

## PENGARUH *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE*

Dona Aurelia Laurenza DVG  
dvglaura29@gmail.com  
Djawoto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to examine the effect of leverage, firm size, and profitability on firm value. While, firm value was referred to Price to Book Value (PBV), leverage was referred to Debt to Equity Ratio (DER), firm size was referred to logarithm of natural total asset and profitability was referred to Return On Asset (ROA). Moreover, the population was 26 Food and Beverages companies which were listed on Indonesia Stock Exchange during 2016-2019. Furthermore, the research was quantitative. Additionally, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 10 companies as the sample. The data were in the form of documentation, from which its source from secondary data. Meanwhile, the data analysis technique used descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression, proper model test, determination coefficient test and hypothesis test. In addition, the research result concluded that leverage, firm size and profitability had a positive and significant effect on firm value.*

*Keywords: leverage, firm size, profitability, firm value.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan menggunakan PBV (*Price to Book Value*), *leverage* diproksikan dengan menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*), ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural total asset dan profitabilitas diproksikan dengan ROA (*Return On Assets*). Populasi penelitian ini adalah perusahaan pada sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019 sebanyak 26 perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan, dengan sampel penelitian yang didapat berjumlah 10 perusahaan pada *sektor Food and Beverage*. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data dokumenter dimana sumber data berasal dari data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji kelayakan model, uji koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Dari hasil uji penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, nilai perusahaan.

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang menyimpan banyak potensi bisnis yang menarik untuk di kembangkan, salah satu bisnisnya pada sektor *Food and Beverage*. Melihat menariknya kondisi yang terjadi dalam bisnis *Food and Beverage* di Indonesia, setidaknya ada beberapa hal yang membuat bisnis ini begitu cepat perkembangannya. (1) Secara demografi Indonesia memiliki jumlah penduduk yang cukup besar, sehingga semakin banyak permintaan akan produk industri makanan dan minuman. (2) Indonesia masih masuk dalam kategori negara berkembang. Sehingga karakter masyarakatnya suka akan aktivitas berbelanja, termasuk belanja

makan dan minum. Karena hal tersebut, pemilihan sektor *Food and Beverage* diambil dalam penelitian ini sebab produk makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat seluruh Indonesia maupun dunia walaupun dalam kondisi krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan.

Kontan.co.id (Kurniawan, 2018) turunnya daya beli dan juga ketatnya persaingan membuat perusahaan *Food and Beverage* tidak bisa mendulang untung berlipat. Pada gelaran Asian Games 2018 yang diharapkan bisa mendorong daya beli tetapi tidak terjadi. Persaingan yang semakin ketat dengan munculnya beragam usaha sejenis membuat keuntungan semakin berkurang. Serta kelihatannya para emiten belum menemukan strategi untuk memenangkan pangsa pasar. Dari kondisi tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan karena dari penurunan daya beli masyarakat dapat mengganggu nilai suatu perusahaan dan memberikan sinyal negatif para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan *Food and Beverage*. Fluktuasi nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* dapat dilihat dalam Tabel 1 di bawah ini:

**Tabel 1**  
**Nilai Perusahaan (PBV) Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019**

No	Kode Perusahaan	Tahun				Rata-rata
		2016	2017	2018	2019	
1	CEKA	904,64	849,96	498,82	427,11	670,13
2	DLTA	3.954,36	3.210,62	3.429,18	3.942,06	3.634,06
3	ICBP	1.713,47	1.671,33	5.366,90	4.711,36	3.365,76
4	IKP	300,95	38,38	29,39	21,69	97,60
5	MLBI	30.168,22	27.057,08	28.874,48	29.784,63	2.897,11
6	MYOR	5.870,48	6.141,21	6.857,42	5.713,92	6.145,76
7	ROTI	16.615,92	2.288,49	2.545,09	2.440,51	2.234,25
8	SKLT	718,38	2.470,38	3.054,25	2.723,87	2.241,72
9	STTP	3.576,26	4.124,58	2.983,80	1.951,58	3.159,05
10	ULTJ	2.544,83	882,35	620,90	602,69	1.162,69
Jumlah		66.367,51	48.734,38	54.260,23	52.319,42	

Sumber: Bursa Efek Indonesia (BEI)

Tabel 1 dengan rata-rata setiap tahun perusahaan sektor *Food and Beverage* mengalami fluktuasi, karena sektor *Food and Beverage* mengalami masalah yaitu adanya fluktuasi nilai perusahaan dari tahun 2016-2019 maka perusahaan *Food and Beverage* harus mencari tahu faktor penyebab fluktuasi nilai perusahaan agar perusahaan dapat memperoleh solusi untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan kembali. Semakin tinggi *Price to Book Value* suatu perusahaan maka kinerja perusahaan semakin baik. Kinerja perusahaan yang semakin baik akan dijadikan pertimbangan para investor untuk menanamkan modalnya dan perusahaan tersebut dapat meningkatkan harga sahamnya sehingga dapat meningkatkan *Price to Book Value* nya begitu juga sebaliknya.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sambora *et al.*, 2014). Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan penting untuk diketahui oleh investor dan kreditur karena akan memberikan sinyal positif di mata investor untuk menanamkan modal pada sebuah perusahaan, sedangkan bagi pihak kreditur nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya sehingga pihak kreditur tidak merasa khawatir dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut. Dalam mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *Price to Book Value*. Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa *Price to*

*Book Value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai alat pengukuran nilai perusahaan karena nilai perusahaan menggunakan PBV dinilai tetap karena instrumen perhitungan PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.

Suatu perusahaan dapat mengandalkan sumber dana dari dalam perusahaan yaitu berupa penyusutan dan laba ditahan, sedangkan sumber dana dari luar yaitu berupa hutang dan penerbitan saham (Sari dan Abudanti, 2014). Kebijakan hutang dapat dihubungkan dengan nilai perusahaan, di mana kebijakan hutang merupakan kebijakan perusahaan tentang seberapa jauh sebuah perusahaan menggunakan pendanaan hutang. Untuk meningkatkan modal guna memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, suatu perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) sebagai alat yang digunakan untuk meningkatkan modal. *Leverage* dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2014:76). Dalam penelitian ini, pengukuran *leverage* diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Variabel selain *leverage*, salah satu variabel yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besar nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai total aktiva (Riyanto, 2010:343). Perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar maka menunjukkan bahwa suatu perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaannya, yaitu arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam kurun waktu yang relatif lama. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan.

Profitabilitas merupakan variabel yang juga mempengaruhi nilai perusahaan. Agar dapat melangsungkan aktivitas operasinya, suatu entitas haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*), karena tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor, sehingga dengan demikian profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, di mana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan meningkat. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA), karena rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan memberikan hasil yang bervariasi sehingga menimbulkan adanya research gap antara penelitian satu dengan yang lainnya yaitu menurut Herawati (2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut Nurmindia *et al* (2017) *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan. Penelitian Wulandari & Wiksuana (2017) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi menurut Octaviany *et al* (2017) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan serta hasil penelitian dari Utama & Lisa (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut

Kolamban *et al* (2020) profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan? (2) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan? (3) Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Mengetahui apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. (2) Mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (3) Mengetahui profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## TINJAUAN TEORITIS

### *Trade Off Theory*

*Trade off theory* adalah teori mengenai *capital structure* dalam memperoleh rasio *leverage* yang optimal dengan mempertimbangkan antara manfaat dan biaya dari penggunaan *leverage*. *Trade off theory* menjelaskan bahwa berapa banyak utang perusahaan dan berapa banyak ekuitas perusahaan sehingga terjadinya keseimbangan antara biaya dan keuntungan. *Trade off theory* menyatakan bahwa jumlah hutang yang semakin meningkat akan menurunkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *profitability* yang tinggi tentu akan berusaha mengurangi pajaknya dengan cara meningkatkan risiko hutangnya, sehingga tambahan hutang tersebut akan mengurangi pajak. Namun teori ini berlaku hanya untuk satu periode waktu *trade off* antara penghematan pajak terhadap biaya kebangkrutan, sedangkan dalam dunia nyata perusahaan beroperasi dalam jangka waktu yang panjang.

### *Signalling Theory*

*Signalling theory* (teori sinyal) merupakan teori yang mengemukakan tentang informasi mengenai keadaan yang dialami oleh perusahaan baik perusahaan sedang mengalami kenaikan laba atau penurunan laba kepada semua pihak. Tindakan manajer dalam memberikan informasi yang sama kepada semua pihak bertujuan agar para investor yang telah menanamkan atau akan menanamkan sahamnya kepada suatu perusahaan dan dapat digunakan untuk mempertimbangkan dalam mengambil keputusan mengenai modal investasinya.

### *Leverage*

*Leverage* merupakan penggunaan hutang oleh perusahaan sebagai sumber pembiayaan untuk melakukan kegiatan perusahaan di mana untuk menggunakannya perusahaan harus membayar biaya tetap. *Leverage* merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan. Dalam penelitian ini, menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk mengukur rasio *leverage* yaitu perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan.

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva (Hartono, 2008). Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta perkiraan

akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktu relatif lama. Dalam penelitian ini, penentuan ukuran perusahaan didasarkan kepada total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan.

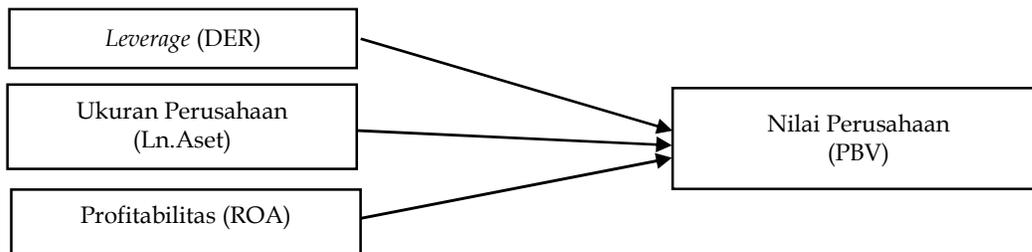
**Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Harahap, 2008). Menurut Sari dan Abundanti (2014) perusahaan yang mampu menghasilkan laba semakin tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, sehingga dapat menghasilkan tanggapan baik dari para investor yang berdampak pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA) untuk mengukur profitabilitas. ROA mencerminkan laba yang diperoleh perusahaan pada masa lalu digunakan untuk mengukur perkiraan laba di masa yang akan datang.

**Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan harga yang bersedia dibayar (Harmono,2011). Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan menjadi tinggi sehingga berpengaruh terhadap kepercayaan pasar, tidak hanya pada kinerja perusahaan sekarang tetapi juga dapat melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yaitu merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga saham terhadap nilai bukunya (Ang, 1997).

**Rerangka Konseptual**



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

**Pengembangan Hipotesis**

**Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan**

*Leverage* sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya. Semakin tinggi rasio *leverage* maka menunjukkan risiko investasi yang besar pula. *Leverage* dapat diukur salah satunya dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Semakin tinggi rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) suatu perusahaan maka semakin tinggi risikonya karena pendanaan dari unsur hutang lebih besar daripada modal sendiri (*equity*). *Trade off theory* menyatakan bahwa jumlah hutang yang semakin meningkat akan menurunkan nilai perusahaan. Argumentasi yang mendasari hal ini karena diprediksi nilai sekarang *financial distress cost* dan *agency cost* melebihi penghematan pajak dari penggunaan hutang. Kenyataannya semakin banyak

utang, maka semakin tinggi beban yang harus ditanggung. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Kolamban *et al* (2020), mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Food and Beverage*

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Perusahaan besar ataupun kecil dapat dilihat melalui seberapa banyak total assets yang dimiliki oleh perusahaan tersebut yang digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan, karena perusahaan besar cenderung mempunyai kondisi yang semakin baik. Kondisi perusahaan yang baik dapat membuat investor ingin memiliki saham perusahaan sehingga dapat meningkatkan penawaran harga saham dipasar. Teori sinyal memiliki hubungan dengan ukuran perusahaan yaitu di mana manajemen harus memberitahukan informasi yang sama mengenai ukuran perusahaan melalui total asset atau total penjualan yang dimiliki oleh perusahaan kepada para pemegang saham, sehingga para pemegang saham dapat mengetahui seberapa besar penanaman modal yang berikan terhadap perusahaan dan agar para investor dapat mengetahui prospek perusahaan tersebut ke depannya dalam keadaan baik atau buruk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rudangga dan Sudiarta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Food and Beverage*.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu menurut Hanafi dan Halim (2009:81). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividen, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Teori sinyal memiliki hubungan dengan profitabilitas yaitu tentang bagaimana manajemen memberikan informasi yang sama kepada para investor mengenai tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan sehingga para pemegang saham dapat mengetahui tentang prospek di masa depan mengenai perusahaan yang ditanamkan modalnya. Adapun penelitian sebelumnya menurut Nurmindia *at al* (2017) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H<sub>3</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Food and Beverage*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008:149) dengan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif karena data dalam penelitian ini adalah data empiris dan variabelnya memiliki satuan yang bisa diukur. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2019.

### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* di mana jenis sampel ini menggunakan *purposive sampling*, di mana tujuan menggunakan *purposive sampling* ialah untuk mendapatkan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu atau menentukan sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti (Sugiyono, 2017:122). Kriteria- kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini untuk penentuan sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2016-2019. (2) Perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* yang menyajikan laporan keuangan selama tahun 2016-2019 secara lengkap. (3) Perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* yang tidak menghasilkan kerugian selama periode penelitian.

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan data dokumentasi dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh melalui laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah dipublikasikan melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

#### Variabel Bebas

Variabel bebas atau variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

##### 1. *Leverage*

Rasio *leverage* menggambarkan proporsi total hutang perusahaan terhadap total ekuitas yang dimiliki perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai perusahaan. Rasio *leverage* diproksikan dengan menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*) dengan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

##### 2. Ukuran Perusahaan

Ukuran aktiva dari perusahaan merupakan tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, pendapatan atau modal dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan Size dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \ln(\text{Total Asset})$$

##### 3. Profitabilitas

Rasio profitabilitas menunjukkan bahwa suatu perusahaan memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba. Rasio profitabilitas diproksikan dengan menggunakan ROA (*Return On Assets*) dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

#### Variabel Terikat

Variabel terikat atau variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang di cerminkan oleh harga saham

yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal. Nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) dengan rumus sebagai berikut:

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

## Teknik Analisis Data

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah uji statistik yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu data menjadi lebih ringkas dan mudah dipahami. Gambaran tentang karakteristik variabel penelitian, yaitu nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan simpangan baku (*standard deviation*).

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 \text{ Leverage} + b_2 \text{ Ukuran Perusahaan} + b_3 \text{ Profitabilitas} + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan, a = Konstanta,  $b_1$  = Koefisien regresi untuk  $X_1$ ,  $b_2$  = Koefisien regresi untuk  $X_2$ ,  $b_3$  = Koefisien regresi untuk  $X_3$ ,  $X_1$  = *Leverage*,  $X_2$  = Ukuran Perusahaan,  $X_3$  = Profitabilitas, e = Residu/Standart Error

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residu variabel independen dan variabel dependen terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan tes normal P-Plot. Data yang telah dinyatakan terdistribusi normal taraf signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S)  $\geq (0,05)$ , dan sebaliknya jika data tidak terdistribusi normal maka taraf signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S)  $< (0,05)$  serta terdistribusi normal dengan taraf grafik normal p-plot yaitu data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menentukan apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi linier berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikolinieritas di dalam model regresi dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Indikasi terjadinya multikolinieritas yaitu apabila nilai *tolerance* ( $\leq 0,10$ ) atau nilai VIF ( $>10$ ), sedangkan jika nilai *tolerance* ( $> 0,10$ ) dan VIF ( $\leq 10$ ) maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas, untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Bukti heteroskedastisitas dapat dibuat dengan menggunakan metode *scatterplot* dengan nilai ZPRED (nilai prediktif) dengan SRESID (nilai sisa). kriteria deteksi ada dan tidaknya heterokedastisitas: (a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar dan menyempit) yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas pada model regresi. (b) Jika tidak

ada pola yang jelas, serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  (periode tahun berjalan) dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Uji autokorelasi menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sehingga tidak boleh ada korelasi antara pengamatan dan data observasi sebelumnya. Cara untuk menguji autokorelasi adalah dengan percobaan  $d$  (*Durbin-Watson*) pada hipotesis yang digunakan adalah: (a) Jika  $0 < d < d_1$  atau  $4 - d_1 < d < 4$ , maka autokorelasi dengan hipotesis ditolak. (b) Jika  $d_u < d < 4 - d_u$ , maka tidak ada autokorelasi dengan hipotesis diterima. (c) Jika  $d_1 \leq d \leq d_u$  atau  $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_1$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang berarti.

### Uji Kelayakan Model

#### 1. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji kelayakan model ini layak atau tidak maka dapat dilihat dari tingkat signifikan  $\alpha = 0,05$  atau  $\alpha = 5\%$ . Dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan uji F  $> 0,05$  maka menunjukkan model tidak layak digunakan untuk model penelitian.
- Jika nilai signifikan uji F  $\leq 0,05$  maka menunjukkan model layak digunakan untuk model penelitian.

#### 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Y). Jika  $R^2$  mendekati 0 (semakin kecil nilai  $R^2$ ), maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya jika  $R^2$  mendekati 1 (semakin besar nilai  $R^2$ ), maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga hasil pengujian tersebut dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  atau  $5\%$ , dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika signifikansi  $t$  hitung  $\leq 0,05$  hipotesis diterima, artinya bahwa variabel independen (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- Jika signifikansi  $t$  hitung  $> 0,05$  berarti bahwa hipotesis ditolak, artinya variabel independen (X) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Analisis Statistik Deskriptif**

		Statistics			
		Leverage	Ukuran Perusahaan	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0
Mean		,648478	28,681465	,247847	5542,038648
Std. Deviation		,4646571	1,4574641	,1263905	8421,6339091
Minimum		,0697	26,4207	,0357	21,6870
Maximum		1,7723	32,1077	,6314	30168,2224

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2 diketahui nilai *mean*, *std. Deviation*, *minimum*, dan *maximum* untuk masing-masing variabel bebas maupun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Hasil analisis regresi linier berganda dapat disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13749,403	4977,962		2,762	0,009
	Leverage	1244,139	574,242	0,317	2,167	0,037
	Ukuran Perusahaan	544,340	173,689	0,435	3,134	0,003
	Profitabilitas	439,015	2060,445	0,030	2,213	0,032

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 3, maka persamaan linier dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = 13749,40 + 1244,14 \text{ Leverage} + 544,34 \text{ Ukuran Perusahaan} + 439,01 \text{ Profitabilitas}$$

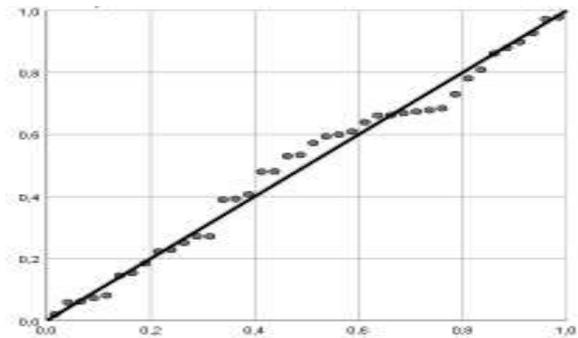
1. Nilai konstan  $a = 13749,40$  berarti apabila semua variabel *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak mengalami perubahan, maka nilai perusahaan sebesar 13749,40. Nilai ini berpengaruh positif artinya terjadi peningkatan dalam kenaikan nilai perusahaan sebesar 13749,40 apabila *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas meningkat.
2. Nilai koefisien  $\beta_1 = 1244,14$  berarti jika *leverage* mengalami peningkatan 1satuan, maka variabel *leverage* dengan nilai perusahaan bernilai positif. Berarti mengakibatkan terjadi peningkatan nilai perusahaan.
3. Nilai koefisien  $\beta_2 = 544,34$  berarti jika ukuran perusahaan mengalami peningkatan 1satuan, maka variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan bernilai positif. Berarti mengakibatkan terjadi peningkatan nilai perusahaan.

4. Nilai koefisien  $\beta_3=439,01$  berarti jika profitabilitas mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan bernilai positif. Berarti mengakibatkan terjadi peningkatan nilai perusahaan.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Hasil uji normalitas penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Gambar 2  
Grafik Normal P-Plot

Gambar 2 diatas terlihat distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu X dengan sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi normal. Kondisi ini dapat diperkuat dengan melihat hasil normalitas melalui pendekatan Kolomogrov Smirnov (K-S) sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1471,22989512
Most Extreme Differences	Absolute	0,126
	Positive	0,126
	Negative	-0,110
Test Statistic		0,126
Asymp. Sig. (2-tailed)		,108 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,108. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5**  
**Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	13749,403	4977,962		2,762	0,009		
	Leverage	1244,139	574,242	0,317	2,167	0,037	0,846	1,182
	Ukuran Perusahaan	544,340	173,689	0,435	3,134	0,003	0,938	1,067
	Profitabilitas	439,015	2060,445	0,030	0,213	0,832	0,891	1,123

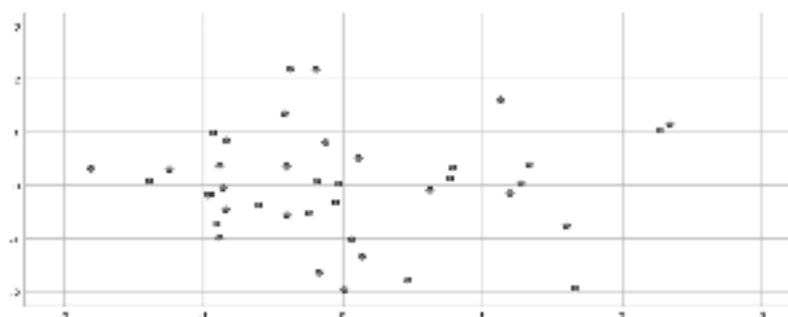
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan uji multikolinieritas pada Tabel 5, diperoleh nilai VIF sebesar 1,182 untuk variabel *leverage*, 1,067 untuk variabel ukuran perusahaan, dan 1,123 untuk variabel profitabilitas. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut:



Sumber : Hasil Output Peneliti, 2021

**Gambar 3**  
**Grafik Scatterplot**

Berdasarkan Output pada Gambar 3, diketahui bahwa: (a) Titik-titik data tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0. (b) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. (c) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. (d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola. Berdasarkan data tersebut maka disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

### Uji Autokorelasi

Hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 6 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,590 <sup>a</sup>	0,348	0,294	1531,30463	2,249	

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

**Sumber : Data sekunder diolah, 2021**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui nilai Durbin-Watson (d) adalah sebesar 2,249. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin Watson pada signifikansi 5% dengan rumus (k; N). Jumlah variabel independen dalam penelitian ini adalah 3 atau k = 3, sementara jumlah sampel atau N = 40, maka nilai dL adalah 1,338 dan nilai dU = 1,659 dan kurang dari (4-dU) adalah 2,341. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji F

Hasil pengujian Uji F yang telah dilakukan dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45112737,951	3	15037579,317	6,413	,001 <sup>b</sup>
	Residual	84416178,768	36	2344893,855		
	Total	129528916,719	39			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage

**Sumber : Data sekunder diolah, 2021**

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa nilai sig 0,001 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa model penelitian ini layak untuk dilanjutkan.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil pengujian yang telah dilakukan diperlihatkan pada Tabel 8 sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,823 <sup>a</sup>	,677	,651	4978,4673827	

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi (Rsquare) adalah sebesar 0,677 atau sama dengan 67,7%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini.

### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan tingkat signifikan dari masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Pengujian Hipotesis**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	13749,403	4977,962		2,762	0,009
	Leverage	1244,139	574,242	0,317	2,167	0,037
	Ukuran Perusahaan	544,340	173,689	0,435	3,134	0,003
	Profitabilitas	439,015	2060,445	0,030	2,213	0,032

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 9 dapat dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan  
Dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha \leq 0,05$ , pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil uji t sebesar 2,167 dengan signifikansi variabel *leverage* yang diperoleh sebesar  $0,037 \leq 0,05$ . Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.
2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan  
Dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha \leq 0,05$ , pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil uji t sebesar 3,134 dengan signifikansi variabel ukuran perusahaan yang diperoleh sebesar  $0,003 \leq 0,05$ . Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan  
Dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha \leq 0,05$ , pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil uji t sebesar 2,213 dengan signifikansi variabel profitabilitas yang diperoleh sebesar  $0,032 \leq 0,05$ . Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan Tabel 9 diketahui hasil pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil uji t sebesar 2,167 dengan signifikansi variabel *leverage* yang diperoleh sebesar  $0,037 \leq 0,05$ . Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan arah berlawanan tetapi signifikan, sehingga penelitian ini menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan *Food and Beverage* sudah melakukan kinerja yang terbaik untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula. Berdasarkan penelitian terdahulu memperoleh hasil yang sama dengan penelitian ini, di mana *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Herawati, 2017) sedangkan untuk hasil sebaliknya terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Kolamban *et al.* (2020) bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil uji t sebesar 3,134 dengan signifikansi variabel ukuran perusahaan yang diperoleh sebesar  $0,003 \leq 0,05$ . Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka cenderung lebih banyak investor yang memperhatikan perusahaan karena memiliki kondisi yang lebih stabil sehingga lebih banyak menarik minat investor saham perusahaan. Hasil penelitian sejalan dengan teori sinyal dimana manajemen harus memberitahukan informasi yang sama mengenai ukuran perusahaan melalui total asset atau total penjualan yang dimiliki oleh perusahaan kepada para pemegang saham, sehingga para pemegang saham dapat mengetahui seberapa besar penanaman modal yang diberikan terhadap perusahaan dan agar para investor dapat mengetahui prospek perusahaan tersebut kedepannya dalam keadaan baik atau buruk. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, yakni ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Wulandari dan Wiksuana, 2017), sedangkan dalam penelitian terdahulu menurut Suryandani (2018) yaitu ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil uji t sebesar 2,213 dengan signifikansi variabel profitabilitas yang diperoleh sebesar  $0,032 \leq 0,05$ . Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa apabila profitabilitas semakin meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini juga berhubungan dengan teori signal, di mana teori ini menjelaskan tentang bagaimana manajemen memberikan informasi yang sama kepada para investor mengenai tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan sehingga, para pemegang saham dapat mengetahui tentang prospek dimasa depan mengenai perusahaan yang ditanamkan modalnya. Berdasarkan penelitian terdahulu, diketahui bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017) sedangkan hasil sebaliknya yaitu bahwa profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Wulandari dan Wiksuana, 2017).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan rumusan masalah pada Bab 1 dan hasil penelitian yang dilakukan pada Bab 4, maka simpulan dari penelitian ini adalah: (a) *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*. (b) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*. (c) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.

### Keterbatasan

Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah: (a) Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas serta 1 variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Penentuan variabel dapat dilakukan dengan variabel lainnya selain variabel yang sudah digunakan dalam penelitian. (b) Penelitian dilakukan hanya melalui hasil laporan keuangan yang berasal dari website Bursa Efek Indonesia, tanpa dilakukannya penelitian langsung ke lapangan. (c) Periode waktu yang digunakan dapat menggunakan periode waktu yang lebih panjang dan memungkinkan hasil yang diperoleh berbeda.

### Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini berdasarkan hasil penelitian serta keterbatasan penelitian yaitu: (a) Bagi perusahaan sebaiknya memperhatikan nilai *leverage* pada perusahaan agar tidak terlalu tinggi, karena rasio *leverage* menggambarkan tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. (b) Bagi perusahaan diharapkan agar memperhatikan nilai dari rasio ukuran perusahaan, karena dengan meningkatkan tingkat penjualan dan total asset yang dimiliki yang merupakan cerminan dari ukuran perusahaan yang mampu meningkatkan nilai suatu perusahaan. (c) Bagi perusahaan sebaiknya meningkatkan nilai dari rasio profitabilitas dikarenakan kemampuannya dalam memperoleh laba. (d) Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengidentifikasi variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti struktur modal, likuiditas, kebijakan dividen, keputusan investasi, dll.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Robert. 1997. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Mediasoft Indonesia. Jakarta.
- Halim, A. dan M. M. Hanafi. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. UPP STIM YKPN. Jakarta.
- Harahap, S. S. 2008. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Jakarta.
- Hartono, J. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian: Refleksi Pengembangan Pemahaman dan Penguasaan Metodologi Penelitian*. UIN-Maliki Press, Malang. ISBN 978-602-958-282-6.
- Kurniawan, W. 2018. Analisis Menyebut Kinerja Emiten *Food and Beverage* Tidak Sesuai Ekspetasi. <https://investasi.kontan.co.id/news/analisis-menyesebut-kinerja-emiten-food-and-beverage-tidak-sesuai-ekspetasi>. 15 November 2020 (22:28).
- Riyanto, B. 2010. *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Edisi Keempat. Yayasan Penerbit Gajah Mada. Yogyakarta.
- Sambora, M. N., S. R. Handayani dan S. M. Rahayu. 2014. Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di BEI periode tahun 2009-2012. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

- Sari, P. I. P., dan Abundanti, N. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3(5), 1427-1441.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Wiagustini, N. L. P. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Udayana Press. Denpasar.