari, Bida. 2018. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan*. Jurnal Ekonomi, Vol. 2, No. 2.
- Rahmawati, A. D., Topowijono & Suasmiyati, S. 2015. *Pengaruh Ukura Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan(Studi Pada Perusaha Sektor Properti, Real estate, dan Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2010-2014*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB,23(2), pp. 1-7.
- Ramdhonah, Z., Sholikhin, I., dan Sari, M. 2019. *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017)*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. 7(1). pp 67-82.
- Rizqia, Siti Aisjah, dan Sumiati. (2013). “*Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value*”. Research Journal of Finance and Accounting. ISSN 2222-1697(Paper)ISSN2222-2847 Vol.4, No.11, 2013.
- Sembiring, E. E. Dan Pakpahan, R. 2010. *Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi. 2(1), pp. 47-56.
- Sofyaningsih, Sri Pacawati Hardiningsih. 2011. Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang dan Nilai Perusahaan. Dinamika Keuangan dan Perbankan Vol. 3, No. 1.
- Suffah, R. & Riduan, A. 2016. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 5(3).
- Suwardika, I. N. A., dan Mustanda, I. K. 2017. *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti*. E-Jurnal manajemen Unud, 6(3), pp. 1248-1277.
- Syahaditam, F., Suwintho. 2015. *Pengaruh Size dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang di Mediasi Oleh Leverage*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 4(April), pp. 1-5.



- Widyantari, N. L. P., dan Yadnya, I. P. 2017. *Pengaruh Struktury modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Teradap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Baverage di Bursa Efek Indonesia*. E-Jurnal Manajemen, 6(12), pp. 6383-6409.
- Widyanti, R. A. Y. U. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Divident Payout Ratio, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur*. 2,pp. 1048-1057.
- Weston, J. Fred dan Brigham, E. F. 1998. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi kesembilan jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Weston, J. Fred dan Copeland, T. E. 2010. *Manjemen Keuangan Jiid 2*. Jakarta : Binarupa Aksara Publisier.