

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Dewi Ernawati
dtheta_okt@yahoo.com
Dini Widyawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

A company through its financial manager should be able to run its function in managing finance properly and as efficient as possible. The standard which is used to assess the success of a financial manager in managing the finance of the company is from the firm value. The firm value can reflect the condition of the company. There are many factors which can determine the firm value. This research is conducted to test the influence of profitability, leverage, and firm size to the firm value on the manufacturing companies which are engaged in the field of consumer goods industry which are listed in Indonesia Stock Exchange. The samples are 22 manufacturing companies which are engaged in the field of consumer goods industries which are listed in Indonesia Stock Exchange. The sample collection technique has been carried out by using purposive sampling technique. The data is the secondary data. The data analysis has been carried out by using classic assumption test, the multiple regressions analysis and the hypothesis test which is done by using t test and F test with the level of significance 5% are used as the data analysis technique. The result of the analysis shows that profitability has positive influence to the firm value, with the significance value 0.000 is smaller than $\alpha = 0.05$ and the regressions coefficient is 0,074. The leverage has negative influence to the firm value, with the significance value 0.097 is bigger than $\alpha = 0.05$ and the regressions coefficient is -1.641. The firm size has positive influence to the firm value with the significance value 0.000 is smaller than $\alpha = 0.05$ and the regressions coefficient is 0.353.

Keywords: Profitability, Leverage, Firm Size and Firm Value.

ABSTRAK

Perusahaan melalui manajer keuangan harus mampu menjalankan fungsinya didalam mengelola keuangan dengan benar dan seefisien mungkin. Ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan seorang manajer keuangan dalam mengelola keuangan perusahaan adalah dengan melihat nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Terdapat banyak faktor-faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian terdiri dari 22 perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan *level of significance* 5%. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$

dan koefisien regresi sebesar 0,074. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,097 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar -1,641. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,353.

Kata kunci : Profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Meningkatnya persaingan usaha dan semakin rumitnya situasi yang dihadapi oleh perusahaan modern masa kini menuntut ruang lingkup dan peran seorang manajer keuangan yang semakin luas. Perusahaan melalui manajer keuangan harus mampu menjalankan fungsinya didalam mengelola keuangan dengan benar dan seefisien mungkin. Ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan seorang manajer keuangan dalam mengelola keuangan perusahaan adalah dengan melihat nilai perusahaan.

Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Bagi perusahaan yang masih bersifat *private* atau belum *go public*, nilai perusahaan ditetapkan oleh lembaga penilai atau *appraisal company* (Suharli, 2006). Bagi perusahaan yang akan *go public*, nilai perusahaan dapat diindikasikan atau tersirat dari jumlah variabel yang melekat pada perusahaan tersebut. Misalnya aset yang dimiliki perusahaan serta keahlian manajemen mengelola perusahaan. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi maka apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, maka nilai perusahaan akan berada di atas atau di bawah nilai yang sebenarnya.

Namun terkadang perusahaan tidak berhasil untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dikarenakan ketika pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Ketika pemegang saham mempercayakan pengelolaan kepada pihak lain, para pemilik mengharapkan pihak manajemen akan berjuang sekuat tenaga untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang akhirnya akan meningkatkan nilai kemakmuran pemegang saham. Para pemegang saham membayar jasa profesional pihak manajemen untuk mengedepankan kepentingan pemegang saham. Yaitu kesejahteraan pemegang saham.

Ketidakberhasilan tersebut juga dapat dikarenakan tidak cermatnya pihak manajemen mengaplikasikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor internal maupun faktor eksternal dari perusahaan. Menurut Rahmawati (2002). Faktor eksternal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa tingkat bunga, fluktuasi nilai valas dan keadaan pasar modal. Namun nilai perusahaan juga dapat turun oleh faktor eksternal tersebut. Misalnya keadaan krisis ekonomi yang terjadi tahun 1999 yang lalu mengakibatkan tidak lakunya saham di bursa efek. Tidak lakunya saham sebuah perusahaan dapat mengakibatkan turunnya nilai perusahaan bagi perusahaan yang telah *go public*. Nilai perusahaan dapat dinilai dengan permintaan terhadap perusahaan tersebut (Suharli, 2006). Sedangkan faktor internal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa pembayaran pajak, ukuran perusahaan, pertumbuhan, resiko keuangan,

nilai aktiva yang diagunkan, profitabilitas, pembayaran deviden, *non debt taxshield*. Variabel-variabel dalam faktor internal tersebut dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Terdapat banyak faktor-faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, antara lain ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Rachmawati dan Hanung Triatmoko, 2007). Namun ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan oleh Siallagan dan M. Machfoedz (2006).

Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki resiko *leverage* yang lebih kecil. Dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvabel, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Karena *leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko *leveragenya* juga tinggi, sehingga mereka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut didapat dari hutang yang akan meningkatkan resiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Faktor selanjutnya yaitu profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pembayaran dividen yang semakin meningkat menunjukkan prospek perusahaan semakin bagus sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham dan nilai perusahaan akan meningkat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan? apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan? dan apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

Nilai Perusahaan

Suharli (2006) menjelaskan bahwa salah satu hal yang dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan dimana investor tersebut akan menanamkan modal. Fokus utama dalam penciptaan nilai adalah pada semua kesempatan dalam hal manajer ingin memanfaatkan secara penuh semua kesempatan yang ada untuk menilai saham atau sekuritas. Berdasarkan pandangan keuangan nilai perusahaan adalah nilai kini (*present value*) dari pendapatan mendatang (*future free cash flow*).

Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Gapenski, 1996). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para

pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Menurut Michelle & Megawati (2005) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan. Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan (Petronila dan Mukhlisin, 2003). Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Leverage

Solvabilitas (*leverage*) digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri (Weston dan Copeland, 1992). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki resiko *leverage* yang lebih kecil.

Dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvabel, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Karena *leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko *leverage* nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut didapat dari hutang yang akan meningkatkan resiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibanya tepat waktu.

Ukuran Perusahaan

Perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat mereka menjadi kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi. Selain itu, perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibanding perusahaan kecil. Menurut Sujoko (2007) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan

merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas dapat dihitung dengan ROE (*return on equity*). ROE mencerminkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dan dengan ROE yang tinggi akan meningkatkan harga saham. Maka akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Sebuah perusahaan dikatakan tidak solvabel apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total aset yang dimiliki perusahaan. Dengan semakin tingginya rasio *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur. Hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leveragenya* tinggi karena semakin tinggi rasio *leveragenya* semakin tinggi pula resiko investasinya (Weston dan Copeland, 1992). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₂: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aset perusahaan. Dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Ekspektasi investor 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. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang mengungkap besar atau kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam angka-angka, dengan cara mengumpulkan data yang merupakan faktor pendukung terhadap pengaruh antara variabel-variabel yang bersangkutan kemudian mencoba untuk dianalisis dengan menggunakan alat analisis yang sesuai dengan variabel - variabel dalam penelitian.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2011. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: Perusahaan yang terdaftar dalam sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2011, menyajikan laporan keuangan periode 2009-2011, memiliki *price to book value* yang mencerminkan nilai perusahaan yang terus bertambah, memiliki *leverage* positif yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang dan memiliki rasio profitabilitas ROE yang positif.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), dan Pojok Bursa Efek STIESIA.

Untuk keperluan penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data yang telah ada dan tidak dikumpulkan sendiri oleh peneliti (Sekaran, 2006). Data ini didapatkan dari publikasi-publikasi dan data dokumenter yang dipublikasikan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Independen

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Pengertian yang sama disampaikan oleh Husnan (2001) bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas diukur menggunakan ROE (*return on equity*) yang merupakan tingkat pengembalian atas ekuitas pemilik perusahaan. Menurut Weston dan Copeland (1992), Brigham dan Houston (2001), ROE dihitung dengan menggunakan rumus :

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

Leverage

Solvabilitas (*leverage*) digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri (Weston dan Copeland, 1992). *Leverage* atau solvabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya apabila perusahaan tersebut likuidasi pada suatu waktu. Weston dan Copeland (1992) merumuskan rasio *leverage* sebagai berikut:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinyatakan dengan total aset, jadi semakin besar total aset semakin besar pula ukuran perusahaan itu dan begitu pula sebaliknya. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Suharli, 2006). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinilai dengan *log of total assets*. Hal ini dilakukan karena ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset dinyatakan dalam jutaan rupiah sehingga membuat digit data terlalu besar, nilai, dan sebarannya yang juga besar dari variabel lain sehingga dapat menyebabkan fluktuasi data yang berlebihan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan log natural dari total aset (Nadeem dan Wang, 2011).

$$\text{SIZE} = \text{Log of total asset}$$

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan PBV (*Price Book Value*) (Weston dan Brigham, 2001:92). *Price Book Value* merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Data PBV sudah tersaji di ICMD, atau dapat dihitung secara manual dengan rumus berikut ini :

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

Price to book value atau PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham pada suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio PBV nya mencapai di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar lebih besar dari nilai bukunya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian yaitu nilai perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai_Perusahaan	66	,26	6,01	1,8988	1,53387
Profitabilitas	66	,70	49,82	15,0867	10,71210
Leverage	66	,09	,70	,3429	,15681
Ukuran_Perusahaan	66	11,51	17,80	14,0062	1,48436
Valid N (listwise)	66				

Sumber : Hasil Olahan SPSS 21.0

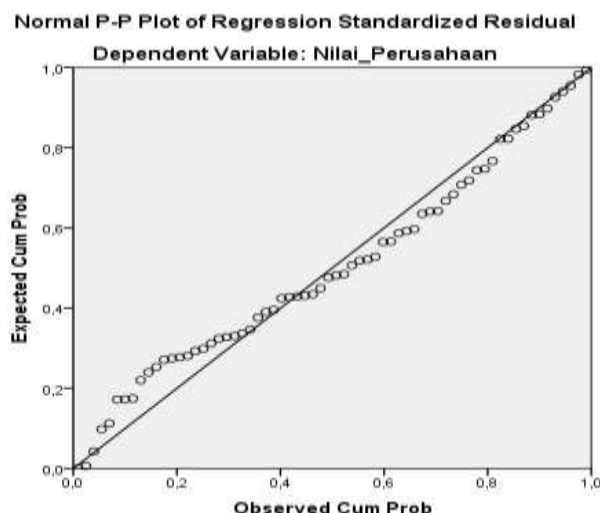
Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 66. Variabel nilai perusahaan selama periode penelitian memiliki nilai minimum sebesar 0,26, nilai maksimum sebesar 6,01, nilai mean sebesar 1,8988 dan standar deviasi sebesar 1,53387.

Variabel profitabilitas selama periode penelitian memiliki nilai minimum 0,70, nilai maksimum sebesar 49,82, nilai mean sebesar 15,0867 dan standar deviasi sebesar 10,71210. Variabel *leverage* selama periode penelitian memiliki nilai minimum sebesar 0,09, nilai maksimum sebesar 0,70, nilai mean sebesar 0,3429 dan standar deviasi sebesar 0,15681. Variabel ukuran perusahaan selama periode penelitian memiliki nilai minimum sebesar 11,51, nilai maksimum sebesar 17,80, nilai mean sebesar 14,0062 dan standar deviasi sebesar 1,48436.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Residual

Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, dapat diuji dengan metode pendekatan grafik *normal probability plot*. Dasar pengambilan keputusan dari tampilan grafik *normal probability plot* yang mengacu pada Ghozali (2006), yaitu: (1) Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, berarti menunjukkan pola distribusi yang normal sehingga model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas. (2) Jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal berarti tidak menunjukkan pola distribusi yang normal sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Grafik normalitas disajikan pada gambar 1.



Gambar 1
Grafik Normal P-Plot of Regression Standardized

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, berarti menunjukkan pola distribusi yang normal sehingga model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* di bawah 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Hasil pengujian dengan menggunakan nilai *tolerance* dan VIF, dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Nilai VIF dan Tolerance

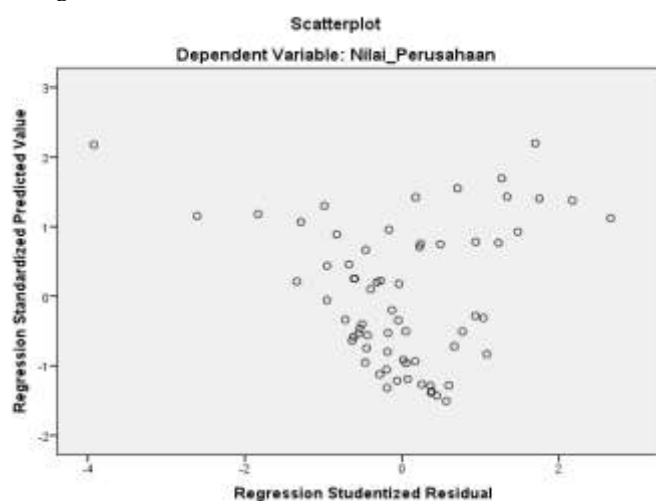
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3,588	1,307		-2,746	,008		
1 Profitabilitas	,074	,014	,514	5,183	,000	,813	1,230
Leverage	-1,641	,974	-,168	-1,685	,097	,807	1,239
Ukuran_Perusahaan	,353	,096	,341	3,681	,000	,931	1,075

Sumber : Hasil Olahan SPSS 21.0

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa semua variabel independen menunjukkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu kepengamatan yang lain tetap. Hal seperti itu juga disebut sebagai homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan *residual error* yaitu SRESID. Jika ada pola tertentu dan tidak menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dapat dilihat melalui grafik scatterplot seperti gambar 2.



Gambar 2
Grafik Scatter Plot

Berdasarkan grafik *scatter plot* dapat dilihat bahwa pola yang berbentuk (berupa titik) menyebar di atas dan di tengah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi (Ghozali, 2006): (1) Bahwa nilai DW terletak diantara batas atas atau *upper bound* (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi positif; (2) Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol berarti ada autokorelasi positif; (3) Bila nilai DW lebih besar daripada batas bawah atau *lower bound* ($4-dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol berarti ada autokorelasi negatif; (4) Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan. Uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Nilai Durbin-Waston
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,710 ^a	,504	,480	1,10583	,504	21,020	3	62	,000	1,707

a. Predictors: (Constant), Ukuran_Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber : Hasil Olahan SPSS 21.0

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai DW sebesar 1,707. Pada taraf signifikansi 5% dengan variabel bebas $k = 3$ dan $n = 66$ diperoleh nilai $dl = 1,5079$ dan $du = 1,6974$. Nilai DW terletak pada $du < d \leq 4-du$ yaitu $1,6974 < 1,707 \leq 2,3026$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung autokorelasi positif atau negatif.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program spss 21.0 diperoleh hasil pada tabel 4.

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Data SPSS 21.0
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	-3,588	1,307		-2,746	,008		
	Profitabilitas	,074	,014	,514	5,183	,000	,813	1,230
	Leverage	-1,641	,974	-,168	-1,685	,097	,807	1,239
	Ukuran_Perusahaan	,353	,096	,341	3,681	,000	,931	1,075

Sumber : Hasil Olahan SPSS 21.0

Berdasarkan hasil perhitungan program spss pada tabel 4 diketahui bahwa persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = -3,588 + 0,074P + -1,641L + 0,353UP$$

Persamaan regresi di atas mempunyai arti sebagai berikut: (1) Koefisien konstanta berdasarkan perhitungan regresi adalah -3,588 dengan nilai negatif, yang berarti bahwa dengan asumsi jika semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh, maka besarnya nilai perusahaan -3,588; (2) Koefisien regresi untuk profitabilitas adalah sebesar 0,074 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 variabel profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,074; (3) Koefisien regresi untuk *leverage* sebesar -1,641 menunjukkan bahwa setiap penurunan 1 variabel *leverage* maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 1,641;

(4) Koefisien regresi untuk ukuran perusahaan sebesar 0,353 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 variabel ukuran perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,353.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam penelitian ini berguna untuk mengukur seberapa besar peranan variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai R² yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Data SPSS 21.0
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,710 ^a	,504	,480	1,10583	,504	21,020	3	62	,000	1,707

a. Predictors: (Constant), Ukuran_Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber :Hasil Olahan SPSS 21.0

Dari tabel 5 diketahui bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (*adjusted R square*) sebesar 0,480 atau sebesar 48%. Hal ini berarti 48% dari variabel dependen yaitu nilai perusahaan dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 52 % dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Statistik F

Untuk mengetahui bahwa variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji ANOVA
Data SPSS 21.0
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77,112	3	25,704	21,020	,000 ^b
	Residual	75,817	62	1,223		
	Total	152,929	65			

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran_Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

Sumber : Hasil Olahan SPSS 21.0

Dari hasil pengolahan data pada tabel 6, didapat nilai F_{hitung} sebesar 21,020 *sig* pada $p-value = 0,000$. Sedangkan untuk mencari F_{tabel} dengan jumlah sampel (n) = 66 dan jumlah variabel (k) = 4 dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2,753. Sehingga $21,020 > 2,753$ dan secara statistik diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Statistik t

Untuk mengetahui bahwa variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Dalam pengujian ini sampel (n) = 66, jumlah variabel (k) = 4 dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$ sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,999. Untuk mengetahui t_{hitung} setiap variabel dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Statistik t
Data SPSS 21.0
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,588	1,307		-2,746	,008		
	Profitabilitas	,074	,014	,514	5,183	,000	,813	1,230
	Leverage	-1,641	,974	-,168	-1,685	,097	,807	1,239
	Ukuran_Perusahaan	,353	,096	,341	3,681	,000	,931	1,075

Sumber : Hasil Olahan SPSS 21.0

Uji hipotesis 1 (pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan)

Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa profitabilitas memiliki t_{hitung} sebesar 5,183 sehingga $t_{hitung} 5,183 > t_{tabel} 1,999$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Variabel

profitabilitas dalam penelitian ini secara individu berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini berarti bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung nilai perusahaannya tinggi pula, dan sebaliknya.

Uji hipotesis 2 (pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan)

Hipotesis kedua yang diajukan menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa *leverage* memiliki t_{hitung} sebesar -1,685 sehingga $t_{hitung} -1,685 < t_{tabel} 1,999$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,097 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Variabel *leverage* dalam penelitian ini secara individu berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini berarti bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung nilai perusahaannya rendah, dan sebaliknya.

Uji hipotesis 3 (pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan)

Hipotesis ketiga yang diajukan menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa ukuran perusahaan memiliki t_{hitung} sebesar 3,681 sehingga $t_{hitung} 3,681 > t_{tabel} 1,999$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini secara individu berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini berarti bahwa perusahaan dengan ukuran perusahaan tinggi cenderung nilai perusahaannya tinggi pula, dan sebaliknya.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, terlihat bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima. Semakin tinggi profit perusahaan, maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Tingginya minat investor dan dengan ROE yang tinggi maka akan meningkatkan harga saham. Harga saham yang tinggi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori yang disampaikan oleh Husnan (2001) yang menyatakan semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik dimata investor. Penelitian lain yang mendukung hasil penelitian ini, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2010) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Studi Kasus pada Perusahaan *Go Public* yang *Listed* tahun 2005-2008, salah satu hasilnya adalah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak didukung oleh hasil penelitian Putra *et al* (2010) yang menemukan bukti bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, terlihat bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa hipotesis 2 diterima. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi, maka cenderung resiko investasi akan tinggi pula. Dengan resiko investasi yang tinggi tentunya para investor juga akan berfikir dua kali untuk menanamkan modalnya. Sehingga *leverage* yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Susanti (2010) dan Natalia (2013) yang menyatakan *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian variabel *leverage* ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Soliha dan Taswan (2008) dimana variabel *leverage* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemungkinan perbedaan hasil penelitian ini dikarenakan perbedaan periode amatan yang digunakan. Penelitian Soliha dan Taswan (2008) menggunakan periode waktu selama 5 tahun yaitu dari tahun 1992-1996 dimana dalam penelitian tersebut diperoleh data dari aktivitas ekonomi secara normal karena tidak terpengaruh oleh krisis ekonomi dan moneter sejak tahun 1997. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan data-data dari periode 2009-2011, dimana banyak fenomena yang terjadi di Indonesia antaranya kondisi ekonomi pasca krisis 1997 dan krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 2008.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, terlihat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal, sehingga nilai perusahaan pun juga akan naik.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Sujoko (2007) yaitu ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Penelitian variabel ukuran perusahaan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Taswan (2003), dimana ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ayu Sri (2013), dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,074. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi; (2) Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,097 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar -1,641. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi, maka nilai perusahaannya akan semakin menurun; (3) Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh

positif terhadap perusahaan. Hal ini didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,353. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mencoba memberikan saran untuk peneliti selanjutnya, antara lain: (1) Penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan sampel penelitian yang lebih banyak dan periode penelitian yang lebih panjang dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang lebih baik; (2) Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini didasarkan pada tingkat *Adjusted R²* 48% pada penelitian ini. Hal ini berarti masih terdapat 52% variabel informasi lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F. dan L. C Gapenski. 1996. *Intermediate Financial Management, Sixth Edition, the Dryden press, Harcourt Brace College Publishers.*
- Brigham, E. F. dan Houston. 2001. *Manajemen Keuangan.* Edisi Kedelapan, Erlangga. Jakarta.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19.* Semarang: BP Undip.
- Husnan, S. 2001. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas.* Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN. Yogyakarta.
- Michelle dan O. Megawati. 2005. *Memprediksi Tingkat Pengembalian Investasi Pada Equity Securities Melalui Rasio Profitabilitas, Likuiditas Dan Hutang Pada Perusahaan Public di Jakarta.* SNA VIII. Jakarta.
- Nadeem dan Z. Wang. 2011. Determinant of Capital Structure: an empirical study of firm in manufacturing industry of Pakistan. *International Research Journal of Managerial Finance.*
- Natalia. 2013. *Leverage Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Manufaktur Go Publik di Indonesia.* *Jurnal Emba Vol. 1 No. 3*
- Petronila, T.A dan Mukhlisin. 2003. Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan dengan Opini Audit Sebagai Moderating Variabel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* PP. 17-26.
- Putra, T.P., M. Chabachib, M. Haryanto, dan I.R.D. Pangestuti. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Beta Saham terhadap Price To Book Value (Studi Pada Perusahaan Real Estate dan Property yang Listed Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2004-2006).
- Rahmawati. 2002. Motivasi, Batasan, dan Peluang Manajemen Laba (Studi Empiris pada Industri Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* Vol. 23, No. 4, hal. 385-403.
- Rachmawati, A dan H. Triatmoko. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. SNA X Makasar. Hal 1-26.
- Sekaran, U. 2006. *“Metodologi Penelitian untuk Bisnis”.* Buku 1, Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.
- Siallagan, H dan M. Machfoedz. 2006. Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. SNA IX Padang.
- Soliha, E dan Taswan., 2008. Pengaruh Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi.*

- Sri, A. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*: 358-372.
- Suharli. 2006. Studi Empiris Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Go Public di Indonesia. *Jurnal Maksi* vol. 06. Jakarta.
- Sujoko. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, *Leverage*, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 9. No. 1. Maret: 41-48.
- Susanti, R. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Go Publik yang Listed Tahun 2005-2008).
- Taswan. 2003. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang dan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 10. No. 2. September: 162-181.
- Weston J. F. dan E. F. Brigham. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.
- Weston, J. F. dan T. E. Copeland. 1992. *Financial Theory and Corporate Policy*, 3rd Edition. Addison-Wesley Publishing Company.

