

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN AGENCY COST TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Isty Retnoningrum
Istyaretnoningrum@gmail.com
Endang Dwi Retnani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of profitability, liquidity, and Agency Cost on firm value. The research was quantitative. Moreover, the population was Healthcare companies listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) 2016-2020. The data collection technique used purposive sampling, with 8 companies as the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression. The result concluded that profitability had a negative impact on firm value. It showed that profitability increased and the firm value decreased. This happened as the increase of profitability did not affect investors to invest their money due to unstable economics. Therefore, it involved investors' psychological and caused investment decision-making. Liquidity had a positive effect on firm value. It meant, that the higher the liquidity was, the higher the firm value would be. This happened since companies with better liquidity would bring a positive signal to the investor; as they had fulfilled their short-term obligations. Agency Cost had a positive effect on firm value. It showed that as the Agency Cost rose, the firm value also rose. This happened since the trust from investors increased because of Agency Cost. As a result, they were interested in investing their capital, and the firm value increased then.

Keywords: profitability, liquidity, agency cost, firm value

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah menguji pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Agency Cost* terhadap Nilai Perusahaan. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah perusahaan sektor Healthcare yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam kurun waktu tahun 2016-2020. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria yang ditentukan dan diperoleh sampel delapan (8) perusahaan. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan jika Profitabilitas mengalami kenaikan maka Nilai Perusahaan akan turun, karena kenaikan Profitabilitas tidak lantas mendorong investor untuk menginvestasikan dana karena tahun 2016-2020 keadaan ekonomi sedang tidak stabil sehingga mempengaruhi psikologis investor dan berdampak pada pengambilan keputusan investasi. Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Menunjukkan jika Likuiditas mengalami kenaikan maka Nilai Perusahaan akan naik, karena perusahaan yang memiliki Likuiditas yang baik akan memberi sinyal positif pada investor sebab perusahaan tersebut dinilai memiliki kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek yang baik. *Agency Cost* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Saat *Agency Cost* perusahaan naik maka Nilai Perusahaan akan naik. *Agency Cost* dapat menaikkan tingkat kepercayaan investor pada perusahaan sehingga minat investor untuk menanamkan modal ikut naik sehingga Nilai Perusahaan meningkat.

Kata Kunci: profitabilitas, likuiditas, *agency cost*, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Nilai Perusahaan merupakan hal yang penting bagi investor maupun calon investor dalam berinvestasi, karena Nilai Perusahaan dinilai dapat mencerminkan kinerja suatu perusahaan dalam kondisi baik atau buruk. Ditengah kondisi perekonomian yang tidak menentu dalam kurun waktu 2016-2020 yang disertai kondisi wabah Covid-19 yang

mengakibatkan banyak perusahaan berbagai sektor gulungtikar mendorong berbagai perusahaan tersebut untuk berusaha bertahan sekuat tenaga. Salahsatu perusahaan yang diperkirakan dapat bertahan dengan baik yaitu perusahaan sektor *Healthcare* yang memproduksi barang maupun jasa kesehatan. Barang maupun jasa kesehatan merupakan kebutuhan penting apalagi di era pandemi seperti saat ini. Banyak masyarakat yang membutuhkan berbagai obat maupun multivitamin untuk menjaga kondisi tubuh serta pelayanan kesehatan yang baik, maka dari itu diperkirakan sektor *Healthcare* inilah yang mampu bertahan dengan baik pada saat ini serta memiliki Nilai Perusahaan yang baik. Terdapat berbagai macam aspek yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan berdasarkan penelitian terdahulu. Beberapa diantaranya yaitu: Profitabilitas, Likuiditas, serta *Agency Cost*. Akan tetapi, hal tersebut perlu dibuktikan lebih lanjut melalui sebuah penelitian, guna mengetahui keadaan perusahaan baik atau kurang baik dapat dilihat dari Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan objek perusahaan sektor *Healthcare* karena merupakan sektor penting yang dibutuhkan tiap lapisan masyarakat di era saat ini. Penelitian ini menggunakan jangka waktu yang telah ditetapkan yaitu 2016-2020.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka terdapat rumusan masalah yaitu: (1.) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; (2.) Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; (3.) Apakah *Agency Cost* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah: (1.) Untuk menguji pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan *Healthcare* di BEI; (2.) Untuk menguji pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan *Healthcare* di BEI; (3.) Untuk menguji pengaruh *Agency Cost* terhadap Nilai Perusahaan *Healthcare* di BEI.

TINJAUAN TEORITIS

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan (Putu dan Luh, 2019). Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). *Return on Equity* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan memanfaatkan modal yang telah dimiliki.

Likuiditas

Likuiditas adalah tolak ukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan perusahaan secara tepat waktu saat tanggal jatuhtempo telah tiba (Lubis *et al.*, 2017). Likuiditas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Current Ratio* (CR). *Current Ratio* (CR) dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang segera jatuh tempo.

Agency Theory

Agency Theory dikemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa *Agency Theory* adalah pemisahan antara kepemilikan perusahaan dengan pengendalian perusahaan (Destriana, 2015). Teori ini menyatakan bahwa terdapat hubungan keagenan sebagai suatu kontrak antara pihak manajemen yang berperan sebagai agen dengan pihak pemilik perusahaan yang berperan sebagai prinsipal. Eisenhardt (1989) menyatakan *Agency Theory* menggunakan tiga asumsi sifat manusia (Lisa, 2012), yaitu : 1. Manusia memiliki kecenderungan mementingkan diri sendiri; 2. Manusia memiliki daya pikir terbatas akan sesuatu dimasa yang akan datang; 3. Manusia cenderung menghindari resiko. Berdasarkan tiga asumsi diatas dapat diketahui bahwa agen cenderung bertindak secara opportunistic yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya. *Agency Theory* mengasumsikan bahwa pihak agen memiliki lebih banyak informasi mengenai lingkungan kerja dan kondisi perusahaan lebih banyak daripada pihak prinsipal, hal ini dikarenakan agen memiliki kewenangan dalam

menjalankan operasional perusahaan sedangkan prinsipal tidak ikut terlibat dalam operasional perusahaan. Adanya ketidakseimbangan informasi ini yang disebut dengan Asimetri Informasi.

Asimetri Informasi

Asimetri Informasi merupakan suatu keadaan dimana pihak agen memiliki informasi lebih banyak tentang keadaan perusahaan mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan dengan pihak prinsipal. Menurut Scott (2000), terdapat dua jenis asimetri informasi (Amaliah, 2017), yaitu: 1. *Adverse Selection* yang merupakan keadaan dimana pihak agen mengetahui lebih banyak informasi tentang kondisi perusahaan dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan pihak prinsipal dan bisa saja terdapat fakta perusahaan yang tidak disampaikan kepada pihak prinsipal; 2. *Moral Hazard* yang dimana pihak agen melakukan kegiatan operasional perusahaan namun tidak diketahui pihak prinsipal (pemegang saham, kreditor) sehingga agen dapat melakukan tindakan diluar kontrak atau wewenang yang telah disepakati dengan prinsipal. Dengan adanya asimetri informasi tersebut, maka akan timbul konflik kepentingan antara agen dan prinsipal yang biasa disebut konflik keagenan. Konflik yang terjadi antara agen dan prinsipal dapat diminimumkan dengan mekanisme pengawasan. Dengan adanya mekanisme pengawasan tersebut menyebabkan munculnya suatu kos yang disebut "*Agency Cost*".

Agency Cost

Agency Cost adalah biaya-biaya yang ditanggung para pemegang saham (prinsipal) dalam bentuk pengawasan guna mencegah atau meminimalkan masalah-masalah keagenan dan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Ardiansari, 2016). Pengawasan dilakukan untuk memastikan agar pihak agen (manajemen) mengambil keputusan yang optimal untuk prinsipal. *Agency Cost* meliputi tiga macam, yaitu: 1. *Monitoring Cost* adalah biaya yang diakibatkan oleh aktivitas pengukuran, pengamatan, dan pengontrolan terhadap agen. Biaya ini ditanggung oleh prinsipal. Contoh: Biaya audit, penetapan anggaran kompensasi untuk agen; 2. *Bonding Cost* adalah biaya yang digunakan untuk menetapkan serta mematuhi mekanisme guna memberi jaminan bahwa agen bertindak sesuai keinginan prinsipal dalam melaksanakan operasional perusahaan. Biaya ini ditanggung oleh agen. Contoh : Biaya untuk menyediakan laporan keuangan untuk prinsipal; 3. *Residual losses* adalah biaya yang muncul karena agen terkadang tidak bertindak sesuai kepentingan prinsipal (Widaningrum, 2008). Dalam penelitian ini *Agency Cost* akan difokuskan menggunakan *Monitoring Cost* yang merupakan salah satu bagian dari *Agency Cost*. *Monitoring Cost* akan dihitung dengan logaritma natural dari Fee Audit. Karena Fee Audit merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyewa jasa auditor untuk mengawasi manajemen dalam menjalankan perusahaan (Fadah, 2010).

Signalling Theory

Signalling Theory atau Teori Sinyal dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973. *Signalling Theory* merupakan teori yang menjelaskan tentang alasan perusahaan yaitu pihak manajemen untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak penerima informasi yaitu investor untuk mengurangi adanya asimetri informasi. *Signalling Theory* menunjukkan persepsi pihak manajemen tentang pertumbuhan perusahaan dimasa depan yang nantinya akan mempengaruhi pengambilan keputusan yang akan dilakukan investor. Suatu informasi yang diinformasikan nantinya akan dianalisis apakah suatu informasi itu sinyal positif atau sinyal negatif. Sinyal positif menandakan bahwa ada kabar baik, dan sebaliknya jika sinyal negatif adalah kabar buruk. Apabila sinyal positif maka akan mempengaruhi investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut sehingga akan menaikkan harga saham dan nilai perusahaan, sebaliknya jika sinyal negatif maka minat

investor untuk berinvestasi akan berkurang dan menyebabkan harga saham turun dan nilai perusahaan turun.

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan menurut Sujoko dan Subiantoro (2007) adalah persepsi pihak investor mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait dengan harga saham yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sehingga dalam melihat tinggi atau rendahnya nilai perusahaan dikaitkan dengan kemampuan manajemen perusahaan dalam menyejahterahkan pemegang saham (Rahayu, 2018).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio profitabilitas sering juga disebut sebagai rasio rentabilitas, merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, baik dengan menggunakan seluruh aktiva yang ada maupun dengan menggunakan modal sendiri (Araujo, 2017). Dengan adanya laba yang tinggi mengindikasikan prospek perusahaan yang baik serta menunjukkan bahwa perusahaan dapat bertahan dengan baik dimasa yang akan datang, hal tersebut juga dapat memberikan sinyal kepada calon investor sesuai dengan *Signalling Theory* guna mengurangi adanya asimetri informasi. Sinyal yang diberikan dapat berupa sinyal positif maupun sinyal negative, apabila perusahaan memberikan sinyal positif pada calon investor maupun investor maka dapat menarik minat calon investor dan menaikkan permintaan saham untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut (Nur, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan perusahaan sektor property dan real estate yang terdaftar di BEI dalam kurun waktu 2014-2017 dengan sampel 11 perusahaan. Hasil yang diperoleh adalah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Dewi dan Abundanti, 2019). Berdasarkan kajian teoritis dan empiris diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia (Ambarwati, 2021). Jika perusahaan memiliki Likuiditas yang tinggi maka investor memiliki persepsi bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik serta mampu mempertahankan perusahaan hingga dimasa yang akan datang dan hal itu mampu memberikan rasa aman pada investor serta calon investor yang berinvestasi. Selain itu, kemampuan Likuiditas perusahaan yang baik merupakan bentuk sinyal positif bagi calon investor maupun investor sehingga bisa mengakibatkan permintaan saham meningkat yang diikuti dengan naiknya harga saham dan Nilai Perusahaan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Return on Equity terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2011-2014 menunjukkan hasil bahwa Likuiditas yang diprosikan dengan Current Ratio berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Manajemen dan Ekonomi, 2016). Berdasarkan kajian teoritis dan empiris diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₂ : Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan

Agency Theory mengasumsikan bahwa pihak memiliki lebih banyak informasi mengenai perusahaan dibanding pihak prinsipal. Hal tersebut memungkinkan pihak agen untuk bertindak opportunistik yaitu mementingkan diri sendiri dan tidak mengutamakan pihak prinsipal sehingga terjadi konflik kepentingan. Konflik kepentingan yang muncul dapat

menjadi sinyal negatif bagi investor maupun calon investor sehingga menurunkan minat investor untuk berinvestasi. Guna mengurangi konflik kepentingan yang mungkin terjadi, maka perlu adanya bentuk pengawasan untuk pihak agen, dalam hal ini perusahaan membutuhkan adanya pihak ketiga yaitu auditor untuk mengawasi serta memeriksa laporan keuangan yang dibuat oleh pihak manajemen yang memunculkan suatu biaya atau kos yang disebut *Agency Cost* yang meliputi tiga macam, yaitu: *Monitoring Cost* berupa fee audit, *Bonding Cost* berupa biaya yang dikeluarkan untuk menyediakan laporan keuangan, dan *Residual Losses* yang merupakan biaya yang keluar akibat agen terkadang tidak bertindak sesuai kepentingan prinsipal. *Agency Cost* adalah biaya-biaya yang ditanggung para pemegang saham untuk mencegah atau meminimalkan masalah-masalah keagenan dan untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Ardiansari, 2016). *Monitoring Cost* sebagai salah satu dari tiga macam *Agency Cost*, merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengawasi agen agar bertindak sesuai tujuan principal, maka hal tersebut dapat memberi sinyal positif maupun sinyal negative terhadap calon investor serta mempengaruhi permintaan saham akan suatu perusahaan yang berakibat pada naik maupun turunnya nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian pengaruh *Agency Cost* dan CSR terhadap Nilai Perusahaan sektor manufaktur dan menunjukkan hasil bahwa *Agency Cost* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Wijayanto dan Sumaryati, 2021). Berdasarkan kajian teoritis dan empiris diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₃ : *Agency Cost* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dan Gambar Populasi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana data yang akan digunakan dalam penelitian ini berbentuk angka yang pada akhirnya akan diolah menggunakan SPSS 26. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder dari Bursa Efek Indonesia. Dengan populasi yang digunakan yaitu perusahaan *Healthcare* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 5 periode, yaitu dari tahun 2016- 2020.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Sampel yang akan diambil menggunakan Purposive Sampling dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria dalam penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Perusahaan *Healthcare* yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia berturut-turut pada tahun 2016-2020; 2. Perusahaan *Healthcare* yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan dan menyajikan rasio yang dibutuhkan pada tahun 2016-2020; 3. Perusahaan *Healthcare* yang mengalami kerugian dalam kurun waktu 2016- 2020; 4. Perusahaan yang tidak mencantumkan fee audit dalam laporan keuangan dalam kurun waktu 2016-2020.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dilakukan dengan metode dokumenter yang dimana pengumpulan data dengan menggunakan data sekunder. Data dokumenter dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang menjadi sampel dalam periode 2016-2020. Data sekunder yang dimaksud yaitu dimana sumber data yang akan dijadikan sebagai penelitian diperoleh secara tidak langsung atau diperoleh dengan melalui media perantara. Sumber data utama yang digunakan berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan sampel yang terdapat dalam Bursa Efek Indonesia juga pada website Bursa Efek

Indonesia yaitu www.idx.co.id dan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) STIESIA Surabaya.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi adanya perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Equity, Likuiditas yang diproksikan dengan *Current Asset*, dan *Agency Cost* yang di proksikan dengan *Fee Audit*.

Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini akan diukur menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE). Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor. Semakin tinggi rasio yang dihasilkan maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio Profitabilitas:

Return on Equity:

$$\frac{\text{Pendapatan Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Likuiditas

Likuiditas dalam penelitian ini akan diukur menggunakan rasio *Current Ratio* (CR). Rasio ini menunjukkan Rasio ini menunjukkan kemampuan aktiva/asset lancar dalam menutup hutang lancar. Rasio Likuiditas:

Current Ratio:

$$\frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Agency Cost

Monitoring Cost sebagai salah satu macam dari tiga jenis *Agency Cost* dalam penelitian ini akan diukur dengan logaritma natural dari *Fee Audit* dengan menggunakan data yang diambil dari laporan keuangan perusahaan *Healthcare* yang terdaftar di BEI dalam kurun waktu 2016-2020. *Fee Audit* adalah bentuk honorarium yang dibebankan akuntan publik pada perusahaan atas jasa audit yang dilakukan akuntan publik terhadap penetapan *Fee Audit* berdasarkan biaya langsung dan tidak langsung (Prawibowo dan Juliarto, 2014).

$$\text{Agency Cost} = \ln \text{Fee Audit}$$

Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat (dependen) adalah adalah variabel yang dipengaruhi dengan adanya variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Nilai Perusahaan (PBV). Rasio yang dapat menunjukkan tingkat pasar dalam menghargai nilai buku persaham dapat dilihat menggunakan rasio *Price to Book Value* (Ardiansari, 2016).

Price to Book Value:

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

Teknik Analisis Data Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran secara umum dari semua variable yang ada didalam penelitian. Untuk mengetahui gambaran umum semua variable menggunakan metode statistik deskriptif yang menunjukkan mean, nilai minimum, dan nilai maksimal maupun standar deviasi dari semua variable didalam penelitian. Maka dapat diketahui gambaran masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas, Likuiditas, dan *Agency Cost* sebagai variabel bebas (Variabel independen) dan Nilai Perusahaan sebagai variabel terikat (Variabel dependen).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang disyaratkan pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik bertujuan agar hasil dari analisis regresi dapat representative. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini ada 4, yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah variable bebas dan variable terikat memiliki distribusi normal atau mendekati normal dalam suatu regresi. Uji normalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Profitabilitas, Likuiditas, dan *Agency Cost* (Variabel Bebas) dan Nilai Perusahaan (Variabel Terikat) telah terdistribusi normal. Uji normalitas data dilakukan menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan ketentuan apabila signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal, sedangkan jika signifikansi dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya autokorelasi adalah uji statistik Durbin Watson, pengujian tersebut dapat muncul karena penelitian yang berurutan sepanjang waktu yang saling berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2018:111). Dalam mendeteksi gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan yaitu apabila angka DW dibawah -2, berarti terdapat autokorelasi positif, apabila angka DW diantara -2 sampai 2, berarti tidak terdapat autokorelasi, apabila angka DW diatas 2 berarti terdapat adanya autokorelasi negatif.

Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antar variabel bebas (independent) (Ghozali, 2018:105). Model regresi yang baik seharusnya tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Kriteria ada dan tidak adanya gejala multikolinieritas yaitu apabila nilai tolerance $\geq 0,1$ dan $VIF \leq 10$ maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dan apabila nilai tolerance $\leq 0,1$ dan $VIF \geq 10$ maka dapat diartikan bahwa terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137). Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi ada atau tidak adanya uji heterokedastisitas yaitu apabila terdapat pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka diindikasikan telah terjadi heterokedastisitas, sedangkan apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan pada penelitian ini untuk meramalkan hubungan beberapa variabel, sehingga suatu variabel dapat diprediksikan dari variabel yang lain. Yang berarti bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1(\text{ROE}) + \beta_2 X_2 \text{ likuiditas (CR)} + \beta_3 X_3 (\text{FA}) + e$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan
 α : Konstanta
 β : Koefisien regresi
 ROE : *Return on Equity*
 CR : *Current Ratio*
 FA : *Fee Audit*

Pengujian Hipotesis

Uji Kelayakan *Goodness of Fit*

Uji *goodness of fit* digunakan untuk menguji kelayakan model regresi linear berganda yang menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen menggunakan analisis varian (analysis of variance= ANNOVA) (Ghozali, 2018:329). Untuk itu digunakan uji kelayakan model dengan α sebesar 5% atau 0,05 dimana apabila nilai signifikan uji $F \geq 0,05$ maka model regresi tidak layak, hal ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut dikatakan tidak layak. Sedangkan apabila nilai signifikan uji $F \leq 0,05$ maka model regresi layak, hal ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut dikatakan layak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel independen. Apabila nilai (R^2) sebesar 0 maka kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen) memberikan informasi yang terbatas. Sedangkan jika nilai (R^2) sebesar 1, artinya kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen) dalam memberikan informasi tidak terbatas.

Uji Statistik t

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui secara parsial tiap variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) dalam suatu penelitian. Jika : Probabilitas nilai t sebesar $< 0,05$ maka dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, sedangkan jika probabilitas nilai t sebesar $> 0,05$ maka dikatakan tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menjelaskan berbagai karakteristik data seperti nilai minimum (*minimum*), nilai maksimum (*maximum*), nilai rata-rata (mean), simpangan baku (*standart deviation*) dari masing-masing variabel penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (independen) berupa Profitabilitas diproksikan *return on equity*, Likuiditas diproksikan *current ratio* dan *Agency Cost* diproksikan *fee audit*. dan variabel

terikatnya (dependen) yaitu Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan PBV. Hasil dari uji statistik deskriptif penelitian ini tersaji pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
CR_T	40	-.108	2.406	1.17411	.559030
ROE_T	40	-6.145	.809	-2.04980	1.079241
FA_T	40	2.754	3.446	3.09333	.163060
PBV_T	40	-4.946	3.373	1.00502	1.828135
Valid N (listwise)	40				

Sumber: data penelitian diolah,2022

Likuiditas (CR)

Likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio* yang memiliki nilai minimum -0.108 dan nilai maksimum 2.406. Besarnya rata-rata adalah 1.17411 dan standar deviasi sebesar 0.559030.

Profitabilitas (ROE)

Profitabilitas diproksikan dengan *Return on Equity* yang memiliki nilai minimum -6.145 dan nilai maksimum 0.809. Besarnya nilai rata-rata adalah - 2.04980 dan standar deviasi sebesar 1.079241.

Agency Cost (FA)

Agency Cost diproksikan dengan Ln Fee Audit yang memiliki nilai minimum 2.754 dan nilai maksimum 3.446. Besarnya nilai rata-rata adalah 3.09333 dan standar deviasi sebesar 0.163060.

Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value* yang memiliki nilai minimum -4.946 dan nilai maksimum 3.373. Besarnya nilai rata-rata adalah 1.00502 dan standar deviasi sebesar 1.828135. Koreksi fiskal dalam penentuan pajak penghasilan terjadi karena adanya perbedaan perlakuan atau pengakuan penghasilan maupun biaya atau yang biasa disebut beda tetap dan beda waktu sehingga menyebabkan laba yang dihitung perusahaan dan laba

Pengujian Model

Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) dan memberikan kejelasan mengenai arah hubungan antar variabel tersebut, apakah memiliki pengaruh positif atau memiliki pengaruh negatif. Hasil dari perhitungan model persamaan regresi dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constan)	-22.051	4,006		-5,631	.000
	CR_T	1.079	.420	.330	2.570	0,014
	ROE_T	-.543	.220	-.320	-2.466	0,019
	FA_T	6.489	1.295	.611	5.288	0,000

Dependent Variabel: PBV

Sumber: data penelitian diolah,2022

Maka persamaan analisis regresi linear berganda yang didapatkan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1(\text{ROE}) + \beta_2 X_2 \text{ likuiditas (CR)} + \beta_3 X_3 (\text{FA}) + e$$

$$Y = -22.561 - 0,543 + 1,079 + 6,849 + e$$

Konstanta (α) menunjukkan garis persamaan regresi pada sumbu Y jika $X = 0$. Konstanta diketahui memiliki nilai -22,561 yang artinya apabila variabel ROE, CR, dan FA memiliki nilai = 0 atau tetap, maka PBV akan bernilai -22,561. Koefisien Likuiditas (CR_T) memiliki nilai 1.079 yang memiliki arti bahwa Likuiditas memiliki pengaruh dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan, koefisien Profitabilitas (ROE_T) memiliki nilai -.543 yang memiliki arti bahwa Profitabilitas berpengaruh dengan arah negatif terhadap Nilai Perusahaan, dan *Agency Cost* (FA_T) memiliki nilai 6.489 yang memiliki arti bahwa *Agency Cost* berpengaruh dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengujian Data

Pengujian data yang dilakukan dengan menggunakan uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji asumsi klasik sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi yang memiliki distribusi normal maupun tidak. Uji normalitas dapat dilihat pada grafik P-P Plot of Regression Standart yaitu dengan melihat persebaran titik-titik pada sumbu diagonalnya. Apabila titik-titik tersebut telah mengikuti garis diagonalnya, maka data tersebut dapat dikatakan telah terdistribusi dengan normal. Sebuah data dapat dikatakan terdistribusi normal apabila nilai residual hasil regresi lebih besar dari 0,05 atau 5% dari Tabel hasil uji kolmogorov- Smirnov, menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,140. Berdasarkan ketentuan diatas ($0,140 > 0,05$) maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Uji kedua yang dapat digunakan untuk mengetahui data berdistribusi normal adalah dengan menggunakan Uji grafik histogram. Grafik histogram menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena grafik telah simetris. Selanjutnya dapat menggunakan Uji Normal P-Plot of Regression, uji Normal P-Plot of Regression menunjukkan titik-titik tersebar sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, disimpulkan bahwa data yang didapat tersebar/berdistribusi normal. Berdasarkan ketiga uji yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang telah diolah peneliti berdistribusi normal selanjutnya dilakukan Uji Multikolinieritas.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah

terdapat korelasi atau hubungan antara variabel bebas yang digunakan dalam penelitian. Jika dalam sebuah penelitian terdapat korelasi antar variabel bebas maka akan mengalami sulit untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Nilai toleransi rendah berarti nilai VIF tinggi, karena $VIF = 1/\text{tolerance}$ dan menunjukkan kolinieritas tinggi. Berdasarkan hasil SPSS 26, semua variabel independen memiliki nilai $VIF < 10$ yang menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual antara penelitian satu dengan penelitian lain. Berdasarkan hasil SPSS 26, maka diperoleh hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa grafik scatterplot menunjukkan pola distribusi, dimana titik-titik tidak membentuk pola tertentu, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam data yang digunakan.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya autokorelasi dengan menggunakan uji statistik Durbin-Watson. Pengujian tersebut dapat muncul karena adanya penelitian yang berurutan sepanjang waktu yang saling berkaitan satu sama lainnya (Ambarwati, 2021). Autokorelasi muncul karena waktu observasi yang dilakukan secara berurutan antara periode t (saat ini) dan periode $t-1$ (sebelumnya). Uji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW Test). Uji Durbin Watson dilakukan dengan ketentuan : 1. Korelasi positif ditunjukkan apabila hasil Durbin-Watson dibawah -2 , 2. Tidak adanya autokorelasi apabila hasil Durbin-Watson berada diantara -2 hingga $+2$, 3. Korelasi negatif apabila hasil Durbin-Watson $+2$. Berdasarkan hasil uji SPSS 26 nilai Durbin-Watson sebesar $0,502$ yang dimana nilai $0,502$ berada diantara -2 hingga $+2$ menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa kemampuan variabel bebas (Variabel independen) dalam menjelaskan variabel terikat (Variabel dependen) dalam suatu model regresi linear berganda. Berdasarkan hasil SPSS 26, dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar $0,493$ atau $49,3\%$. Hal itu menunjukkan bahwa seluruh variabel independen (bebas) bisa menjelaskan variabel dependen (terikat) sebesar $49,3\%$, sedangkan sisanya $50,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (Uji f)

Uji F dilakukan untuk menguji kelayakan model variabel dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini uji F dilakukan untuk menguji Profitabilitas, Likuiditas, dan *Agency Cost* dalam mempengaruhi Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil SPSS 26 menunjukkan bahwa hasil uji F memiliki signifikansi sebesar $0,000$ dimana $0,000 < 0,05$. Maka dalam penelitian ini Profitabilitas, Likuiditas, dan *Agency Cost* terhadap Nilai Perusahaan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk menguji variabel bebas yang diprosikan dengan Profitabilitas, Likuiditas, dan *Agency Cost* berpengaruh secara masing-masing (parsial) atau tidak terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat

diketahui bahwa nilai signifikansi parsial/statistik t dari masing-masing hipotesis sebagai berikut:

Uji Hipotesis Pertama

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE) memiliki nilai t sebesar -2,466 dengan signifikansi $0,019 < 0,05$ dan beta standardized sebesar -0,543. Maka artinya variabel bebas Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE) memiliki pengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa H₁ ditolak, sedangkan H₀ diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yaitu Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, ditolak.

Uji Hipotesis Kedua

H₂ : Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) memiliki nilai t sebesar 2.570 dengan signifikansi $0,014 < 0,05$ dan beta standardized sebesar 1.079. Maka artinya variabel bebas Likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa H₂ diterima, sedangkan H₀ ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 yaitu Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, diterima.

Uji Hipotesis Ketiga

H₃ : *Agency Cost* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Agency Cost yang di proksikan dengan *Fee Audit* (FA) memiliki nilai t sebesar 0,611 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan beta standardized sebesar 6,849. Maka artinya variabel bebas *Agency Cost* yang diproksikan dengan *Fee Audit* (FA) memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa H₃ diterima, sedangkan H₀ ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis 3 *Agency Cost* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, diterima.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang di proksikan dengan *Return On Equity* (ROE) memiliki nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ dan nilai beta standardized sebesar -0,543 yang menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Sehingga H₁ yang menyebutkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dinyatakan ditolak, sehingga H₀ diterima. Pengaruh negative *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang kurang baik, disebabkan karena perusahaan kurang efisien dalam dalam mengelola modal sendiri yang dimiliki sehingga kurang menghasilkan laba yang optimal (Indrawati *et al.*, 2016). Perusahaan yang menghasilkan laba kurang optimal akan memberi sinyal negatif pada investor maupun calon investor sehingga akan mempengaruhi psikologi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Meivinia (2018) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas yang di proksikan dengan *Current Ratio* (CR) memiliki nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan nilai beta standardized sebesar 1,079 yang menunjukkan bahwa Likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Sehingga H₂ yang

menyebutkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dinyatakan diterima, sehingga H_0 ditolak. Perusahaan yang memiliki kemampuan baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan dapat menghasilkan dana untuk pembayaran dividen kepada pemegang saham akan memberikan sinyal yang positif terhadap investor maupun calon investor sehingga menaikkan Nilai Perusahaan karena permintaan saham perusahaan tersebut akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuhria (2016) yang menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan

Agency Cost yang di proksikan dengan *Ln Fee Audit* (FA) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai beta standardized sebesar 6,489 yang menunjukkan bahwa *Agency Cost* memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Sehingga H_3 yang menyebutkan bahwa *Agency Cost* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dinyatakan diterima, sehingga H_0 ditolak. *Agency Cost* berupa *Monitoring Cost* yaitu fee audit sebagai bentuk pengawasan terhadap pihak agen akan memberikan rasa aman serta meningkatkan kepercayaan pihak prinsipal dalam menanamkan dana ke dalam perusahaan tersebut sehingga minat untuk menanamkan dana ke perusahaan akan meningkat yang di ikuti dengan Nilai Perusahaan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto dan Sumaryati (2021) melakukan penelitian pengaruh *Agency Cost* dan CSR terhadap Nilai Perusahaan sektor manufaktur dan menunjukkan hasil bahwa *Agency Cost* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan: (1.) Profitabilitas berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh adanya situasi ketidakpastian perekonomian yang ditandai dengan adanya inflasi dalam kurun waktu 2016-2020 serta diikuti dengan munculnya wabah covid-19 yang semakin memperlambat pertumbuhan ekonomi sehingga mempengaruhi emosi para investor dan mempengaruhi keputusan investasi; (2.) Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut menunjukkan jika Likuiditas naik maka Nilai Perusahaan akan mengalami kenaikan. Karena investor akan mempertimbangkan keputusan investasi dengan melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pembayaran dividen; (3.) *Agency Cost* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan *Agency Cost* yang difokuskan pada *Monitoring Cost* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut menunjukkan apabila *Agency Cost* naik, maka Nilai Perusahaan juga akan naik.

Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan penelitian dan beberapa kesimpulan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran atas hasil penelitian yang diuraikan sebagai berikut: (1.) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengambil sampel perusahaan yang lebih meluas pada Bursa Efek Indonesia tidak hanya pada sektor *Healthcare*, agar lebih menghasilkan hasil penelitian yang valid. Selain itu, dapat menambahkan variabel penelitian seperti kondisi psikologis investor ataupun menggunakan proksi variabel lain seperti Return on Asset dan Earning per Share; (2.) Bagi perusahaan diharapkan lebih lengkap dalam mencantumkan laporan keuangan tiap tahun agar dapat membantu investor dalam menilai kinerja perusahaan; (3.) Bagi investor diharapkan lebih teliti dalam mementukan perusahaan

untuk investasi yang tidak hanya dilihat dari rasio-rasio yang telah tercantum, tetapi juga bisa dilihat dari ada atau tidaknya *Agency Cost* dalam perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, T. H. 2017. Suatu Tinjauan Asimetri Informasi dan Implikasinya Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Dosen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*.
- Ambarwati, J. 2021. Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Araujo. 2017. Pengaruh Free Cash Flow dan Leverage Terhadap Agency Cost. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Ardiansari, A. 2016. Pengaruh Masalah Keagenan, Kebijakan Dividen, dan Variabel Moderasi Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan. *Management Analysis Journal Universitas Negeri Semarang*.
- I Putu, H., dan Luh, G. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Destriana, N. 2015. Pengaruh Debt to Equity Ratio, Dividen, and Faktor Non Keuangan terhadap Agency Cost. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti*.
- Dewi, L. S., dan Abundanti, N. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Fadah, I. 2010. Faktor penentu dividen dan biaya keagenan serta pengaruhnya pada nilai perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Jember*.
- Indrawati, L., Darmayanti, N. and Syakur, A. S. 2016. Pengaruh EPS, ROE, ROA, dan NPM terhadap harga saham', *Jurnal Riset Akuntansi Universitas Darul Ulum Lamongan*.
- Lisa, O. 2012. Asimetri Informasi Dan Manajemen Laba: Suatu Tinjauan Dalam Hubungan Keagenan. *Jurnal Widayagama Lumajang*.
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., dan Sasongko, H. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor*.
- Zuhria, H., Sri, M., dan Yunita, M., 2016. Pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan Roe Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 - 2014. *Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Meivinia, L. 2018. Pengaruh likuiditas, profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan suku bunga sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI', *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanegara*.
- Nur, T., 2019. Pengaruh profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. *Universitas Bina Nusantara*
- Prawibowo, T., dan Juliarto, A. 2014. Analisis Pengaruh Persaingan Terhadap Agency Cost (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2010-2012. *Diponegoro Journal of Accounting*.
- Rahayu, M., dan Sari, B. 2018. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Universitas Persada Indonesia*.
- Widaningrum, V. Konflik Keagenan : Tinjauan Teoritis dan Cara Mengurangnya. *Universitas Negeri Padang*.
- Wijayanto, K. T., dan Sumaryati, A. 2021. Analisis Pengaruh Agency Cost dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Manajemen Keuangan Universitas Multi Data Palembang*.