

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN
PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, STRUKTUR
MODAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang
terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S-1



Disusun oleh:
VETY FERDIANA AVISYA .J.
15.0102.0138

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN
PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL,
DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2014-
2018)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun Oleh:
Vety Ferdiana Avisya J
NIM. 15.0102.0138

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

SKRIPSI

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS,
STRUKTUR MODAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun
2014-2018)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Vety Ferdiana Avisya J.

NPM 15.0102.0138

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 13 Agustus 2020

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Dr. Wawan Sadyo N, S.E., M.Si., Ak.,CA

Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji

Dr. Lilik Anatriyani, S.E., M.Si.

Ketua

Dr. Wawan Sadyo N, S.E., M.Si., Ak.,CA

Sekretaris

Veni Soraya Dewi, S.E., M.Si.

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana S1

14 SEP 2020

Tanggal

Dr. Marlina Kurnia, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vety Ferdiana Avisya J

NIM : 15.0102.0138

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN
PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN LIKUIDITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2014 -
2018)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 02 Agustus 2020

Pembuat Pernyataan,



Vety Ferdiana Avisya J

NIM 15.0102.0138

RIWAYAT HIDUP

Nama : Vety Ferdiana Avisya Jatihandayani
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 19 Mei 1997
Agama : Islam
Status : Sudah Menikah
Alamat Rumah : Jl. Sunan giri karet Rt 03/Rw 06
Kel. Jurangombo Selatan, Kec.
Magelang Selatan.

Alamat Email : mahirahasna070717@gmail.com

Pendidikan Formal:
Sekolah Dasar (2003-2009) : SD Negeri Banyurojo
SMP (2009-2012) : MTsN Karet Magelang
SMA (2012-2015) : MAN 1 Magelang
Perguruan Tinggi (2015-2020) : Universitas Muhammadiyah Magelang

MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur’.

(QS. Yusuf : 87)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”.

(QS. Ar-Ra’d:11)

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Maka sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila engkau telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan), dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya engkau berharap”.

(QS. Al-Insyirah 5-8)

“Bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”.

(QS. An-Najm : 39)

KATA PENGANTAR

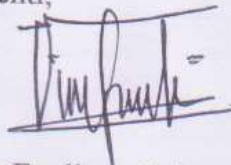
Assalamu 'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Alhamdulillah *robbil 'alamin*, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei 2014-2018)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S-1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr Wawan Sadtyo Nugroho, S.E, M.Si., A.k., C.A. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Marlina Kurnia, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Bapak Dr Wawan Sadtyo Nugroho, S.E, M.Si., A.k., C.A. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Ibu Veni Soraya Dewi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi dan memberikan pengarahan selama masa kuliah.
5. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah menuntun saya selama studi di Universitas Muhammadiyah Magelang.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu berjuang dengan memberikan pendidikan yang terbaik dan selalu memberikan dukungan secara penuh.
7. Suami dan anak-anak tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan secara penuh.
8. Sahabat-sahabat yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan serta semangat, Terutama untuk Yunita dan Reni yang sudah membantu dan memberikan pengarahan selama skripsi dan dukungannya.
9. Teman-teman 15B Akuntansi yang telah menjadi teman diskusi dan memotivasi dalam hal akademik.
10. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta dukungan.

Magelang, 2 Agustus 2020
Peneliti,



Vety Ferdiana Avisya J
NIM 15.0102.0138

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan.....	iii
Riwayat Hidup	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	12
A. Telaah Terori.....	12
1. Teori Sinyal (Signaling Theory).....	12
2. Pertumbuhan Penjualan	14
3. Ukuran Perusahaan	15
4. Profitabilitas.....	16
5. Struktur Modal.....	17
6. Likuiditas	18
7. Nilai Perusahaan.....	19
B. Telaah Penelitian Terdahulu	20
C. Perumusan Hipotesis.....	21
D. Model Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Populasi dan Sampel	30
B. Data Penelitian	31
1. Jenis dan Sumber Data	31
2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
C. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	31
D. Metode Analisis Data.....	33
1. Statistik Deskriptif	33
2. Uji Asumsi klasik.....	33
3. Analisis Regresi Berganda	36
4. Pengujian Hipotesis.....	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	41

A. Hasil Pengumpulan Data.....	41
B. Statistik Deskriptif	42
C. Uji Asumsi Klasik	44
1. Uji Normalitas	44
2. Uji Multikolinieritas	45
3. Uji Autokorelasi	46
8. Uji Heteroskedastisitas	47
D. Analisis Regresi Berganda	47
E. Pengujian Hipotesis.....	49
F. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP	61
A.Kesimpulan	61
B.Keterbatasan.....	62
C.Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Market Capital Perusahaan Manufaktur	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4. 1 Hasil Pengambilan Sampel.....	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	42
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi.....	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4. 7 Koefisien Regresi	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4. 9 Uji Statistik F	50
Tabel 4. 10 Uji Statistik T	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	29
Gambar 3. 1 Penerimaan Uji F	39
Gambar 3. 2 Penerimaan Uji t (Positif)	40
Gambar 3. 3 Penerimaan Uji t (Negatif).....	40
Gambar 4. 1 Nilai Kritis Uji F.....	51
Gambar 4. 2 Nilai Uji T Pertumbuhan Penjualan	52
Gambar 4. 3 Nilai Uji T Ukuran Perusahaan.....	53
Gambar 4. 4 Nilai Uji T Profitabilitas	53
Gambar 4. 5 Nilai Uji T Struktur Modal	54
Gambar 4. 6 Nilai Uji T Likuiditas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur	67
Lampiran 2 Perhitungan Pertumbuhan Perusahaan	68
Lampiran 3 Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	70
Lampiran 4 Perhitungan Profitabilitas	72
Lampiran 5 Perhitungan Struktur Modal	74
Lampiran 6 Perhitungan Likuiditas.....	76
Lampiran 7 Perhitungan Nilai Perusahaan.....	78
Lampiran 8 Hasil Tabulasi Data	80
Lampiran 9 Hasil Output SPSS.....	82

ABSTRAK

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2014-2018)

**Oleh :
Vety Ferdiana Avisya J**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaandalam laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 sampai dengan tahun 2018. Jumlah populasi penelitian ini adalah 50 perusahaan dan jumlah sampel sebanyak 10 perusahaan. Penentuan sampel diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan, struktur modal, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas, dan Nilai Perusahaan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan sebagai entitas ekonomi pada prinsipnya memiliki tujuan utama yaitu memperoleh laba tetapi juga harus dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dijadikan fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan atau tidak. Nilai perusahaan dapat dimaksimalkan dengan cara menarik minat investor perusahaan, agar dapat mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, adanya nilai perusahaan akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan dan akan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.

Jika semakin tingginya nilai jual sahamnya maka nilai perusahaan akan tinggi, maka akan semakin terjaminnya kesejahteraan dan kemakmuran dari para pemegang sahamnya. Adanya laporan keuangan yang digunakan untuk sumber informasi oleh investor dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal, dari laporan tersebut investor mengetahui nilai dari suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham yang diperdagangkan. Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila *shareholder* dan *stakeholder* dapat bekerja sama dengan baik dalam membuat keputusan yang tepat untuk memaksimalkan modal.

Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik dua perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut (Suharli, 2006).

Tabel 1 1
Market Capital Perusahaan Manufaktur

Tahun	Market Capital (Triliyun Rupiah)
2014	1,150
2015	1,850
2016	1,465
2017	1,908
2018	2,026

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa *market capital* perusahaan manufaktur mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014 sampai 2015 mengalami kenaikan kemudian pada tahun 2016 mengalami penurunan kemudian pada tahun 2017-2018 mengalami kenaikan. Naik turunnya market capital dipengaruhi oleh adanya permintaan dan penawaran dipasar modal. Industri manufaktur merupakan industri sekunder yang

menciptakan produksi buatan pabrik dan dilakukan secara besar-besaran. Investor menilai kinerja perusahaan dari kinerja harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pantow & Trang, (2015) membuktikan bahwa secara empiris pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil berbeda diperoleh dalam penelitian Emanuel & Rasyid, (2019) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan turut menentukan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan dianggap semakin mudah untuk mendapatkan sumber pendanaan bagi operasional perusahaan. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga

akan meningkatkan harga saham dari perusahaan. Oleh karena itu ukuran perusahaan dinilai dapat memengaruhi nilai perusahaan. Harga saham adalah indikator nilai Perusahaan bagi Perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pantow & Trang, (2015) membuktikan bahwa secara empiris ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil berbeda diperoleh dari Chusnitah & Retnani, (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan harus mengambil keputusan mengenai pendanaan yang akan membiayai kegiatan perusahaannya. Suatu keputusan yang diambil manajer dalam suatu pembelanjaan harus dipertimbangkan secara teliti sifat dan biaya dari sumber dana yang akan dipilih karena masing-masing sumber dana tersebut memiliki konsekuensi finansial yang berbeda. Keputusan pendanaan yang diambil oleh perusahaan kelak akan memutuskan komposisi yang tepat dalam memilih modal yang akan menghasilkan struktur modal yang optimal dimana pemilik perusahaan juga mengharapkan keuntungan yang optimal.

Profitabilitas merupakan kemampuan menghasilkan laba (profit) selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva yang produktif atau modal. Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang mencakup informasi mengenai kinerja perusahaan. Profitabilitas

merupakan salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang. Profitabilitas yang dimiliki perusahaan tinggi maka menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, sehingga investor pun akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, dan nilai perusahaan pun akan menjadi tinggi. Investor yang menanamkan saham pada perusahaan mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pantow & Trang, (2015) membuktikan secara empiris bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan dan mempunyai hubungan yang positif. Hasil berbeda diperoleh dalam penelitian Rakasiwi, Pranaditya, & Andini, (2017) dimana profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target struktur modal optimalnya, maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Penentuan target struktur modal optimal adalah salah satu dari tugas utama manajemen perusahaan. Struktur modal adalah proporsi pendanaan dengan hutang (*debt financing*) perusahaan, yaitu rasio leverage perusahaan. Dengan demikian, hutang adalah unsur dari struktur modal perusahaan.

Struktur modal merupakan bauran dari segenap sumber pembelanjaan jangka panjang (utang jangka panjang, saham preferen, dan ekuitas saham biasa) yang digunakan perusahaan (Warsono, 2003).

Sumber-sumber pembiayaan ini akan digunakan perusahaan dalam kegiatan operasional, membiayai aset, dan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga manajer harus mampu menentukan kebijakan struktur modal yang baik bagi perusahaan. Kebijakan struktur modal melibatkan pertimbangan (*trade-off*) antara risiko dan tingkat pengembalian, dimana menggunakan lebih banyak utang berarti memperbesar risiko yang ditanggung pemegang saham, dan menggunakan lebih banyak utang juga dapat memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pantow & Trang, (2015) membuktikan bahwa secara empiris struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil berbeda diperoleh dari Dhani & Utama, (2017) dan Chusnitah & Retnani, (2017) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki nilai likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Menurut Sartono, (2010) Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya. Ukuran likuiditas perusahaan yang diproksikan dengan current ratio (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (current asset) dengan hutang lancar (current liabilities). Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari

segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kadek, Sudiani, Putu, & Darmayanti, (2016) membuktikan secara empiris likuiditas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda diperoleh dari Dwipa, Kepramareni, & Yuliasuti, (2020) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan Struktur modal, profitabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan Secara parsial struktur modal dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan masih banyak yang belum menunjukkan konsistensi dan mengacu pada penelitian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan variabel independen struktur modal, pertumbuhan perusahaan. ROA dan Risiko Perusahaan. Data ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi.

Perusahaan manufaktur mencerminkan pertumbuhan atau perkembangan ekonomi dan bisnis nasional, disamping itu perusahaan manufaktur merupakan sektor yang memiliki kompleksitas bisnis yang

tinggi. Namun populasi dari perusahaan manufaktur ini kemudian akan dipilih dengan menggunakan kriteria tertentu sehingga terpilihnya sampel. Dari beberapa alasan dan penjelasan diatas, maka peneliti bermaksud mengajukan penelitian yang berjudul pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan penelitian terdahulu Pantow & Trang, (2015) Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan, Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Faktor yang mempengaruhi struktur modal adalah struktur aktiva. Struktur aktiva dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar hutang jangka panjang yang dapat diambil dan hal ini akan berpengaruh juga terhadap penentuan besarnya struktur modal.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu Pantow & Trang, (2015) dengan perbedaan sebagai berikut: **Pertama**, menambahkan variabel likuiditas. Variabel likuiditas ditambahkan karena likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang harus dipenuhi saat ditagih untuk mempertahankan likuiditasnya. **Kedua**, rentang waktu dalam

penelitian ini yaitu tahun 2014-2018. Sedangkan penelitian Pantow et al dkk (2015) melakukan penelitian dalam rentang waktu 2010-2014. Alasan pemilihan tahun 2014-2018 karena pada tahun tersebut pertumbuhan sektor manufaktur menurun disebabkan karena beberapa faktor yaitu nilai tukar rupiah terhadap dolar AS.

Ketiga, pantow et al dkk., (2015) menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia pada tahun 2013, sementara peneliti menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena sektor manufaktur merupakan penopang utama perkembangan industry manufaktur di sebuah negara (Mahardika & Roosmawarni, 2016). Perusahaan Manufaktur menjadi salah satu sektor penyumbang produk domestik bruto (PDB) di Indonesia dan sektor manufaktur masih menjadi kontribusi terbesar bagi perekonomian nasional, walaupun pertumbuhan industry manufaktur sepanjang 2018 sebesar 5%.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini akan menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. Penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan”**

B. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan seperti berikut ini

1. Apakah terdapat pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Apakah terdapat pengaruh Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Apakah terdapat pengaruh Struktur Modal terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
5. Apakah terdapat pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

C. Tujuan Penelitian

1. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Menguji secara empiris dan menganalisis ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Menguji secara empiris dan menganalisis profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Menguji secara empiris dan menganalisis struktur modal terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

5. Menguji secara empiris dan menganalisis likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis:

Berdasarkan aspek teoritis yang ada, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat dan juga peneliti terhadap bukti empiris terhadap nilai manufaktur yang terdaftar di BEI.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menyajikan nilai manufaktur yang terdaftar di BEI.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Terori

1. Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Ross, (1977) mengemukakan bahwa isyarat atau signal memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain.

Signaling Teory menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif, maka harus dapat ditangkap pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkualitas buruk (Wijaya, 2012). Sedangkan menurut Brigham & Houston, (2014) teori sinyal merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa

mendatang.

Teori sinyal memberikan dorongan bagi perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Wolk *et al*, 2013). Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi mengenai laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan salah satunya yaitu informasi mengenai *corporate governance* yang

diungkapkan perusahaan. *Corporate Governance* dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan memberi nilai tambah bagi semua pihak yang berkaitan dengan perusahaan. Bila perusahaan dikelola dengan baik agar selalu sehat maka dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya.

2. Pertumbuhan Penjualan

Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka aktiva pun harus ditambah (Weston dan Brigham, 1991). Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa yang akan datang. Menurut Indrawati dan Suhendro (2006) pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaan.

Pertumbuhan penjualan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan. Pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan biaya akan mengakibatkan kenaikan laba perusahaan. Jumlah laba yang diperoleh secara teratur serta kecenderungan atau trend keuntungan yang meningkat merupakan suatu faktor yang sangat menentukan perusahaan untuk tetap survive. Sementara perusahaan dengan rasio pertumbuhan

penjualan negatif berpotensi besar mengalami penurunan laba sehingga apabila manajemen tidak segera mengambil tindakan perbaikan, perusahaan dimungkinkan tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada diperusahaan tersebut. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Suharli, 2006). Sudarsi (2002) menjelaskan untuk menentukan ukuran perusahaan adalah dengan log natural dari total aktiva. Perusahaan yang besar lebih diminati ketimbang perusahaan kecil.

Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total asset yang kecil. (sri sofyaningsih dan pancawati (2011).

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari kegiatan bisnis yang dilakukannya. Husnan dan Pudjiastuti (2004:72) mengatakan bahwa ROA adalah rasio untuk mengukur kemampuan aktiva perusahaan memperoleh laba dari operasi perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. ROA merupakan rasio yang penting diantara rasio profitabilitas yang ada. ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba.

ROA menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena tingkat pengembalian yang semakin besar. Keunggulan *Return on asset* adalah:

- a. ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan.
- b. ROA dapat memperbandingkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan dibawah, sama atau di atas rata-rata.
- c. ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan.

- d. ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.

5. Struktur Modal

Struktur Modal Husnan, (2000), menyatakan struktur modal adalah perbandingan antara sumber jangka panjang yang bersifat pinjaman dan modal sendiri. Keown, et al (2005:85), struktur modal (*capital structure*) adalah perpaduan sumber dana jangka panjang long-term sources of funds yang digunakan perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham, manajer keuangan harus dapat menilai struktur modal dan memahami hubungannya dengan risiko, hasil atau pengembalian nilai. Target dari struktur modal adalah menciptakan suatu komposisi dari hutang dan modal usaha yang paling tepat dan paling menguntungkan dari segi hutang dan modal usaha yang paling tepat dan paling menguntungkan dari segi keuangan. Menurut Brigham & Houston, (2001) kebijakan struktur modal melibatkan pertimbangan (*trade off*) antara risiko dan tingkat pengembalian sebagai berikut: a. Menggunakan lebih banyak hutang berarti memperbesar risiko yang ditanggung pemegang saham, b. Menggunakan lebih banyak hutang juga memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan.

Rasio yang umum digunakan untuk melihat pengaruh pinjaman dari kreditor baik yang digunakan sebagai tambahan modal maupun

sumber dana untuk pembelian aktiva adalah rasio hutang yaitu dilihat dari struktur modal yakni *Debt to Equity Ratio*. Menurut Kasmir, (2008) menyatakan bahwa DER merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Untuk mencari rasio ini dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan.

6. Likuiditas

Likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki nilai likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Menurut Sartono, (2010) Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya. Ukuran likuiditas perusahaan yang diproksikan dengan current ratio (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (current asset) dengan hutang lancar. Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut.

Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang segera harus dipenuhi atau pada saat ditagih (Raharjaputra, 2009). Likuiditas dalam teori berhubungan

positif dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi likuiditas maka nilai perusahaan tinggi dan semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan rendah.

Mahendra et al (2012), menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Prisiliarompas, (2013) dan (Rustam, 2013). Hasil yang berbeda yaitu menurut Wulandari, (2014) likuiditas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Susilawati, (2014), Nurhayati, (2013) dan (Nugroho, 2012).

7. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat membarikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan PBV (*Price Book Value*). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

B. Telaah Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Fauzi & Rasyid, 2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Likuiditas, Profitabilitas	Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
2	(Ningsih & Wahyuati, 2019)	Pengaruh Solvabilitas, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	Solvabilitas, Profitabilitas, Likuiditas	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa solvabilitas dan likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh
3	(Kadek et al., 2016)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Dan <i>Investment</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, likuiditas, Pertumbuhan, Dan <i>Investment Opportunity Set</i>	Hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan <i>investment opportunity set</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas dan pertumbuhan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
4	(Mandalika, 2016)	Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	Struktur Aktiva, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa struktur aktiva, struktur modal dan pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan
5	(M. S. R.	Analisa	Pertumbuhan	Hasil penelitiannya dapat

Pantow et al., 2015)	Pertumbuhan Penjualan, Ukuran perusahaan, Profitabilitas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai	Penjualan Ukuran Perusahaan Profitabilitas Struktur Modal	disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan struktur modal secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai
----------------------	---	---	--

Tabel 2. 2
Penelitian Terdahulu
(Lanjutan)

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
6	(Rakasiwi et al., 2017)	Perusahaan Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> , Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan	EPS Ukuran Perusahaan Profitabilitas <i>Leverage Sales Growth</i> Kebijakan Deviden	Perusahaan Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa EPS, ukuran perusahaan, Profitabilitas, <i>leverage</i> dan <i>sales growth</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7	(Chusnitah & Retnani, 2017)	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Struktur Modal Pertumbuhan Perusahaan Ukuran Perusahaan Profitabilitas	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
8	(Dwipa et al., 2020)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<i>Leverage</i> Likuiditas Profitabilitas Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa <i>leverage</i> , likuiditas, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

C. Perumusan Hipotesis

1. Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal (Ross 1977) merupakan suatu teori menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Teori ini mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Dan berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik dan berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Berdasarkan Teori Sinyal, adanya Pertumbuhan Penjualan dapat memberikan sinyal kepada keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan perusahaan akan mempengaruhi pada nilai perusahaan dimana ketika tingkat pertumbuhan penjualan relatif meningkat maka perusahaan dalam kondisi yang baik, tetapi sebaliknya ketika pertumbuhan penjualan relatif menurun maka di situ tercermin adanya kejenuhan pasar, ini artinya perusahaan dalam kondisi kurang baik.

Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan yang baik merupakan salah satu tanda bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang menguntungkan. Investor mengharapkan perusahaan tetap tumbuh dan meningkat dimasa yang akan datang dengan harapan perusahaan mampu memberikan keuntungan bagi investor baik berupa

capital gain yang tinggi maupun dari pembagian dividennya. Semakin stabil pertumbuhan suatu perusahaan semakin mudah investor menilai perusahaan tersebut.

Pantow et al dkk (2015) Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Dewi, Yuniarti & Atmadja (2014) masih berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2. Ukuran Perusahaan (Total Asset) terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal (Ross 1977) merupakan suatu teori menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Teori ini mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Dan berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik dan berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan salah satunya dapat diukur dengan total aset. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut mendapatkan sumber

pendanaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu acuan dalam menilai kinerja perusahaan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan penawaran harga saham di pasaran (Suryandani, 2018).

Berdasarkan Teori Sinyal, ukuran perusahaan dapat memberikan sinyal kepada perusahaan ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon sinyal positif karena mampu untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Semakin besar ukuran perusahaan akan semakin mudah pula perusahaan untuk dipercaya oleh kreditur dalam memperoleh dana dari pasar modal dan adanya kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Jika investor berinvestasi besar, maka harga saham akan meningkat.

Sukaenah (2014) penelitian ini menyatakan bahwa Ukuran perusahaan yang besar akan mudah memasuki pasar modal sehingga dengan kesempatan ini perusahaan dapat membayar deviden kepada pemegang saham. Sementara ukuran perusahaan yang kecil akan mengalami kesulitan untuk memperoleh pinjaman dari pasar modal. bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal (Ross 1977) merupakan suatu teori menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Teori ini mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Dan berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik dan berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan yang diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Profitabilitas yang tinggi memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik di mata investor. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (S. Husnan, 2001).

Berdasarkan Teori Sinyal, perusahaan harus memberikan informasi kepada investor mengenai keuangan perusahaan. Informasi terkait profitabilitas yang tinggi, akan memberikan sinyal positif bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk menginvestasikan dananya berupa surat berharga atau saham. Kenaikan permintaan saham secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut dipasar modal yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pantow dkk (2015) profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan dengan penelitian putra, dkk (2017) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan kondisi *return on asset* yang baik atau meningkat tidak mempunyai potensi terhadap daya tarik perusahaan oleh investor.

H3 :Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. Struktur Modal (DER) terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal merupakan suatu teori menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Teori ini mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Dan berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik dan berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Brigham dan Houston (2006) menyatakan bahwa peningkatan hutang diartikan oleh pihak luar tentang kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban di masa yang akan datang atau keduanya risiko bisnis yang rendah, hal tersebut akan direspon secara positif oleh pasar. Pandangan tersebut menyatakan struktur modal dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan Teori Sinyal, struktur modal dapat memberikan sinyal kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan perusahaan terhadap keputusan investasi dari pihak luar perusahaan. Teori ini

dibangun berdasarkan asumsi adanya *asymmetric information* yang menyebabkan para manajer akan berusaha memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan memiliki kinerja yang handal. Sinyal yang diberikan yaitu dengan penggunaan porsi hutang yang lebih besar di perusahaan.

Porsi hutang yang besar ini diakibatkan karena kebutuhan dana yang besar untuk menghasilkan tingkat penjualan yang tinggi. Tingginya hutang perusahaan juga menunjukan tingkat penjualan perusahaan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan hutang dalam struktur modal memberikan suatu sinyal negatif kepada pasar bahwa pendanaan dengan hutang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori sinyal dan menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pantow dkk (2015) Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Moniaga (2013) secara simultan tidak memiliki hubungan linier dengan nilai perusahaan. Struktur modal menyatakan bahwa sepanjang perusahaan mampu menyeimbangkan, manfaat dan biaya yang ditimbulkan akibat hutang.

H4 : Pengaruh Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

5. Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal (Ross 1977) merupakan suatu teori menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-

pihak yang berkepentingan dengan informasi. Teori ini mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Dan berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik dan berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

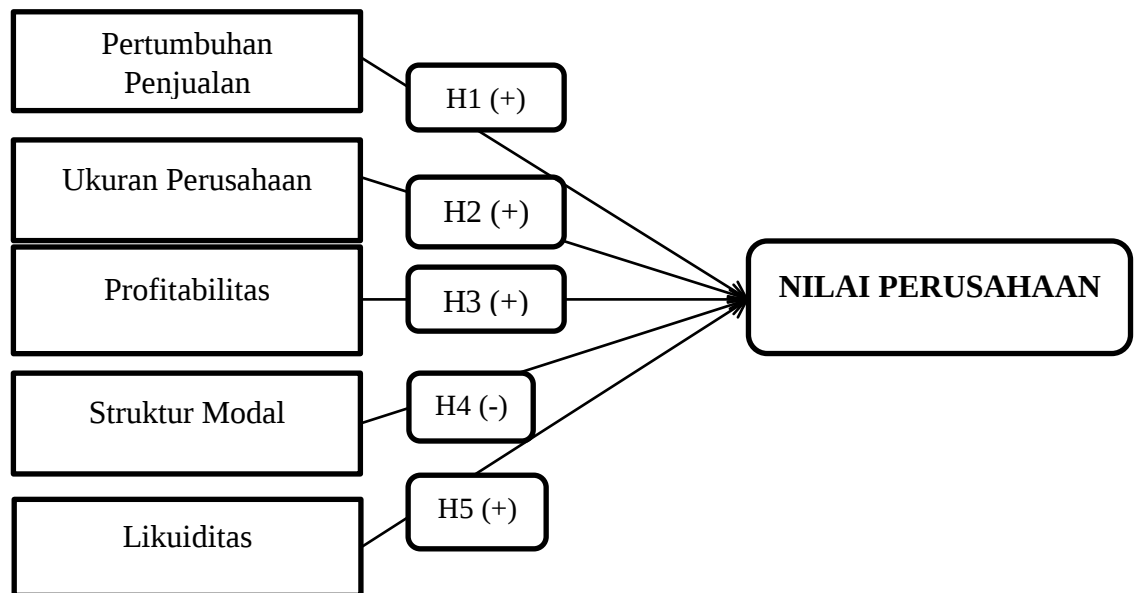
Likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki nilai likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Menurut Sartono (2010:114) Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya. Ukuran likuiditas perusahaan yang diproksikan dengan current ratio (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (current asset) dengan hutang lancar (*current liabilities*). Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan Teori Sinyal, likuiditas dapat memberikan sinyal Berdasarkan penjelasan diatas maka Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang segera harus dipenuhi atau pada saat ditagih (Raharjaputra, 2009:194). Likuiditas dalam teori berhubungan positif dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi

likuiditas maka nilai perusahaan tinggi dan semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan rendah.

H5 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

D. Model Penelitian



Gambar 2. 1
Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007:115). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2009 sampai tahun 2012 yaitu sebanyak 12 perusahaan. Menurut Sugiyono (2007:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasarkan kriteria sampel maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 10 perusahaan.

Sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari elemen-elemen yang diharapkan memiliki karakteristik yang mewakili populasinya (Sekaran, 2003). Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian dipilih secara *purposive sampling* dimana sampel yang dipilih sesuai dengan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan.

Kriteria yang digunakan untuk menjadi anggota sampel adalah sebagai berikut ini.

1. Perusahaan *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014 - 2018.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan tahunan (*financial report*) untuk tahun 2014 - 2018.

3. Perusahaan tersebut menyajikan seluruh data dan informasi yang diperlukan dalam pengukuran variabel pada laporan tahunan dan laporan keuangan tahunan.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu informasi yang diperoleh dari pihak lain. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018 dan diperoleh dari www.idx.co.id serta website perusahaan yang terpilih sebagai sampel penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan. Kepustakaan dilakukan dengan menggunakan buku, jurnal, dan referensi-referensi lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

C. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

No	Variabel	Definis Operasional	Rumus	Skala
1.	Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat	Growth of Sales: $\frac{\text{Sales tahun ke } t - \text{Sales pada } t - 1}{\text{Sales pada } t - 1}$ (M. S. R. Pantow et al., 2015)	Rasio

No	Variabel	Definisi Operasional	Rumus	Skala
		dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan diamsa yang akan datang (Kasmir, 2013).		
2.	Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan. Variabel ini diukur dengan menghitung logaritma natural total aset (Hanafi, 2004).	Size: $\ln (\text{Total Aset})$ (Asnawi & Wijaya, 2005:274)	Rasio
3.	Profitabilitas	Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu (Hanafi, 2004).	$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$ (Brigham & Houston, 2010)	Rasio
4.	Struktur Modal	Struktur modal adalah suatu upaya untuk memperlihatkan proporsi dari klaim pemberi pinjaman terhadap kepemilikan dan digunakan sebagai ukuran peranan hutang (Brigham & Houston, 2010)	$DER = \frac{\text{Debt Total}}{\text{Equity Total}}$ (Brigham, 2007)	Rasio
5.	Likuiditas	Likuiditas secara umum diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban keuangannya dalam jangka pendek atau yang harus segera dibayar (Hanafi, 2004).	$CR = \frac{\text{current asset}}{\text{current liabilities}}$	Rasio

No	Variabel	Definisi Operasional	Rumus	Skala
6.	Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan rasio harga pasar suatu saham terhadap nilai bukunya memberi indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan di pandang baik oleh investor artinya perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman serta terus mengalami pertumbuhan secara sistematis (Brigham & Houston, 2010).	$PBV = \frac{\text{current asset}}{\text{Nilai Buku}}$ (Brigham & Gapenski, 2006)	Rasio

D. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Descriptive statistic memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018). Descriptive statistic dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut.

2. Uji Asumsi klasik

Pengujian data dilakukan dengan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dilakukan analisis, karena tidak semua data dapat dilakukan analisis dengan regresi (Ghozali, 2018:105). Uji asumsi klasik merupakan prasyarat

dilakukannya analisis regresi. Ada empat macam uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut ini.

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dengan membagi model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, nilai residual mengikuti distribusi, sehingga jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2018:161). Untuk menguji normalitas, peneliti menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengujian yang digunakan adalah nilai p-value. apabila nilai $p\text{-value} > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal, dan apabila jika $p\text{-value} < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolineritas merupakan suatu keadaan dimana terdapat hubungan yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikoliniearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018:107).

Multikolinearitas antar variabel independen dapat dilihat dari nilai tolerance dan variances inflation factor (VIF). Kedua ukuran

tersebut menunjukkan setiap variabel independen yang satu yang dijelaskan oleh variabel independen yang lain. Nilai tolerance yang rendah sama artinya dengan nilai VIF yang tinggi (Ghozali, 2018:107-108). Jika nilai tolerance lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji suatu model regresi linear, untuk melihat keberadaan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$ (Ghozali, 2018:111). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Pada penelitian ini uji autokorelasi dilakukan dengan alat uji *durbin-watson*. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

d. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Sebuah model regresi yang baik adalah model regresi yang

mempunyai data yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, atau besar) (Ghozali, 2018).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dalam model, peneliti akan menggunakan uji Glejser dengan bantuan program SPSS. Apabila koefisien parameter beta > 0.05 maka tidak ada masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Jika ternyata dalam model terdapat heteroskedastisitas, maka cara memperbaiki dapat dilakukan:

- 1) Transformasi dalam bentuk model regresi dengan membagi model regresi dengan salah satu variabel independen yang digunakan dalam model tersebut.
- 2) Transformasi logaritma.

3. Analisis Regresi Berganda

Wibowo (2012:126) mengemukakan model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Adapun model regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 PP + \beta_2 UP + \beta_3 PRO + \beta_4 SM + \beta_5 LK + \varepsilon$$

Keterangan:

NP	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
$\beta_1, \dots, \beta_6$	: Koefisien regresi
PP	: Pertumbuhan Penjualan
UP	: Ukuran perusahaan
PRO	: Probabilitas
SM	: Struktur Modal
LK	: Likuiditas
ε	: Nilai error

4. Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

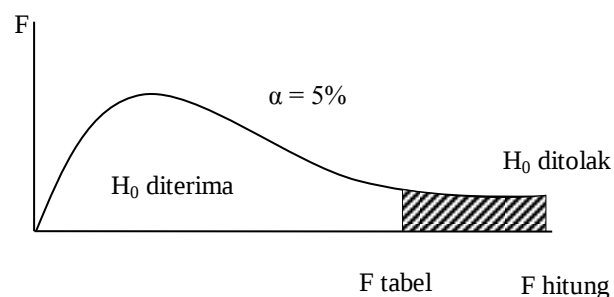
Pengujian ini untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Tingkat ketepatan regresi dinyatakan dalam koefisien determinasi majemuk (R^2) yang nilainya antara 0 sampai dengan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Jika dalam suatu model terdapat lebih dari dua variabel independen, maka lebih baik menggunakan nilai adjusted R^2 .

b. Uji F

Menurut Ghozali (2018:97), ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari goodness of fitnya. Uji

statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji statistik F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan significance level 0,05 ($\alpha = 5\%$), dan kriterianya adalah sebagai berikut :

1. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, atau $p\text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga model regresi fit (hipotesis diterima).
2. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, atau $p\text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak ditolak dan H_a ditolak, sehingga model regresi tidak fit (hipotesis tidak diterima).



Gambar 3. 1
Penerimaan Uji F

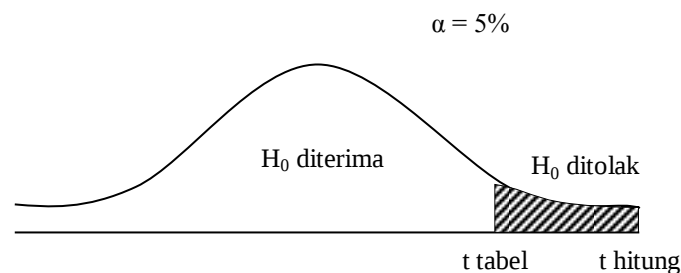
c. Uji t

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:101). Penentuan nilai t tabel menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan

derajat kebebasan $df = n-1$, dimana n adalah jumlah sampel. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

a. Hipotesis positif

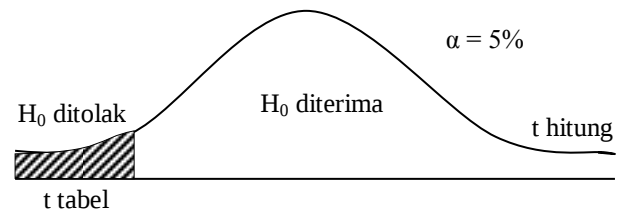
- 1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$, atau $P\text{ value} > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a tidak dapat diterima. Artinya variabel independen secara individual tidak dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
- 2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$, atau $P\text{ value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).



Gambar 3. 2
Penerimaan Uji t (Positif)

b. Hipotesis Negatif

- 1) Jika $t\text{ hitung} < -t\text{ tabel}$ atau $P\text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t\text{ hitung} > -t\text{ tabel}$ atau $P\text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3. 3
Penerimaan Uji t (Negatif)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji secara empiris pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sebanyak 10 perusahaan dengan total pengamatan selama 5 tahun terdapat 50 perusahaan. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan kemampuan pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal dan likuiditas dalam menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 50,4% dan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model ini.
2. Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa f hitung lebih besar dari f tabel artinya bahwa model regresi dalam penelitian ini baik atau fit.
3. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, struktur modal, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

B. Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Beberapa keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sektor manufaktur, sehingga ada peluang perbedaan sektor manufaktur mempengaruhi hasil penelitian ini.
2. Periode penelitian dilakukan dalam jangka waktu 2014 sampai dengan 2018.
3. Penelitian hanya menggunakan variabel pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas.

C. Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya hendaknya memperluas penggunaan sampel.
2. Rentang waktu penelitian bisa diperpanjang sehingga hasil tergeneralisasi.
3. Penelitian selanjutnya dapat memasukan variabel independen lain seperti *leverage* (Hidayat, 2019).

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, S. K., & Wijaya, C. (2005). *Riset Keuangan: Pengujian Pengujian Empiris*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Brigham, E. F. (2007). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F., & Gapenski, L. C. (2006). *Intermediate Financial Management* (7th Editio). New York: Sea harbor Drive.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2001). *Manajemen Keuangan* (Kedelapan). Jakarta: Erlangga.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Manajemen Keuangan* (ke-11). Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen* (Edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Chusnitah, N. M., & Retnani, E. D. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(11).
- Dhani, I. P., & Utama, A. . G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/10.31093/jraba.v2i1.28>
- Dwipa, I. K. S., Kepramareni, P., & Yulastuti, I. A. N. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 2(1), 77–89.
- Emanuel, R., & Rasyid, R. (2019). Pengaruh Firm Size , Profitability , Sales Growth , Dan Leverage Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(2), 468–476.
- Fauzi, A. R., & Rasyid, R. (2019). Pengaruh ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2010-2017). *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 01(02), 2655–6499.
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* 25 (sembilan). Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro.
- Hanafi, M. M. (2004). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, return on equity dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di indonesia. *Fakultas Ekonomi*, 21(1), 67–75. Diambil dari <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Husnan, S. (2000). *Manajemen Keuangan Teori Dan Penerapan* (Ke 3). Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Husnan, S. (2001). *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan percetakan AMP YKPN.
- Kadek, N., Sudiani, A., Putu, N., & Darmayanti, A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set Dan Nilai Perusahaan. 5(7), 4545–4547.
- Kasmir. (2008). *Analysis of financial statements*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mahardika, budi wahyu, & Roosmawarni, A. (2016). Analisis karakteristik perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014. *XIII*(2), 23–47.

- Mahendra, A. D. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 125–140.
- Mandalika, A. (2016). Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala ilmiah Efisiensi*, 16(01).
- Ningsih, D. H. R., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh Solvabilitas, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(4).
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Nugroho, w. A. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Di BEI Periode 2008-2011). *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 30–55.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Deviden dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 65–80.
- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks LQ. *Jurnal EMBA*, 3(1), 961–971.
- Prisiliarompas, G. (2013). Likuiditas Solvabilitas Dan Rentabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 1(3), 252–262.
- Raharjaputra, H. (2009). *Buku Panduan Praktis Manajemen Keuangan Dan Akuntansi untuk Eksklusif Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rakasiwi, F. W., Pranaditya, A., & Andini, R. (2017). Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomika dan Bisnis-Akuntansi*.
- Ross, S. A. (1977). The Determination Of Financial Structure: The Incentive Signalling Approach. *Journal Of Economic*, 23–40.
- Rustam, C. W. A. (2013). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate dan Property Di BEI. *Jurnal ekonom*, 16(2), 12–35.
- Sartono, R. A. (2010). *Manajemen Keuangan (ke-4)*. Yogyakarta: BPFE.
- Suharli, M. (2006). Studi Empiris Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Go Public di Indonesia. *Jurnal Maksi*, 6(1).
- Susilawati. (2014). Pengaruh Kebijakan Deviden, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kepemilikan Institusional, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013. *Jurnal Akuntansi*, 40–65.
- Warsono. (2003). *Manajemen Keuangan Perusahaan (Jilid 1)*. Malang: Bayu Media Publisihing.
- Wulandari, D. R. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Operating Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Intervening. *Accounting Analysis Journal*.