

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN
PENJUALAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG
TERDAFTAR DALAM INDEKS LQ45**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh :

LIDYA NAFITRI AYU HERAWATI
2013310208

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Lidya Nafitri Ayu Herawati
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 25 November 1994
N.I.M : 2013310208
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tanggal : 16 Maret 2017



(Riski Aprillia Nita, SE., M.A)

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi

Tanggal : 16 Maret 2017



(Dr. Luciana Spica Almilia, SE., M.Si., QIA., CPSAK)

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, PERTUMBUHAN
PENJUALAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG
TERDAFTAR DALAM INDEKS LQ45**

Lidya Nafitri Ayu Herawati
STIE Perbanas Surabaya
Email : lidya.way94@gmail.com

Riski Aprillia Nita
STIE Perbanas Surabaya
Email : riski@perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The company was builded to maximixing the wealth of their owner or their stokeholders. So many company that have maximum purpose on company value and can make the investor want to invest in the company. The purpose of this research is to find out the impact of some variables such as Firm Size, Leverage, Growth of Sales, and Profitability effect to Firm Value on companies that listed in LQ45 index. This research was using 2012-2015 as the period of observation. Purposive sampling method was used in sampling and 34 companies were used as sample. Data analysis methode used multiple linear regression analysis. The results of study indicated the Firm Size have no significant effect on Firm Value, Leverage have significant positive effect on Firm Value, Growth of Sales have no significant effect on Firm Value, and Profitability have significant positive effect on Firm Value.

Keywords : *Firm Value, Firm Size, Leverage, Growth of Sales, Profitability*

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan didirikan untuk meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Sehingga banyak perusahaan yang bertujuan memaksimalkan nilai perusahaannya hingga dapat mengundang investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan harga yang dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan akan di jual. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dimana pemilik

perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi juga. PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk menyatakan, tantangan terbesar adalah menjaga momentum positif pada perdagangan saham. Nilai kapitalisasi pasar BUMN telekomunikasi pada penutupan perdagangan menembus angka Rp.300 triliun (Okezone, 2015). Angka ini melesat dari oposisi medio Oktober 2014 dimana kapitalisasi pasar dari emiten telekomunikasi ini sekitar Rp. 280 triliun. Bila suatu perusahaan mempunyai nilai *Price Book Value* >1 maka harga saham perusahaan tersebut dinilai lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang

menggambarkan kinerja perusahaan tersebut semakin baik di mata investor. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (Gill dan Obradovich, 2012 Maryam, 2014), *leverage* (Mabruroh, 2015 Pratama dan Wiksuana, 2016), pertumbuhan penjualan (Mandalika, 2016 Pantow, 2015), profitabilitas (Mabruroh, 2015 Gill dan Obradovich, 2012).

Ukuran perusahaan didefinisikan besar kecil suatu perusahaan dengan berbagai cara, seperti: ukuran pendapatan, jumlah karyawan, total aktiva, nilai pasar saham, dan total modal. Menurut Riyanto (2011:299), perusahaan yang besar dan sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal tersebut memberikan pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Maryam (2014) menemukan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan Gill dan Obradovich (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya bekerja sementara di dalam perusahaan, dan bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut adalah hutang, yang harus dikembalikan. Semakin tinggi hutang yang dimiliki, maka semakin kecil kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya kepada pemegang saham berupa dividen dan semakin buruk penilaian investor sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Dj dkk, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Tzeng (2011), Hermuningsih (2013) menemukan *leverage* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan

dimasa yang akan datang. Apabila pertumbuhan penjualan dikatakan baik dan semakin meningkat, maka mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Penjualan memiliki pengaruh yang besar bagi perusahaan dalam mendapatkan profit, yang harus didukung dengan harta atau aktiva perusahaan. Penelitian yang dilakukan Hansen dan Juniarti (2014) menunjukkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011:304). Profitabilitas perusahaan yang meningkat, akan meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka investor akan tertarik untuk berinvestasi saham di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Moniaga (2013) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Rahayu dan Asandimitra (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian ini penting untuk dilakukan karena pembaca akan mengetahui dan memahami sebuah informasi dari perusahaan, yang dilihat dari ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas. Dari latar belakang di atas peneliti melakukan penelitian mengenai informasi dari ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas di Bursa Efek Indonesia.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Signaling Theory

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973, yang mengemukakan bagaimana sebuah

perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal tersebut dapat berupa sebuah informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan suatu informasi dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memberi sinyal positif maupun negatif kepada pemakainya. Teori sinyal menyatakan bahwa pihak internal perusahaan yang memiliki sebuah informasi yang lebih baik tentang perusahaannya akan terdorong untuk mengungkapkan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat menaikkan nilai perusahaan melalui laporan tahunannya (Scott, 2012:475).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana mengklasifikasikan besar kecil suatu perusahaan dengan berbagai cara seperti: ukuran pendapatan, jumlah karyawan, total aktiva, nilai pasar saham, dan total modal. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kecenderungan investor untuk memiliki saham tersebut sehingga mengakibatkan kenaikan harga saham. Adanya kenaikan harga saham tersebut menyebabkan naiknya *Price Book Value* (PBV) atau nilai perusahaan. Perusahaan yang besar dapat menyebabkan pasar mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut.

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi hutang-hutang yang dimiliki perusahaan tersebut. Dengan semakin tingginya rasio *leverage* maka menunjukkan semakin besarnya dana yang

disediakan oleh kreditur. Hal ini akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leverage*nya tinggi karena semakin tinggi rasio *leverage*nya maka semakin tinggi pula resiko investasinya. Sehingga akan terjadi hubungan negatif antara *leverage* dengan nilai perusahaan dimana tingginya *leverage* membuat investor berhati-hati dalam menanamkan modal.

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi di masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa depan. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan meningkat, maka mengindikasikan nilai perusahaan yang besar dan merupakan harapan bagi pemilik perusahaan. Pertumbuhan penjualan dipengaruhi beberapa faktor kondisi, kemampuan penjual, dan kondisi pasar.

H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

profitabilitas diukur dengan *Return On Asset* (ROA) yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap aset yang digunakan perusahaan dan menunjukkan suatu ukuran efektivitas manajemen dalam mengelola dana yang diinvestasikan oleh investor. Semakin mampu perusahaan menghasilkan laba, maka nilai perusahaan akan naik yang terlihat dari kenaikan harga saham. Keadaan tersebut akan digunakan manajer perusahaan untuk memperoleh sumber modal dalam bentuk saham.

H4 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Menurut sumber datanya, penelitian ini merupakan penelitian jenis kuantitatif karena dilakukan dengan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dapat berupa catatan atau laporan historis yang disusun dalam arsip yang dipublikasikan. Data sekunder pada penelitian ini berupa laporan keuangan perusahaan dalam indeks LQ45 tahun 2012 sampai 2015 di Bursa Efek Indonesia.

Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 periode 2012-2015 karena indeks LQ45 terdiri dari 45 saham yang terpilih melalui berbagai kriteria, sehingga saham tersebut paling likuid dan memiliki nilai kapitalisasi yang besar.

Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel pada penelitian ini berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang dikembangkan, maka variabel penelitiannya yaitu :

1. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (Y).
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X1), *Leverage* (X2), pertumbuhan penjualan (X3), profitabilitas (X4).

Definisi Operasional dan Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Pada penelitian ini nilai perusahaan dihitung dengan *price to book value* (PBV) perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. *price book value* (PBV) penting dalam menggambarkan kinerja suatu perusahaan

yang dapat mempengaruhi persepsi para calon investor. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan yang maksimal apabila harga saham naik. Nilai Perusahaan dirumuskan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, pendapatan atau modal dari perusahaan tersebut. Ukuran aktiva dari perusahaan merupakan tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Apabila total aktiva yang dihasilkan oleh perusahaan besar, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan memiliki prospek yang baik dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang total asetnya kecil. Ukuran Perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = (\ln) \text{ of Total asset}$$

Leverage

Leverage merupakan rasio keuangan yang menggambarkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Di dalam penelitian ini leverage diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Leverage* dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{total hutang}}{\text{total ekuitas}}$$

Pertumbuhan Penjualan

Clarensia dan Azizah (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) dapat dilihat dari kenaikan penjualan dari tahun ke tahun. Bagi investor perusahaan yang pertumbuhannya baik, merupakan aspek yang menguntungkan dalam memperoleh *return*

atas investasinya. Pertumbuhan penjualan dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{penjualan } (t) - \text{penjualan } (t-1)}{\text{penjualan } (t-1)}$$

Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba akan menarik investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya jika tingkat profitabilitas perusahaan rendah maka investor akan menarik dananya. Kemampuan perusahaan diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA). ROA diambil langsung dalam laporan keuangan Profitabilitas dirumuskan sebagai berikut (Hanafi, 2012) :

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aktiva}}$$

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara tidak acak dan informasinya diperoleh dengan ketentuan yang disesuaikan dengan masalah penelitian. Sampel penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan yang terdaftar sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tergabung dalam indeks LQ45 periode Agustus 2016 – Januari 2017, sebab anggota perusahaan dalam LQ45 selalu berubah tiap periode, maka penulis mengambil sampel LQ45 pada saat memulai penelitian ini yaitu Agustus 2016 - Januari 2017.

2. Industri keuangan tidak dimasukkan ke dalam sampel karena perbedaan dalam perhitungan rasio.
3. Perusahaan indeks LQ45 yang melaporkan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2012-2015.
4. Perusahaan yang menggunakan mata uang Rupiah (Rp).

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu data menjadi lebih ringkas dan mudah dipahami yang dilihat dari nilai rata-rata, nilai minimal, nilai maksimal dan standar deviasi masing-masing variabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2013:160). Data yang telah dinyatakan berdistribusi normal taraf signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) $\geq (0,05)$, dan sebaliknya jika data tidak berdistribusi normal maka taraf signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) $< (0,05)$.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen (Ghozali, 2013:105). Untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikolinieritas di dalam model regresi dilakukan dengan melihat nilai tolerance. Nilai ini mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Indikasi terjadinya multikolinieritas yaitu apabila nilai *tolerance* ($\leq 0,10$) atau nilai VIF (≥ 10).

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas ini adalah untuk menguji apakah dalam model

regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi dikatakan baik apabila model tersebut homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:139). Terjadi heteroskedastisitas saat adanya nilai signifikansi $< 0,05$. Tidak ada heterokedastisitas jika nilai signifikansi $\geq 0,05$.

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
PBV	125	0.412	19.728	3.69295	3.291341
SIZE	125	1059	245435	32871.20	44752.238
LEV	125	0.093	5.666	1.14219	1.138324
GRO	125	-0.661	0.771	0.11838	0.199079
ROA	125	-0.021	0.395	0.10366	0.078110

Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi ini untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (periode tahun berjalan) dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode tahun sebelumnya) (Ghozali, 2013:110). Cara untuk menguji autokorelasi adalah dengan percobaan d (*Durbin-Watson*). Hipotesis yang digunakan untuk uji ini adalah:

- Jika $0 < d < dl$ atau $4-dl < d < 4$, maka autokorelasi dengan hipotesis nol ditolak.
- Jika $du < d < 4-du$, maka tidak ada autokorelasi dengan hipotesis nol diterima.
- Jika $dl \leq d \leq du$ atau $4-du \leq d \leq 4-dl$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang berarti.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini bertujuan untuk menguji pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau secara parsial. Analisis ini juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini analisis deskriptif akan menjelaskan dan mendeskriptifkan data yang dilihat dari minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Berikut ini ialah penjelasan dari analisis deskriptif.

1. Nilai Perusahaan

Diketahui bahwa *Price Book Value* (PBV) untuk jumlah sampel 125 perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 0,412 oleh PT. Aneka Tambang (Persero) Tbk pada tahun 2015 dan nilai maksimum sebesar 19,728 oleh PT. HM. Sampoerna Tbk pada tahun 2012. Nilai rata-rata variabel PBV sebesar 3,69295 dan standar deviasi sebesar 3,291341. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata menunjukkan nilai standar deviasi yang berada dibawah nilai rata-rata yang berarti tingkat variasi data dari ukuran perusahaan terbilang kecil atau homogen artinya sebaran data penelitian baik.

2. Ukuran Perusahaan

Diketahui ukuran perusahaan (dalam ribuan) untuk jumlah sampel 125 perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1059 oleh PT. Hanson International Tbk pada tahun 2012 dan nilai maksimum sebesar 245435 oleh PT. Astra International Tbk pada tahun 2015. Nilai standar deviasi digunakan untuk melihat rentang jarak data satu dengan data yang lain dalam penelitian ini nilai standar deviasi sebesar 44752,238 dan nilai rata-rata sebesar 32871,20. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata menunjukkan nilai standar deviasi yang berada diatas nilai rata-rata yang berarti tingkat variasi data dari pertumbuhan penjualan besar atau heterogen.

3. Leverage

Diketahui bahwa *leverage* untuk jumlah sampel 125 perusahaan mempunyai nilai minimum 0,093 yang dimiliki oleh perusahaan PT. Hanson International Tbk pada tahun 2013 dan nilai maksimum sebesar 5,666 yang dimiliki oleh PT. Adhi Karya (Persero) Tbk pada tahun 2012. Nilai standar deviasi digunakan untuk melihat rentang jarak data satu dengan data yang lain dalam penelitian ini nilai standar deviasi sebesar 1.138324 dan nilai rata-rata sebesar 1.14219. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata menunjukkan nilai standar deviasi yang berada dibawah nilai rata-rata yang berarti tingkat variasi data dari *leverage* terbilang kecil atau homogen artinya sebaran data penelitian baik.

4. Pertumbuhan Penjualan

Diketahui bahwa pertumbuhan penjualan untuk jumlah sampel 125 perusahaan mempunyai nilai minimum dari pertumbuhan penjualan sebesar -0,661 yang dimiliki oleh PT. Hanson International Tbk pada tahun 2015. Nilai maksimum sebesar 0,771 yang dimiliki oleh PT. Alam Sutera Realty Tbk pada tahun 2012. Nilai standar deviasi digunakan untuk melihat rentang jarak data satu dengan data yang lain dalam penelitian ini nilai standar deviasi sebesar 0,199079 dan nilai rata-rata sebesar 0,11838. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata menunjukkan nilai standar deviasi yang berada diatas nilai rata-rata yang berarti tingkat variasi data dari pertumbuhan penjualan besar atau heterogen.

5. Profitabilitas

Diketahui bahwa profitabilitas untuk jumlah sampel 125 perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar -0,021 yang dimiliki oleh PT. Hanson International Tbk pada tahun 2012. Nilai maksimum sebesar 0,395 yang dimiliki oleh PT. HM. Sampoerna Tbk pada tahun 2013. Nilai standar deviasi digunakan

untuk melihat rentang jarak data satu dengan data yang lain dalam penelitian ini nilai standar deviasi sebesar 0,078110 dan nilai rata-rata sebesar 0,10366. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata menunjukkan nilai standar deviasi berada dibawah nilai rata-rata yang berarti tingkat variasi data dari profitabilitas terbilang kecil atau homogen artinya sebaran data penelitian baik.

Uji Normalitas

Hasil perhitungan normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya *Kolmogorov-Smirnov Test (Test Statistic) > 0,05*. Signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov Test = 0,200 > 0,05* maka dapat disimpulkan bahwa residual model regresi telah berdistribusi normal.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	125
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen (Ghozali, 2013:105).

Tabel 3
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
SIZE	0.934	1.071
LEVERAGE	0.735	1.361
GROWTH	0.949	1.053
ROA	0.751	1.332

Berdasarkan tabel 3 pada nilai *Tolerance* variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) yaitu

sebesar 0,934, *leverage* sebesar 0,735, pertumbuhan penjualan (*GROWTH*) sebesar 0,949, dan profitabilitas (ROA) sebesar 0,751. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tidak terjadi multikolinieritas. Nilai VIF variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) sebesar 1,071, *leverage* sebesar 1,361, pertumbuhan penjualan (*GROWTH*) sebesar 1,053, dan profitabilitas (ROA) sebesar 1,332. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 yang berarti keempat variabel independen tersebut tidak terjadi multikolinieritas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Model regresi dikatakan baik apabila model tersebut homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:139).

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	0.038
SIZE	0.045
LEVERAGE	0.001
GROWTH	0.098
ROA	0.000

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk variabel Ukuran Perusahaan (*SIZE*), *Leverage*, dan Profitabilitas < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terdapat heteroskedastisitas. Sedangkan variabel Pertumbuhan Penjualan (*Growth*) nilai signifikansinya $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2013: 107), tujuan dari uji autokorelasi ini untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi

antara kesalahan pengganggu pada periode t (periode tahun berjalan) dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (periode tahun sebelumnya).

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.068

Berdasarkan tabel 5 *Durbin-Watson*, jumlah sampel (n) = 125 dan variabel independen (k) = 4 ditemukan $du = 1,7745$. Nilai *Durbin-Watson* pada tabel 4.8 sebesar 2,068, yang artinya nilai *Durbin-Watson* terletak diantara $du = 1,7745$ dan $4-du = 2,2255$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dan model regresi layak digunakan.

Analisis Regresi Berganda Koefisien Determinasi (R^2)

Menunjukkan seberapa besar kemampuan model variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:97).

Tabel 6
Hasil Uji R^2

Model	Adjusted R Square
1	0.675

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *adjust R^2* adalah sebesar 0,675, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas bisa menjelaskan sebesar 67,5 persen terhadap variabel nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 32,5 persen dijelaskan oleh faktor lain diluar model regresi.

Uji F

Uji statistik F (F test) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel-variabel bebas yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013:98), dan digunakan untuk menguji model apakah *fit* atau tidak *fit*.

Tabel 7
Hasil Uji F

Model	Sig.
Regression	0,000
Residual	
Total	

Berdasarkan tabel 7 dari hasil uji F hitung sebesar 65,288 yang telah dilakukan, didapatkan hasil dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang artinya model regresi *fit* dan dapat digunakan dalam mengetahui pengaruh variabel ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas secara bersama-sama mempengaruhi variabel nilai perusahaan.

Uji t

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji (Ghozali, 2013:88).

Sehingga dari uji t yang telah dilakukan berdasarkan tabel 8 didapatkan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, hipotesis pertama menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 8 nilai t menunjukkan angka -1,680 dengan signifikansi $0,096 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak mempunyai

pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan LQ45, sehingga H_1 ditolak.

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, hipotesis kedua menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 8 nilai t menunjukkan angka 5,738 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan LQ45, sehingga H_2 diterima.

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, hipotesis ketiga menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 8 nilai t menunjukkan angka -1,391 dengan signifikansi $0,167 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan LQ45, sehingga H_3 ditolak.

d. Pengujian Hipotesis Keempat

Dari hasil uji t yang telah dilakukan, hipotesis keempat menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 8 nilai t menunjukkan angka 15,445 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan LQ45, sehingga H_4 diterima

Tabel 8
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
(Constant)	7.465	1.404	0.163
SIZE	-0.286	-1.680	0.096
LEVERAGE	0.991	5.738	0.000
GROWTH	-1.209	-1.391	0.167
ROA	38.468	15.445	0.000

Model regresi linier berganda dapat menggunakan rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{SIZE} + \beta_2 \text{LEV} + \beta_3 \text{GRO} + \beta_4 \text{ROA} + e$$

Sehingga bila dimasukkan kedalam persamaan regresi diatas akan seperti berikut :

$$Y = 7,465 - 0,286\text{SIZE} + 0,991\text{Lev} - 1,209\text{Growth} + 38,468\text{ROA} + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa :

- Konstanta (α) sebesar 7,465 memperlihatkan bahwa variabel bebas (variabel independen) dianggap konstan, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 7,465
- Koefisien regresi *Leverage* (X_2) sebesar 0,991 memperlihatkan bahwa setiap ada peningkatan pada variabel *leverage* sebesar satu, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,991.
- Koefisien regresi ROA (X_4) sebesar 38,468 memperlihatkan bahwa setiap ada peningkatan return on asset sebesar satu, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 38,468.
- “e” menunjukkan variabel pengganggu diluar variabel ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas.

Pembahasan

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik dengan uji-t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*Size*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan LQ45. Ukuran perusahaan yang meningkat menunjukkan ukuran perusahaan yang baik. Peningkatan yang terjadi mengindikasikan bahwa perusahaan terus mengalami perkembangan usaha sehingga menghasilkan laba yang tinggi. Pada perusahaan yang berukuran besar, manajer akan berusaha memaksimalkan kemampuannya mengelola perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena pada perusahaan besar cenderung menjadi sorotan masyarakat. Namun, pada perusahaan kecil meskipun investasinya kurang besar juga dapat memberikan keuntungan yang optimal.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva, perusahaan dengan total aktiva yang besar dengan komponen dominan pada piutang dan persediaan belum tentu dapat membayar deviden (laba ditahan) dikarenakan aset yang menumpuk pada piutang dan persediaan. Perusahaan lebih mempertahankan laba dibagikan membagikannya sebagai deviden, yang dapat mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan. Mengacu pada temuan tersebut dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki total aset yang besar belum tentu memberikan keyakinan kepada investor dalam mengelola

perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik untuk variabel berikutnya variabel *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan LQ45. Penelitian ini menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan indeks LQ45 sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula. Penggunaan *leverage* mampu meningkatkan nilai perusahaan karena dalam perhitungan pajak, bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan dahulu, sehingga mengakibatkan perusahaan memperoleh keringanan pajak.

Hasil penelitian ini konsisten dengan pendapat Modigliani dan Miller (1963) dalam Hanafi (2008: 306) yang menyatakan bahwa jika ada pajak penghasilan perusahaan maka penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak. Dengan adanya pengurangan pembayaran pajak maka *earning after tax* akan semakin meningkat dan dapat meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan laba meningkat.

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (*Growth*) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik dengan uji-t menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (*growth*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan LQ45. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak. Hal ini mengindikasikan meningkatnya penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan karena pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya. Ketika perusahaan mengalami kenaikan penjualan, hal tersebut belum

tentu mengindikasikan bahwa laba juga akan meningkat dengan kata lain laba akan menurun. Dengan menurunnya laba tersebut mengakibatkan tidak dapat meningkatkan harga saham perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik untuk variabel berikutnya variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan LQ45. Hal tersebut berarti bahwa apabila profitabilitas semakin meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Profitabilitas yang diukur dengan ROA yang tinggi mencerminkan posisi perusahaan yang bagus sehingga nilai yang diberikan pasar yang tercermin pada harga saham terhadap perusahaan tersebut juga akan bagus. Profitabilitas yang mengalami penurunan disebabkan perusahaan menghasilkan laba negatif atau rugi, sehingga para investor tidak tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik oleh para investor. Apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Dengan demikian semakin tinggi nilai rasio ini maka akan semakin baik posisi perusahaan yang berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi investasi yang digunakan. Hal ini dapat memungkinkan perusahaan untuk membiayai investasi dari dana yang berasal dari sumber internal yang tersedia dalam laba ditahan, sehingga informasi dalam ROA akan menjadi nilai positif bagi investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian terhadap hipotesis penelitian dan pembahasan hasil, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hipotesis satu ditolak, variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45. Pada perusahaan yang berukuran besar, manajer akan berusaha memaksimalkan kemampuannya mengelola perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena pada perusahaan besar cenderung menjadi sorotan masyarakat. Namun, pada perusahaan kecil meskipun investasinya kurang besar juga dapat memberikan keuntungan yang optimal.
- b. Hipotesis dua diterima, variabel *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45. Penelitian ini menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan indeks LQ45 sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula.
- c. Hipotesis tiga ditolak, variabel Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45. Hal ini mengindikasikan meningkatnya penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan karena pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya.
- d. Hipotesis empat diterima, variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45. Profitabilitas yang diukur dengan ROA yang tinggi mencerminkan posisi perusahaan yang bagus sehingga nilai yang diberikan pasar yang tercermin pada harga saham terhadap perusahaan tersebut juga akan bagus.

untuk perusahaan diluar atau tidak pernah terdaftar kedalam indeks LQ45.

2. Terdapat model penelitian yang tidak signifikan terjadi pada uji heteroskedastisitas pada variabel ukuran perusahaan (*Size*), variabel *leverage*, dan variabel profitabilitas (ROA).

Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel perusahaan selain yang terdaftar dalam indeks LQ45 untuk melihat apakah hasil penelitian tetap sama apabila perusahaan yang digunakan selain perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 sehingga hasil penelitian dapat di generalisasi.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih menentukan kriteria dengan asumsi bahwa data tidak mengalami uji heteroskedastisitas yang terlalu banyak sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang maksimal dan sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti.

Keterbatasan

1. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan indeks LQ45 periode Agustus 2016 – Januari 2017 sehingga hasil riset belum tentu dapat digunakan

DAFTAR RUJUKAN

- Adikara, Y. N. 2011. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Skripsi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Afza, Talat dan Syamsa Tahir. 2012. Determinants of Price-Earnings Ratio: The Case of Chemical Sector of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8: 331-343.
- Afzal, Arie. 2012. "Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan". Skripsi Jurusan Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Analisa, Yangs. 2011. "Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Indonesia tahun 2006-2008)". Fakultas ekonomi Universitas Diponegoro : Semarang.
- Bhayo, Mujeeb U Rehman, Ali Khan mubashir, and Shahza Shaikh Raja. 2011. An Idiosyncratic Explanation of Earning Price Ratio Based on Financial Statement Analysis. *International Journal of Business and Social Science*, (9), 243-249.
- Chen, Li-Ju. 2011. The Influence of Profitability on Firm Value with Capital Structure as The Mediator and Firm Size and Industry as Moderators. *Investment Management and Financial Innovations*, 8(3): 121-128.
- Cheng, Ming Chang. & Tzeng, Zuwei Ching. 2011. The Effect of Leverage on Firm Value and How The Firm Financial Quality Influence on This Effect. *World Journal of Management*. 3(2): 30-53.
- Cheung, W. M., Chung, R., & Fung, S. 2015. The effects of stock liquidity on firm value and corporate governance: Endogeneity and the REIT experiment. *Journal of Corporate Finance*, 35, 211-231.
- Dewi, R. Rosiyana., dan Tarnia, Tia. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance (GCG) sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informasi Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik*, 6(2), 115-132.
- Dj, Alfredo Mahendra, Luh Gede Sri Artini dan A. A. Gede Suarjaya. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 6 (2): 130-138.
- Efni, Yulia; Djumilah; Ubud dan Mintarti. 2012. Price Earning Ratio, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen: Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 10(1).
- Ernawati, D. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(4).

- Fahmi, Irham. 2012. *Pengantar Manajemen Keuangan: Teori dan Soal Jawab*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gill, Amarjit. And Obradovich, John D. 2012. The Impact of Corporate Governance and Financial Leverage on the Value of American Firms. *International Research Journal of Finance and Economics*, 91.
- Hanafi, Mamduh M. 2008. *Manajemen Keuangan Edisi 1*. Yogyakarta: YKP
- _____. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi 1, Yogyakarta: BPFE.
- Hansen, Verawati., dan Juniarti. 2014. "Pengaruh Family Control, Size, Growth, dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi". Universitas Kristen Petra, Surabaya
- Hassan, R., & Marimuthu, M. 2016. Corporate Governance, Board Diversity, And Firm Value: Examining Large Companies Using Panel Data Approach. *Economics Bulletin*, 36(3), 1737-1750.
- Hermuningsih, Sri. 2013. Profitability, Growth Opportunity, Capital Structure and The Firm Value. *Bulletin of Monetary, Economics and Banking*.
- Husnan, Suad. (2013). *Manajemen Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta : BPFE.
- Horne, James C. Van dan John M Wachowicz, Jr. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 13. Jakarta : Salemba Empat.
- Imron, Galih Syaiful., Hidayat, Riskin., dan Alliyah, Siti. 2013. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderasi. *POTENSIO*, 18(2).
- Istiningdiah, Fanti. 2012. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Wholesale and Retail Trade yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2010"
- Languju, O. 2016. Pengaruh Return On Equity, Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Property And Real Estate Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2), 1-12.
- Mabruroh, V., Riswan, R., & Lestari, S. 2015. Pengaruh Price Earning Ratio, Leverage, Dividend Payout Ratio, Profitabilitas Dan Cash Holdings Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non-Keuangan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45. *Monex*, 4(1), 1-9.
- Mandalika, A. 2016. Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 1-12.
- Maryam, Sitti. 2014. "Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang

- terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. Skripsi S1 Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Moniaga, F. 2013. Struktur Modal, Profitabilitas dan Struktur Biaya terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik Porcelen dan Kaca periode 2007-2011. *Jurnal EMBA*. 1(4).
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 4, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mufidah, N. 2014. Pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Kualitas Laba terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.
- Mulyati, H., & Kalbuana, N. (2016). Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Garment dan Textile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015).
- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return On Asset*, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks LQ45. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1-11.
- Prasetyorini, Bhukti Fitri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 183-196.
- Pratama, I., & Wiksuana, I. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2).
- Putu Rendi Suryagung Ryadi dan I Ketut Sujana. 2014. Pengaruh Price Earning Ratio, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan Pada Return Saham Indeks LQ45. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* (8.2 2014: 202-216. ISSN: 2302-8556)
- Rahayu, Fitri Dwi dan Asandimitra, Nadia. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Manufaktur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2).
- Rakhimsyah, Lely Amnah dan Barbara Gunawan. 2011. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Investasi*, 7(1), 31-45.
- Ramadan, Imad Zeyad. 2015. *Leverage ang the Jordanian Firm' Value: Empirical Evidence*. *International Journal of Economics and Finance*. 7 (4): 75-81
- Riyanto, Bambang. 2011. *Dasar-Dasar Pembelanjaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Scott, William R, *Financial Accounting Theory*. Sixth Edition, Pearson Canada Inc., Toronto, 2012.
- Sofyan Syafri Harahap, 2011. *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. Edisi ke5, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiono, Lisa Puspitasari dan Christiawan, Y. Jogi. 2013. Analisa Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Industri Ritel yang Terdaftar Pada Bursa 59 Efek Indonesia Tahun 2007-2012. *Jurnal Business Accounting Review*, 1(2), 298-305

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tandelilin, Eduardus. 2010. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*, Edisi: Pertama. Yogyakarta: BPF.

Weston J.Fred dan Copeland E.Thomas, 2004. *Manajemen Keuangan*. Edisi Sembilan. Jakarta : Binarupa Aksara.

<http://www.kompasiana.com>

<http://www.landasanteori.com>

<http://idx.co.id>

