

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Nadya Shita Pramudia
nadyapramudia70@gmail.com
Siti Rokhmi Fuadati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The value of the company is one of the considerations of investors in making investments to maintain cooperation between the company and investors must pay attention to the value of the company because of the evidence of the company's performance that can affect the perception of investors. Due to high firm value, which one of the objectives of company's owner, it also reflects prosperity of the stakeholders. It means, the management should maximize prosperity of the stakeholders. Therefore, this research aimed to find out the effect profitability, firm growth, and firm size on firm value. Moreover, the population was 25 go public Food and Beverages companies which were listed on Indonesia Stock Exchange. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 13 go public Food and Beverages companies as sample during observation 2014-2018. Additionally, according to proper model test of regression, the research result, from hypothesis test, concluded profitability and had positive and significant effect on firm value. Likewise, firm size had positive and significant effect on firm value. On the other hand, firm growth had positive but insignificant effect on firm value.

Keywords: profitability, firm growth, firm size, firm value

ABSTRAK

Nilai perusahaan adalah salah satu pertimbangan investor dalam melakukan investasi untuk menjaga kerjasamanya antara perusahaan dengan investor harus memperhatikan nilai perusahaan karena bukti dari kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi dari investor. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi, dan manajemen perusahaan harus berusaha memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah 25 perusahaan food and beverages yang go public di Bursa Efek Indonesia, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 13 perusahaan, periode pengamatan yang dilakukan pada tahun 2014-2018. Berdasarkan uji kelayakan model regresi yang dihasilkan layak dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Di dalam dunia bisnis yang semakin tumbuh dan berkembang yang tepatnya di Negara Indonesia, persaingan industri dituntut untuk lebih kompetitif dikarenakan banyak pesaing, untuk meningkatkan persaingan itu perusahaan harus memiliki strategi tertentu yang diantaranya harus lebih berinovasi baik secara individual maupun korporasi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Di era globalisasi ini untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis memanglah tidak mudah apalagi di perusahaan industri di bidang makanan dan minuman, perusahaan harus memberikan kualitas dan nilai terbaik kepada konsumennya. Masyarakat Indonesia cenderung konsumtif

dalam makanan siap saji yang banyak menyebabkan perusahaan-perusahaan baru bermunculan di bidang makanan dan minuman karena sektor industri *food and beverage* dianggap mempunyai prospek yang menguntungkan baik. Saham perusahaan di bidang industri manufaktur pada sektor makanan dan minuman banyak yang diminati oleh para investor untuk berinvestasi karena *food and beverage* telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia yang terkenal konsumtif dalam hal makanan dan minuman.

Investasi yang dilakukan oleh setiap investor akan mengharapkan pengembalian tingkat bunga yang tinggi dan investor tidak menginginkan adanya resiko dari investasi tersebut. Nilai perusahaan adalah salah satu pertimbangan investor dalam melakukan investasi, untuk menjaga kerjasama antara perusahaan dengan investor perusahaan sendiri harus memperhatikan nilai perusahaan karena nilai perusahaan merupakan bukti dari kinerja perusahaan tersebut yang dapat memengaruhi persepsi dari para investor. Semakin tinggi nilai perusahaan maka perusahaan itu semakin berkembang dan lebih banyak diminati oleh para investor. Berikut data perusahaan yang diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV) pada perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2014-2018 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Nilai Perusahaan (PBV)
Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2014-2018
(Kali)

| Tahun | PBV | Laba | Penjualan |
|-------|------|--------|-----------|
| 2014 | 4,71 | 9,623 | 118,388 |
| 2015 | 3,08 | 10,185 | 133,412 |
| 2016 | 2,70 | 9,573 | 136,830 |
| 2017 | 7,00 | 2,506 | 119,521 |
| 2018 | 5,62 | 9,034 | 132,988 |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020.

Tabel 1, PBV yang merupakan alat ukur nilai perusahaan dimana nilai perusahaan *Food And Beverage* mengalami naik-turun, hal ini dapat disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa kinerja perusahaan, pertumbuhan laba operasi, dan ukuran perusahaan, sementara faktor eksternal adalah faktor yang bersumber dari stabilitas ekonomi, kebijakan pemerintah dan kebijakan moneter. Selain PBV, laba juga merupakan suatu tolok ukur bagi investor untuk mengetahui hasil operasi perusahaan selama satu periode dimana laba pada perusahaan *Food And Beverage* juga mengalami fluktuasi dikarenakan kinerja perusahaan yang tidak tetap dan dapat dikatakan baik jika rata-rata industri sebesar 5,98% (Lukviarman, 2006:36) berdasarkan rata-rata laba perusahaan pada tahun 2017 sebesar 2,506% yang menunjukkan kurang baik. Selain itu penjualan juga merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai tujuan agar perusahaan dapat tercapai, maka perusahaan harus mempunyai perencanaan strategi yang baik untuk meningkatkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan bagi kemakmuran para pemegang saham adalah salah satu tujuan utama suatu perusahaan (Hery, 2017:2).

Nilai perusahaan juga memiliki faktor yang dapat memengaruhi para investor untuk menanamkan modalnya, karena investor tidak dengan sembarangan menanamkan modalnya pada perusahaan. Menurut Dewi *et. al.*, (2014) dengan semakin bertambahnya usaha banyak perusahaan yang bermunculan dengan pesat yang menyebabkan persaingan, maka perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kemakmuran para pemilik perusahaan atau para pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan. Di dalam perusahaan profitabilitas

sangat dibutuhkan, Profitabilitas merupakan satu elemen penting dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan di periode tertentu demi mempertahankan kelangsungan usahanya itu memiliki prospek yang baik dimasa mendatang karena untuk menghasilkan laba yang meningkat dan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dalam memperluas usahanya dan semakin tinggi pula profitabilitas akan menjamin kelangsungan hidup usahanya.

Beberapa penelitian pernah dilakukan yang berhubungan dengan profitabilitas diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013) variabel profitabilitas yang merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Semakin besar laba yang didapatkan oleh perusahaan maka semakin besar perusahaan memiliki kemampuan dalam membayar biaya dividennya bisa berdampak pada kenaikan nilai perusahaan yang dimana dapat menarik minat investor untuk menanamkan dananya di perusahaan. Hasil penelitian yang diperolehnya menunjukkan bahwasannya mendapatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perusahaan sedangkan Herawati (2013) apabila profitabilitas perusahaan meningkat dapat dikatakan bahwa apabila keuntungan per lembar saham meningkat, tetapi harga saham tidak meningkat maka nilai perusahaan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suastini *et al.*, (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan yang digunakan adalah asset yang dapat mencerminkan suatu perusahaan dapat memiliki kemampuan dalam mempertahankan ekonominya walaupun keadaan perekonomian usahanya meningkat. Perusahaan yang terus tumbuh dengan cepat akan memiliki citra yang baik bagi perusahaan itu sendiri yang bisa mendapatkan respon positif bagi para investor sehingga berpengaruh pada peningkatan harga saham. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gusnita dan Martha (2019) pertumbuhan perusahaan adalah tergantung dari naik turunnya total asset perusahaan tahun sebelumnya mencerminkan profitabilitas pertumbuhan pada tahun depan dan pada tahun yang akan datang dan pertumbuhan asset yang cukup besar pada pertumbuhan perusahaan dapat meningkatkan laba perusahaan, baik itu berupa peningkatan maupun penurunan dapat dinyatakan bahwa perusahaan dapat berkembang atau tidak. Semakin cepat tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin besar pula tingkat dana yang akan dikeluarkan oleh perusahaan baik dari faktor kegiatan internal maupun faktor kegiatan eksternal yang dimana bisa mengakibatkan penurunan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam mengelola assetnya dengan baik. Jika total asset di dalam perusahaan itu tinggi maka hal tersebut akan menarik para investor untuk menanamkan sahamnya perusahaan. Ketika harga saham naik maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ioleh Sari (2019) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan Dewi dan Wirajaya (2013) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dirumuskan masalah sebagai berikut: (1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?; (2) Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?; (3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan? Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk: (1) mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (2) mengetahui apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (3) mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORETIS

Nilai Perusahaan

Menurut Suastini *et al.*, (2016) nilai perusahaan mempunyai manfaat bagi para pemegang saham untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Menurut Herawati (2013) menyatakan nilai perusahaan adalah hasil kinerja manajemen dari beberapa faktor yang mendasari yaitu seperti arus kas bersih, pertumbuhan dan biaya modal. Menurut Martha *et al.*, (2018) Nilai perusahaan adalah harga saham yang diperdagangkan dipasar akan menjadi ukuran nilai di nilai pasar seperti kreditur dan investor. Menurut Sartono (2010:487), nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya nilai likuiditas adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan tersebut. Sartono (2010:11) menyatakan pengukuran dalam indikator keuangan itu ada 2 yaitu finansial dan non finansial, indikator finansial dari beberapa faktor adalah *earning per share ratio*, *price earning ratio*, dan tingkat bunga bebas risiko yang diukur dari tingkat bunga deposito pemerintah dan tingkat kepastian operasi perusahaan. Pengukuran tentang nilai perusahaan dapat digunakan dari harga saham perusahaan dengan menggunakan rasio penilaian. Sudana (2011:23), rasio penilaian dapat memberikan pengetahuan nilai kepada masyarakat seberapa besar perusahaan dapat dinilai, yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan pembelian saham perusahaan karena nilai saham lebih besar dari nilai bukunya. Berikut ini ada beberapa pengukuran nilai perusahaan yang terdiri dari: (1) *Price Earning Ratio (PER)*, Sugiyono dan Untung (2016:70), rasio ini diperoleh dari harga saham biasa dibagi dengan laba perusahaan (*earning per share*), maka semakin tinggi rasio ini akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan juga semakin membaik; (2) *Price Book Value (PBV)*, Santoso (2018:260) menyatakan *Price Book Value (PBV)* merupakan rasio yang menghitung perbandingan antara harga saham perusahaan dengan nilai bukunya. Nilai buku suatu asset dalam satu periode tertentu dapat berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. *Price book value* menyatakan seberapa jauh kemampuan perusahaan untuk menciptakan kemampuan perusahaan yang relatif dengan banyaknya modal yang di investasikan; (3) Tobin's Q, menurut Weston dan Copeland (2008:243), alternative yang digunakan untuk menilai nilai perusahaan dengan menggunakan Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Rasio Q lebih tinggi dari rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena estimasi pasar saat ini relatif terhadap biaya yang dibutuhkan untuk pengembalian dollar investasi incremental. EMV didapatkan dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun dengan jumlah yang beredar pada akhir tahun, untuk perhitungan EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajiban. Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) berdasarkan metode perhitungan yang digunakan ada lima jenis konsep nilai perusahaan yaitu sebagai berikut: (1) nilai nominal; (2) nilai pasar; (3) nilai intrinsik; (4) nilai buku; (5) nilai likuiditas. Menurut Keown dan John (2011:240) ada beberapa variabel kuantitatif yang sering digunakan dalam memperkirakan nilai perusahaan adalah sebagai berikut: (1) nilai buku (*book value*); (2) nilai likuiditas; (3) nilai harga pasar.

Profitabilitas

Perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan untuk melangsungkan hidup perusahaan di masa yang akan datang tanpa adanya profit perusahaan itu akan sulit menarik investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan tersebut (Hermuningsih, 2012). Menurut Rahmawati *et al.*, (2015) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana asset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Pramana dan Mustanda (2016) apabila perusahaan mampu memperoleh laba yang meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham mencerminkan dari profitabilitas yang tinggi. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi

yang dimiliki perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan (Dewi dan Wirajaya, 2013). Menurut Martalina (2011) menyatakan bahwa dengan tingginya tingkat laba yang dihasilkan, maka prospek perusahaan untuk menjalankan operasinya dimasa depan juga tinggi, sehingga nilai perusahaan tercermin dari harga saham perusahaan juga akan meningkat. Menurut Hery (2017:193) *Return On Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan oleh penulis untuk menghitung kinerja keuangan perusahaan dengan membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. ROA merefleksikan seberapa banyak perusahaan yang memperoleh hasil atas sumber daya keuangan yang telah ditanamkan pada perusahaan. Kasmir (2015:197) rasio profitabilitas mempunyai fungsi kegunaan dalam pihak perusahaan atau luar perusahaan adalah sebagai berikut: (1) untuk menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu; (2) untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun saat ini; (3) untuk menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri; (4) untuk menilai perkembangan keuntungan dari waktu ke waktu

Kasmir (2015:198) ada beberapa manfaat rasio profitabilitas yaitu, sebagai berikut: (1) untuk mengetahui seberapa besar tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode; (2) untuk mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang; (3) untuk mengetahui perkembangan profitabilitas dari waktu ke waktu; (4) untuk mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri; (5) untuk mengetahui produktivitas dari seluruh keuangan perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Jenis rasio profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur posisi keuangan perusahaan dalam periode tertentu dan untuk beberapa periode tertentu (Kasmir, 2015:199). Ada beberapa jenis rasio profitabilitas yang akan digunakan adalah sebagai berikut: (1) *Net Profit Margin*; (2) *Return On Assets (ROA)*; (3) *Return On Equity*; (4) *Earning per Share of Common Stock*. Menurut Hartono (2007) Suatu perusahaan dalam tingkat tinggi rendahnya profitabilitas dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang membentuk profitabilitas adalah sebagai berikut: (1) *profit margin*; (2) *asset utilization*; (3) *total equity*.

Pertumbuhan Perusahaan

Pradana *et al.*, (2013) pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Assets Growth Ratio* yang menunjukkan pertumbuhan asset merupakan aktiva yang digunakan untuk aset operasional perusahaan. *Company Growth* merupakan suatu perusahaan atas peningkatan atau penurunan terhadap total asset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Pertumbuhan perusahaan dihitung dari prosentase perubahan asset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya (Supratiningrum, 2013). Pertumbuhan perusahaan menunjukkan penentuan banyaknya investasi asset yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan *pecking order theory*, perusahaan akan cenderung akan menggunakan dana internal terlebih dahulu, baru kemudian menggunakan dana eksternal (hutang). Ketika perusahaan melakukan investasi dalam jumlah besar sehingga melebihi jumlah laba ditahan, maka akan mengalami peningkatan hutang (Hestaningrum, 2012). Kasmir (2015:107), rasio pertumbuhan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Pradana *et al.*, (2013) pertumbuhan perusahaan juga dapat diukur dengan pertumbuhan jumlah penjualannya, seperti (1) *Assets Growth Ratio*, menunjukkan pertumbuhan asset dimana asset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktiva operasional perusahaan. Hal ini didasarkan pada keyakinan kreditor atas dana yang ditanamkan kedalam perusahaan dijamin oleh besarnya aset yang dimiliki perusahaan Ang (dalam Windaarti, 2011); (2) *Sales Growth Ratio*, menurut Armstrong (2005:327) mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan per tahun.

Ukuran Perusahaan

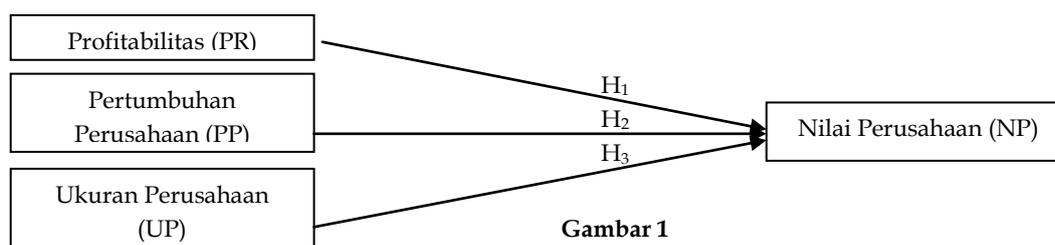
Menurut Seftianne (2011) ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan, besar kecilnya usaha ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan dalam penetapan skala besar kecilnya perusahaan ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total asset yang dimiliki perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar yang dibandingkan dengan jumlah liabilitas perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2016).

Penelitian Terdahulu

Dewi dan Wirajaya (2013), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur modal, profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Titin (2013), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijakan deviden, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Menunjukkan hasil profitabilitas berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. Dewi dan Wirajaya (2013), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur modal, profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Menunjukkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Suastini et al., (2016), penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Menunjukkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Gusnita dan Martha (2019), bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur modal dalam memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan di Indonesia (pada perusahaan finance yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Menunjukkan hasil pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sari (2019), bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur asset, struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rerangka Konseptual

Faktor-faktor fundamental mikro adalah faktor-faktor yang berkaitan dengan kondisi keuangan perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap harga saham perusahaan *Food And Beverage* dengan pertimbangan bahwa sejauh ini umumnya terjadi di Indonesia. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel independen yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Dari penjelasan diatas, maka rerangka konseptual yang digunakan untuk menjelaskan penelitian ini adalah sebagai berikut



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Sumber: data diolah

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Horne dan Wachowicz, 2005:222). Menurut Dewi dan Wirajaya (2013), variabel profitabilitas yang merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Hasil penelitian yang diperolehnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Herawati (2013) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Informasi yang disediakan oleh perusahaan tentang pertumbuhan perusahaan akan sangat direspon dengan positif oleh para investor. Dari sudut pandang investor, tinggi tingkat pertumbuhan suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan sehingga para investorpun tertarik untuk melakukan investasi sehingga akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan pun akan meningkat. Suastini *et al.*, (2016) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan yang digunakan adalah asset yang dapat mencerminkan suatu perusahaan dapat memiliki kemampuan dalam mempertahankan ekonominya walaupun keadaan perekonomian usahanya meningkat. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Gusnita dan Martha (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Pratama dan Wiksuana (2016) ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam mengelola assetnya dengan baik. Jika total asset di dalam perusahaan itu tinggi maka hal tersebut akan menarik para investor untuk menanamkan sahamnya. Ketika harga saham naik maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban-kewajibannya atau hutang sudah terlunasi. Hasil penelitian dari Sari (2019) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan Dewi dan Wirajaya (2013) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal komparatif. merupakan penelitian yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Kuncoro, 2013). Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 25 perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:156) Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* digunakan ketika setiap unit dalam populasi memiliki karakteristik yang tidak sama. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan *Food And Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2018; (2) Perusahaan *Food And Beverage* yang mempublikasikan laporan keuangan dengan lengkap selama periode 2014-2018; (3) Perusahaan *Food And Beverage* yang memiliki laba positif selama periode 2014-2018.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data dokumentasi berupa arsip laporan keuangan perusahaan *food and beverage* pada tahun 2014-2018. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan dari pengumpulan dokumen berupa laporan keuangan yang diperoleh dari Galeri Bursa Efek Indonesia (BEI) dan situs resmi BEI (www.idx.co.id) yang telah dipublikasikan.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan variabel independen yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan. Nilai Perusahaan yang dapat diukur melalui *Price Book Value* (PBV). Menurut Harmono (2017:144) untuk mengukur *Price Book Value* adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Menurut Sartono (2010:122) menyatakan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba dalam penjualan, total aktiva, atau modal sendiri. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur Profitabilitas perusahaan menggunakan *Return On Assets*. Menurut Tandelilin (2010:372) *Return On Assets* menggambarkan sejauh mana kemampuan asset yang dimiliki dalam mengukur perusahaan untuk memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini diproksikan sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Assets}}$$

Pertumbuhan perusahaan dari perubahan total asset dapat dilihat dari perusahaan karena suatu perubahan asset perusahaan itu baik berupa peningkatan maupun penurunan menandakan bahwa suatu perusahaan dapat berkembang atau tidak. Apabila dilihat dari sisi investor, dari pertumbuhan perusahaan yang baik diharapkan dapat menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih banyak atas investasi yang dilakukan dan investor dapat mengindikasikan melalui informasi peningkatan total aktiva dari suatu perusahaan yang mendapat respon baik dari pasar, sehingga dapat mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat (Suwardika dan Mustanda, 2017). Rasio ini diproksikan dengan:

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Total Assets}_t - \text{Total Assets}_{t-1}}{\text{Total Assets}_{t-1}}$$

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log, size, nilai pasar saham dan lain-lain. Semakin besar total aktiva maka semakin besar pula ukuran

perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan harga saham akan meningkat, Ukuran perusahaan dihitung (Muhammad,2017) : $Ukuran\ Perusahaan = Ln.Total\ Assets$

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:96) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda memprediksi nilai dari variabel dependen yaitu nilai perusahaan apabila nilai variabel independen yaitu profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif. Persamaan regresi yang digunakan yakni: $NP = a + \beta_1 PR + \beta_2 PP + \beta_3 UP + e$

Keterangan:

NP : Nilai Perusahaan

a : Konstanta

$\beta_1; \beta_2; \beta_3$: Koefesien Variabel Bebas

PR Profitabilitas

PP : Pertumbuhan Perusahaan

UP : Ukuran Perusahaan

E : error

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-sample Kolmogorov-Smirnov*. Data disimpulkan berdistribusi normal jika nilai signifikansi yang diperoleh (*p value*) lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 5\%$). Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari nilai ($\alpha = 5\%$), maka data disimpulkan tidak berdistribusi normal. Uji analisis grafik yaitu dengan melihat metode normal *probability-plot* yaitu metode membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal (Ghozali, 2018:156). Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut: (1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, menunjukkan pola distribusi yang normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas; (2) Jika data menyebar menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, menunjukkan tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji stastistik dilakukan dengan melihat *kurtosis* dan *sweknees* (kemenangan distribusi) dari residual. Selain menggunakan uji grafik dan uji statistik cara mendeteksi uji normalitas bisa menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu sebagai berikut: (1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ secara statistik maka H_0 diterima, yang berarti data terdistribusi normal; (2) Apabila nilai tidak signifikansi $< 0,05$ secara statistik maka H_0 ditolak, yang berarti data terdistribusi tidak normal.

Menurut Ghozali (2018:108) uji multikolinearitas adalah bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinerita dengan cara memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Nilai *cutt of* dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* kurang dari 1 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* auto korelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*). Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah uji *Durbin-Watson (DW test)* (Ghozali, 2018:107). Suatu adanya atau tidak autokorelasi dalam pengambilan keputusan sebagai berikut: (1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif; (2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi; (3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Menurut Ghozali (2018:138), uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka model regresi tersebut homoskedastisitas. Sebaliknya jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka model regresi termasuk heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID (residual) dan ZPRED (variabel terikat) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; (2) Jika tidak ada pola yang jelas secara titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model atau Uji F

Menurut Ghozali (2018:96) uji kelayakan model dari penelitian ini menggunakan uji F yang bertujuan untuk mengetahui layak atau tidak suatu model dalam penelitian. Adapun beberapa kriteria pengujian adalah sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan Uji F < 0,05 maka model yang digunakan dalam penelitian dikatakan layak untuk digunakan analisis berikutnya; (2) Jika nilai signifikan Uji F > 0,05 maka model penelitian ditolak atau dikatakan tidak layak untuk digunakan analisis berikutnya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) koefisiensi determinasi yaitu alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai arti yang dikatakan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, Jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel dependen amat terbatas. Koefisien determinasi memiliki kelemahan yaitu terhadap jumlah variabel independent yang dimasukan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:95). Menurut Sugiyono (2014:192) adapun kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Kriteria Pengujian Koefisien Determinasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00-0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20-0,339 | Rendah |
| 0,40-0,599 | Cukup |
| 0,60-0,799 | Kuat |
| 0,80-1,000 | Sangat Kuat |

Sumber: Sugiyono (2014:192)

Pengujian Hipotesis atau Uji t

Menurut Ghozali (2018:98) uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dibawah ini ada beberapa kriteria pengujian yaitu sebagai berikut: (1) Apabila nilai signifikan uji t > 0,05 maka hipotesis penelitian ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen; (2) Apabila nilai signifikan uji t < 0,05 maka hipotesis penelitian diterima, karena variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Berikut Tabel 3 yang menjelaskan hasil pengujian statistik dalam penelitian ini.

Tabel 3
Statistik Deskriptif

| | <i>Descriptive Statistics</i> | | | | |
|--------------------|-------------------------------|-------|-------|---------|----------------|
| | N | Min | Max | Mean | Std. Deviation |
| PR | 65 | .01 | .55 | .1135 | .11104 |
| PP | 65 | -.16 | .62 | .1326 | .14196 |
| UP | 65 | 23.94 | 30.50 | 27.7417 | 1.58071 |
| NP | 65 | .34 | 45.47 | 9.4566 | 8.84020 |
| Valid N (listwise) | 65 | | | | |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3, bahwa jumlah observasi (N) dari penelitian ini adalah 65. Pada variabel profitabilitas menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,01 dan terbesar adalah 0,55. Rata-rata variabel profitabilitas yang diobservasi adalah sebesar 0,1135 dan standar deviasi sebesar 0,11104. Pada variabel pertumbuhan perusahaan menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah -0,16 dan terbesar adalah 0,62. Rata-rata pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,1326. Standar deviasi pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini sebesar 0,14196. Pada variabel ukuran perusahaan menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 23,94 dan terbesar adalah 30,50. Rata-rata ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar 27,7417. Standar deviasi ukuran perusahaan dalam penelitian ini sebesar 1,58071. Pada variabel nilai perusahaan menunjukkan bahwa nilai yang terkecil adalah 0,34 dan terbesar adalah 45,47. Rata-rata variabel nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar 9,4566. Standar deviasi nilai perusahaan dalam penelitian ini sebesar 8,84020.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan menguji pengaruh dua atau lebih variabel

independen terhadap variabel dependen. Hasil regresi linear berganda nampak pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 32.665 | 14.458 | | 2.259 | .027 |
| PR | 49.914 | 7.565 | .627 | 6.598 | .000 |
| PP | 5.091 | 5.902 | .082 | .863 | .392 |
| UP | 1.290 | .527 | .231 | 2.448 | .017 |

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4, dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut: $NP = 32,665 + 49,914 PR + 5,091 PP + 1,290 UP + e$

Berdasarkan pada model persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan, sebagai berikut: (1) Besarnya nilai konstanta adalah 32,665 menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan = 0 atau konstan, maka variabel nilai perusahaan akan sebesar 32,665; (2) Koefisien regresi profitabilitas, besarnya nilai koefisien regresi profitabilitas sebesar 49,914, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (3) Koefisien regresi pertumbuhan perusahaan, besarnya nilai koefisien regresi pertumbuhan perusahaan sebesar 5,091, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel pertumbuhan perusahaan dengan nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (4) Koefisien regresi ukuran perusahaan, besarnya nilai koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 1,290, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Hasil dari Uji Normalitas nampak pada Tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 65 |
| Normal Parameters ^a | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 6.39134194 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .074 |
| | Positive | .072 |
| | Negative | -.074 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .598 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .866 |

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa besarnya nilai dari *kolmogorov smirnov tes* sebesar 0,598 dan nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar 0,866 > 0,050, hal ini sesuai dengan ketentuan dan dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independen. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|-----------------------|-----------|-------|-------------------------|
| Profitabilitas | 0,949 | 1,054 | Bebas Multikolinearitas |
| Pertumbuhan Penjualan | 0,954 | 1,048 | Bebas Multikolinearitas |
| Ukuran Perusahaan | 0,965 | 1,036 | Bebas Multikolinearitas |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Hasil yang diperoleh berdasarkan pada Tabel 6, dapat dijelaskan nilai *tolerance* untuk variabel PR sebesar 0,949, variabel PP sebesar 0,954 dan variabel UP sebesar 0,965. Sedangkan untuk nilai VIF untuk variabel PR 1,054, variabel PP sebesar 1,048 dan untuk variabel UP sebesar 1,036 Sehingga dari hasil yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai *tolerance* kurang dari 1 dan VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Hasil uji autokorelasi dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .691 ^a | .477 | .452 | 6.54662 | .756 |

a. Predictors: (Constant), UP, PP, PR

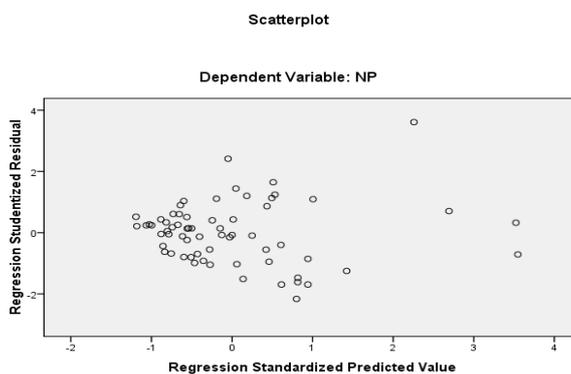
b. Dependent Variable: NP

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 7, angka *Durbin Watson* sebesar 0,756. Nilai tersebut berada diantara - 2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi atau terbebas dari autokorelasi, maka dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas
Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Gambar 2, didapat hasil titik-titik menyebar secara acak, dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Hasil uji kelayakan model dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8
Hasil Uji Kelayakan Model

| ANOVA ^b | | | | | | |
|--------------------|-------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | <i>Regression</i> | 2387.194 | 3 | 795.731 | 18.567 | .000 ^a |
| | <i>Residual</i> | 2614.352 | 61 | 42.858 | | |
| | <i>Total</i> | 5001.546 | 64 | | | |

a. *Predictors:* (Constant), UP, PP, PR

b. *Dependent Variable:* NP

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 8, F hitung sebesar 18,567 dengan sig 0,000. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$, maka H_0 berhasil ditolak dan H_1 berhasil diterima, dibuktikan dengan hasil perhitungan nilai sig 0,000 kurang dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian layak untuk diuji lebih lanjut.

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Hasil uji koefisien determinasi berganda nampak pada Tabel 9.

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

| <i>Model Summary^b</i> | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .691 ^a | .477 | .452 | 6.54662 |

a. *Predictors:* (Constant), UP, PP, PR

b. *Dependent Variable:* NP

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui R square (R^2) sebesar 0,477 atau 47,7% yang menunjukkan kontribusi dari variabel profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran

perusahaan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2018, sedangkan sisanya 52,3% dikontribusi oleh faktor lainnya diluar model penelitian yang digunakan. Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2018. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,691 atau 69,1% yang mengindikasikan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki hubungan yang cukup kuat.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel nilai perusahaan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Hasil dari Uji t, yang nampak pada Tabel 10.

Tabel 10
Hasil Uji t

| Variabel | T | Sig | Keterangan |
|-----------------------|-------|------|--------------------|
| Profitabilitas | 6.598 | .000 | Hipotesis Diterima |
| Pertumbuhan Penjualan | 0.863 | .392 | Hipotesis Ditolak |
| Ukuran Perusahaan | 2.448 | .017 | Hipotesis Diterima |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh: (1) Pengujian pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai signifikansi 0,000 atau nilai signifikansi $< 0,05$, dengan arah positif terhadap nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis pertama diterima; (2) Pengujian pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai signifikansi 0,392 atau nilai signifikansi $> 0,05$, dengan arah positif terhadap nilai perusahaan, hal ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis kedua ditolak; (3) Pengujian pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai signifikansi 0,017 atau nilai signifikansi $< 0,05$, dengan arah positif terhadap nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menemukan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sebagaimana yang tampak pada Tabel 10. Dengan demikian hasil uji hipotesis yang pertama dengan menggunakan uji hipotesis berhasil membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013), mengemukakan ada hubungan positif dan signifikan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, hal ini berarti dengan adanya laba yang dimiliki oleh perusahaan maka akan dapat meningkatkan juga nilai perusahaan, semakin besar keuntungan yang diukur dari profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi meningkatnya nilai perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah keuntungan yang diukur dari profitabilitas perusahaan mempengaruhi semakin menurunnya nilai

perusahaan. Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Horne dan Wachowicz, 2005:222). Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya. Profitabilitas menggambarkan pendapatan yang dimiliki perusahaan untuk membiayai investasi. Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi investor. Perusahaan yang baik (sehat) mempunyai profitabilitas yang besar dan cenderung memiliki laporan keuangan yang sewajarnya sehingga potensi untuk mendapatkan opini yang baik akan lebih besar dibandingkan dengan jika profitabilitasnya rendah. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan menggunakan laba ditahan sebelum memutuskan untuk menggunakan hutang

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan memberikan pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,392 > 0,05$ sebagaimana yang tampak pada Tabel 10. Dengan demikian hasil uji hipotesis yang kedua dengan menggunakan uji hipotesis tidak berhasil membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suastini *et al.*, (2016), menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan perubahan total asset perusahaan selama tahun penelitian lebih kecil atau sama dengan perubahan total asset perusahaan pada tahun sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan setiap adanya perubahan peningkatan maupun penurunan total asset selama periode pengamatan penelitian dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karena perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan cenderung dapat mempengaruhi investor dalam menilai saham perusahaan tersebut. Dengan demikian semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan mencerminkan tingkat produktivitas terpasang yang siap beroperasi serta kapasitas saat ini yang dapat diserap pasar dan mencerminkan daya saing perusahaan dalam pasar. Jadi, semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula penerimaan perusahaan. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan perusahaan, maka perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan didapatkan. Pertumbuhan perusahaan diukur dengan tumbuhnya asset dari tahun ke tahun. Perusahaan yang sedang berkembang pesat memiliki tingkat asset yang cenderung naik dari tahun ke tahun berikutnya. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang stabil. Pertumbuhan perusahaan dari tahun sebelumnya secara berkala dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan perusahaan pada tahun mendatang.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$ sebagaimana yang tampak pada Tabel 10. Dengan demikian hasil uji hipotesis yang ketiga dengan menggunakan uji hipotesis berhasil membuktikan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa

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. Menurut Pratama dan Wiksuana (2016) Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam mengelola assetnya dengan baik. Jika total asset di dalam perusahaan itu tinggi maka hal tersebut akan menarik para investor untuk menanamkan sahamnya perusahaan. Ketika harga saham naik maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Menurut keputusan ketua Bapepam No. Kep. 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva (kekayaan) adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus milyar, sedang kan perusahaan besar adalah badan hukum yang total aktiva diatas seratus milyar. Ukuran perusahaan sebagai proksi dari *political cost*, dianggap sangat sensitif terhadap perilaku pelaporan laba. Perusahaan berukuran sedang dan besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari para stakeholdernya, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan perusahaan kecil.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut: (1) Nilai koefisien determinasi berganda atau R^2 sebesar 0,477 berarti bahwa besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas yang terdiri dari profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014 sampai 2018 adalah sebesar 47,7%; (2) Pengujian hipotesis yang pertama yaitu untuk menguji pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan nilai $B_{understandardized}$ sebesar 49,914 dengan signifikansi sebesar 0,000, dan nilai uji t sebesar 6,598, disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; (3) Pengujian hipotesis kedua yaitu untuk menguji pengaruh variabel pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan nilai $B_{understandardized}$ sebesar 5,091 dengan signifikansi sebesar 0,392 dan nilai Uji t sebesar 0,863, disimpulkan variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan; (4) Pengujian hipotesis ketiga yaitu untuk menguji pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan nilai $B_{understandardized}$ sebesar 1,290 dengan signifikansi sebesar 0,017 dan nilai Uji t sebesar 1,29, disimpulkan variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Saran

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya: (1) Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga penulis mengharapkan peneliti berikutnya untuk meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti variabel struktur kepemilikan, *leverage* dan kebijakan hutang, dan lain-lain; (2) Penelitian ini dilakukan dalam periode 2014-2018. Dengan sampel sebanyak 65 sampel. Untuk penelitian selanjutnya, hendaknya perlu memperbesar ukuran sampel dan menambah tahun pengamatan penelitian.

Adapun beberapa saran sebagai berikut: (1) perusahaan sebaiknya dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA, dengan cara perusahaan melakukan peningkatan kinerja, kualifikasi dan efisiensi perusahaan dalam mengelola keuangan. Apabila kinerja perusahaan baik maka investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya;

(2) perusahaan yang mampu menekan laju pertumbuhan perusahaan dan semakin besar asetnya, jika asset yang digunakan asset yang produktif maka akan meningkatkan penjualan, penjualan meningkat, laba meningkat dan akan meningkatkan nilai perusahaan; (3) perusahaan perlu melakukan reinvestasi secara berkelanjutan dengan mempertimbangkan resiko yang mungkin terjadi dan dapat memberikan dampak positif di masa yang akan datang. Reinvestasi ini bertujuan untuk meningkatkan aktiva perusahaan per periode sehingga nilai perusahaan ikut naik; (4) Bagi manajemen perusahaan harus lebih meningkatkan kinerja perusahaan tanpa memikirkan kepentingan perusahaan agar dapat memenuhi kewajibannya serta mensejahterakan para pemegang saham, yang akan meningkatkan keuntungan yang diperoleh oleh investor; (5) Bagi para investor, dalam mengambil keputusan investasi untuk menanamkan saham di suatu perusahaan perlu memperhatikan potensi tumbuh kembang perusahaan dengan nilai perusahaan yang baik yang didukung oleh nilai ukuran perusahaan, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan yang memadai atau baik pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, M. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Elexmedia Komputindo. Jakarta.
- BAPEPAM. 1997. Keputusan ketua BAPEPAM No. Kep-11/PM/1997 Tentang Perubahan No. IX.C.7 Tentang Pedoman Mengenai Bentuk dan Isi Pernyataan dan Pendaftaran dalam Rangka Penawaran Umum Oleh Perusahaan Menengah atau Kecil.
- Christiawan, Y. G dan J. Tarigan. 2007. Kepemilikan dan Manajerial, Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 9 (1): 1-8.
- Dewi, A. S. M., dan A. Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*. 4 (2): 358-372.
- Dewi, P.Y.S., G.A. Yuniarta, A.W.T. Atmadja. 2014. Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. 2 (1): 1-10.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gusnita, E., dan L. Martha. 2019. Analisis Struktur Modal dalam Memoderasi Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP* 14 (2): 119-140.
- Herawati, T. 2013. Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal. Universitas Negeri Padang* 2 (2): 1-18.
- Harmono. 2017. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced*. Bumi Angkasa Raya. Jakarta.
- Hartono. 2007. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Edisi Kesatu. BPFE. Yogyakarta.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Grasindo. Jakarta.
- Hermuningsih, S. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta* 16 (2): 232-242.
- Hestaningrum. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Pemanufakturan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi. Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Horne, J. C. V., dan J. M. Wachowicz. 2005. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Keown, A. J. 2011. *Manajemen Keuangan: Penerapan*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kuncoro, N. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Keempat. Erlangga. Jakarta.
- Lukviarman, N. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Andalas University Press. Padang.

- Martalina, L. 2011. Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Skripsi. Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Martha, L., N.U. Sogiroh., M. Magdalena., F. Susanti., dan Y. Syahfitri. 2018. Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita* 3 (2): 227-238.
- Muhammad, A.S. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Net Profit Margin (NPM), dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham. *Jurnal Profita* (6): 1-11.
- Pradana, H., F. Rudi., dan Kiswanto. 2013. Pengaruh Resiko Bisnis, Struktur Aset, Ukuran dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal. *Accounting Analysis Journal* 2 (4): 423-429.
- Pramana, I.G.N.A.D., dan I.K. Mustanda. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5 (1): 561-594.
- Pratama, I.G.B.A., dan Wiksuana, I.G.B. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5 (2): 1338-1367.
- Rahmawati, A.D., Topowijono, dan S. Sulasmiyati. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 23 (2): 1-7.
- Rudangga, I.G.N.G., dan G.M. Sudiarta. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*. 5 (7): 4394-442.
- Santoso, S. 2018. *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sari, D.A.N. 2019. Pengaruh Struktur Aset, Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Telekomunikasi Di BEI. *Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*.
- Sartono, A. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Cetakan ke-6. BPFE. Yogyakarta.
- Seftianne R. H. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 13 (1): 39-56.
- Suastini, N.M., I.B.A. Purbawangsa, dan H. Rahyuda. 2016. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi). *E-jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 5 (1): 143-172.
- Sudana, I. M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, A. dan E. Untung. 2016. *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Revisi. Grasindo. Jakarta.
- Supratiningrum. 2013. Pengaruh Pertumbuhan Aktiva dan Ukuran Perusahaan Terhadap Strktur Modal Pada Perusahaan Perbankan. *Jurnal Ilmiah Dinamika dan Bisnis* 1 (1): 32-43.
- Suwardika I. N. A. dan I. K. Mustanda. 2017. Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6 (3): 1248-1277.
- Tandelilin, E. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi Kesatu. Kanisius. Yogyakarta
- Weston, J. dan Copeland. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Windiarti. 2011. Pengaruh Asset Growth Size, dan Return On Asset Terhadap Kebijakan Deviden. *Skripsi. Universitas Lampung. Lampung*.