

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan data-data yang berhasil dikumpulkan, hasil pengelolaan data dan pembahasan hasil pengelolaan data tersebut. Adapun urutan pembahasan secara sistematis yaitu deskripsi umum hasil penelitian, pengujian asumsi klasik, analisis data yang berupa hasil regresi, pengujian variabel independen terhadap variabel dependen.

A. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang tercatat (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2011-2015. Berdasarkan teknik pengambilan sampel dengan perusahaan yang memperoleh laba. Hasil pemilihan sampel terdapat 443 sampel data yang memenuhi sesuai kriteria dari 684 perusahaan yang dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Pemilihan Sampel Tahun 2011-2015

| Keterangan | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Jumlah |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur | 130 | 132 | 136 | 141 | 145 | 684 |
| Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba | (43) | (25) | (33) | (36) | (70) | (207) |
| Perusahaan manufaktur yang memperoleh laba | 87 | 107 | 103 | 105 | 75 | 477 |
| Data Outlayer | | | | | | 34 |
| Total Sampel | | | | | | 443 |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran 1)

2. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran informasi mengenai deskriptif dari suatu variabel penelitian. Penelitian ini variabel yang digunakan adalah nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), struktur modal dan *investment opportunity set (ios)*. Adapun hasil penelitian statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4.2
Analisis Statistik Deskriptif

| Variabel | Mean | Minimum | Maximum | Std. Deviation |
|-----------------------|----------|-----------|----------|----------------|
| Nilai perusahaan | 1.821556 | 5.18E-05 | 18.87151 | 2.159146 |
| Pertumbuhan Penjualan | 0.203397 | -0.886133 | 30.45199 | 1.440339 |
| Profitabilitas | 0.088964 | 8.17E-05 | 0.968060 | 0.100788 |
| Ukuran Perusahaan | 6.257784 | 4.024609 | 8.013520 | 0.667872 |
| Struktur Modal | 1.162670 | 0.000258 | 11.67705 | 1.310304 |
| IOS | 4.616321 | -0.260098 | 114.2220 | 9.454565 |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran 5)

Berdasarkan tabel 4.2 menggambarkan tentang besaran nilai mean, maximum, minimum, dan standar deviation statistik dari masing-masing variabel yang meliputi:

- a. Nilai mean variabel *price book value* adalah sebesar 1,821556 dengan nilai minimum sebesar 5,18E-05, nilai maximum sebesar 18,87151 dan nilai standar deviation sebesar 2,159146.

- b. Nilai mean variabel pertumbuhan penjualan adalah sebesar 0,203397 dengan nilai minimum sebesar -0,886133, nilai maximum sebesar 30,45199 dan nilai standar deviation sebesar 1,440339.
- c. Nilai mean variabel profitabilitas adalah sebesar 0,088964 dengan nilai minimum sebesar 8,17E-05, nilai maximum sebesar 0,968060 dan nilai standar deviation sebesar 0,100788.
- d. Nilai mean variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 6,257784 dengan nilai minimum sebesar 4,024609, nilai maximum sebesar 8,013520 dan nilai standar deviation sebesar 0,667872.
- e. Nilai mean variabel struktur modal adalah sebesar 1,162670 dengan nilai minimum sebesar 0,000258, nilai maximum sebesar 11,67705 dan nilai standar deviation sebesar 1,310304.
- f. Nilai mean variabel *investment opportunity set* adalah sebesar 4,616321 dengan nilai minimum sebesar -0,260098, nilai maximum sebesar 114,2220 dan nilai standar deviation sebesar 9,454565.

3. Analisis Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah suatu pengujian untuk mengetahui apakah asumsi-asumsi dalam analisis regresi linier ini terpenuhi sehingga model regresi ini mampu menjadi data yang tidak memiliki gejala multikolinieritas, heterokedastisitas, serta autokorelasi.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika dalam sampel

terjadi korelasi maka dapat dikatakan data terdapat masalah multikolinieritas untuk melihat apakah data terdapat korelasi atau tidak dengan cara melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) harus dibawah nilai 10. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di atas 10 maka data sampel dinamakan multikolinieritas karena terjadi hubungan antar variabel independen. Hasil analisis data dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | VIF | Keterangan |
|-----------------------------------|------------|---------------------------------|
| Pertumbuhan Penjualan | 1.018738 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Profitabilitas | 1.255714 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Size | 1.140789 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Struktur Modal | 1.523893 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| <i>Investment Opportunity Set</i> | 1.464275 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran 8)

Berdasarkan data tabel 4.3 diatas dapat dilihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari setiap variabel dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10. Tabel tersebut memperoleh bahwa semua variabel independen memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) jauh dibawah 10 jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam analisis regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan

kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastistas dan jika berbeda disebut heteroskedastistas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006). Pengujian yang dilakukan dengan melihat profitabilitas signifikansinya diatas 5%. Dalam penelitian ini menggunakan uji *white* untuk mendeteksiadanya heteroskedastistias ditunjukkan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Heteroskedastistas

| Obs*R-Squared | Prob. Chi Square | Keterangan |
|----------------------|-------------------------|----------------------------------|
| 13.10891 | 0.8727 | Tidak Terjadi Heteroskedastistas |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran 6)

Berdasarkan tabel 4.4 dengan menggunakan uji *white* dapat diketahui bahwa nilai Obs*R-squared sebesar 13.10891 dengan nilai probabilitas chi squared sebesar $0,8727 > 0,05$ maka dapat dinyatakan model tersebut tidak terjadi heteroskedastistas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ atau sebelumnya (Ghozali,2006). Jika terjadi korelasi maka dinamakan adanya autokorelasi. Apabila profitabilitas $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak autokorelasi. Dalam penelitian ini menguji autokorelasi menggunakan *Correlogram Squared Residuals*. Hasil penelitian ditunjukkan pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

| Autocorrelation | Partial Correlation | | AC | PAC | Q-Stat | Prob |
|------------------------|----------------------------|----|-----------|------------|---------------|-------------|
| . . | . . | 1 | -0.003 | -0.003 | 0.0046 | 0.946 |
| . . | . . | 2 | -0.009 | -0.009 | 0.0397 | 0.980 |
| . . | . . | 3 | -0.013 | -0.013 | 0.1189 | 0.989 |
| . . | . . | 4 | -0.014 | -0.014 | 0.2018 | 0.995 |
| . . | . . | 5 | -0.012 | -0.012 | 0.2629 | 0.998 |
| . . | . . | 6 | 0.010 | 0.010 | 0.3124 | 0.999 |
| . . | . . | 7 | -0.007 | -0.007 | 0.3324 | 1.000 |
| . . | . . | 8 | -0.004 | -0.004 | 0.3385 | 1.000 |
| . . | . . | 9 | 0.003 | 0.003 | 0.3427 | 1.000 |
| . . | . . | 10 | -0.006 | -0.007 | 0.3619 | 1.000 |
| . . | . . | 11 | -0.008 | -0.008 | 0.3926 | 1.000 |
| . . | . . | 12 | -0.008 | -0.008 | 0.4187 | 1.000 |
| . . | . . | 13 | 0.038 | 0.037 | 1.0648 | 1.000 |
| . . | . . | 14 | -0.003 | -0.003 | 1.0697 | 1.000 |
| . . | . . | 15 | -0.006 | -0.006 | 1.0872 | 1.000 |
| . . | . . | 16 | -0.009 | -0.009 | 1.1284 | 1.000 |
| . . | . . | 17 | -0.005 | -0.005 | 1.1411 | 1.000 |
| . . | . . | 18 | -0.009 | -0.009 | 1.1800 | 1.000 |
| . . | . . | 19 | -0.007 | -0.009 | 1.2054 | 1.000 |
| . . | . . | 20 | -0.011 | -0.011 | 1.2571 | 1.000 |
| . . | . . | 21 | -0.008 | -0.008 | 1.2863 | 1.000 |
| . . | . . | 22 | -0.007 | -0.008 | 1.3071 | 1.000 |
| . . | . . | 23 | -0.010 | -0.011 | 1.3537 | 1.000 |
| . . | . . | 24 | -0.012 | -0.012 | 1.4164 | 1.000 |
| . . | . . | 25 | -0.013 | -0.014 | 1.5002 | 1.000 |
| | . . | 26 | -0.009 | -0.012 | 1.5423 | 1.000 |

| | | | | | | |
|-----|-----|----|--------|--------|--------|-------|
| . . | . . | 27 | -0.004 | -0.005 | 1.5484 | 1.000 |
| . . | . . | 28 | -0.015 | -0.016 | 1.6503 | 1.000 |
| . . | . . | 29 | -0.011 | -0.012 | 1.7099 | 1.000 |
| . . | . . | 30 | -0.014 | -0.016 | 1.8091 | 1.000 |
| . . | . . | 31 | 0.012 | 0.011 | 1.8730 | 1.000 |
| . . | . . | 32 | -0.008 | -0.009 | 1.9053 | 1.000 |
| . . | . . | 33 | -0.012 | -0.013 | 1.9759 | 1.000 |
| . . | . . | 34 | -0.012 | -0.013 | 2.0437 | 1.000 |
| . . | . . | 35 | -0.014 | -0.015 | 2.1402 | 1.000 |
| . . | . . | 36 | 0.020 | 0.019 | 2.3277 | 1.000 |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran7)

Berdasarkan tabel 4.5 untuk menguji autokorelasi menggunakan metode *Correlogram Squared Residuals* dan dapat dilihat bahwa nilai profitabilitas $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi pada model regresi tersebut.

B. Analisis Penelitian Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Model regresi linier berganda ini digunakan karena variabel independen lebih dari satu meliputi pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal dan *investment opportunity set* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$\text{PBV} = -1.394080 (\alpha) - 0.027947 \text{ Growth of Sales} + 2.965273 \text{ ROA} + 0.255439 \text{ Logaritma Total Aset} - 0.530596 \text{ DER} + 0.656481 \text{ MVBE} + e$$

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji F

Pengujian statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji F

| | |
|---------------------------|----------|
| <i>F-statistic</i> | 71.72437 |
| <i>Prob (F-statistic)</i> | 0.000000 |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran 9)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas telah diperoleh nilai F hitung sebesar 71.72437 dengan probabilitas (*Prob F-Statistic*) sebesar 0,000000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan atau dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal dan *investment opportunity set* secara silmultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

b. Uji t

Uji t atau uji parsial merupakan pengujian secara masing-masing variabel independen (pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal dan *investment opportunity set*) secara individu apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan)

atau tidak. Apabila nilai probabilita $< 0,05$ maka terdapat pengaruh individual variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji statistik t ditunjukkan pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji t

| Variabel | Coefficient | t-statistic | Prob | Hasil |
|-----------------------------------|-------------|-------------|--------|----------|
| C | -1.394080 | -2.662513 | 0.0080 | |
| Pertumbuhan Penjualan | -0.027947 | -0.201471 | 0.8404 | Ditolak |
| Profitabilitas | 2.965273 | 3.375017 | 0.0008 | Diterima |
| Ukuran Perusahaan | 0.255439 | 2.919947 | 0.0037 | Diterima |
| Struktur Modal | -0.530596 | -5.662111 | 0.0000 | Ditolak |
| <i>Investment Opportunity Set</i> | 0.656481 | 15.15941 | 0.0000 | Diterima |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran 9)

Berdasarkan hasil pengujian analisis data pada tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.7 variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.027947 dengan signifikan sebesar $0.8404 > 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai arah negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti hipotesis 1 ditolak yaitu pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.7 variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2.965273 dengan signifikan sebesar $0.0008 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai arah positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti hipotesis 2 diterima yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.7 variabel ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.255439 dengan signifikan sebesar $0.0037 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai arah positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti hipotesis 3 diterima yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

d. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.7 variabel struktur modal memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.530596 dengan signifikan sebesar $0.0000 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa struktur modal mempunyai arah negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti hipotesis 4 diterima yaitu struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

e. Pengaruh *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.7 variabel *Investment Opportunity Set* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.530596 dengan signifikan sebesar $0.0000 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa *Investment Opportunity Set* mempunyai arah positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti hipotesis 5 diterima yaitu *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

c. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi adalah untuk melihat dalam pengujian kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan dependen. Nilai koefisien adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang terbatas (Ghozali, 2011). Nilai variabel independen yang hampir mendekati 1 itu menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2011). Hasil perhitungan uji determinasi tersebut dapat dilihat pada berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Determinasi

| <i>R-squared</i> | <i>Adjusted R-squared</i> | <i>Std.Error Of the Estimate</i> |
|------------------|---------------------------|----------------------------------|
| 0.450744 | 0.444460 | 1.081428 |

Sumber: Data sekunder yang diolah (Lampiran 9)

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan besarnya uji determinasi(R^2) sebesar 0.444460, hal ini berarti 44,446 % variabel dependen nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh 5 variabel independen pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal dan *investment opportunity set*. Sedangkan sisanya (100% - 44,446% = 55,554%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model yang tidak diamati dalam penelitian ini.

C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian

yang diperoleh bahwa koefisien regresi untuk variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai koefisien -0.027947 dengan signifikan sebesar $0.8404 > 0,05$ sehingga variabel pertumbuhan penjualan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya bahwa tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan yang tinggi belum tentu mempunyai prospek yang tinggi dimasa depan karena hanya penjualan yang meningkat belum tentu perusahaan mendapatkan pertumbuhan laba. Dari sudut pandang investor cenderung membeli saham yang mempunyai laba atau keuntungan yang tinggi yang diberikan perusahaan sehingga investor tertarik akan menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut. Sehingga pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan penelitian yang dilakukan oleh Mawar Sharon R. Pantow, Sri Murni dan Irvan Trang (2015), Tita Deitiana (2011), Hansen dan Juniarti (2014), Nurhidayah (2015), Ni Kadek Ayu Suidani dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2016), yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua yang diajukan menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi untuk variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien 2.965273 dengan signifikan sebesar $0.0008 < 0,05$ sehingga

variabel profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian diketahui bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan yang dalam menghasilkan laba bertujuan untuk menarik investor. Investor menginvestasikan dananya ke perusahaan dengan harapandapatkan *return*. Perusahaan yang menjanjikan *return* yang tinggi ke publik akan meningkatkan apresiasi investor terhadap nilai perusahaan untuk meningkatkan laba atau keuntungan. Sehingga membuat para investor percaya dan akan menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut. Perusahaan dengan profit yang tinggi akan memberikan sinyal positif dimata investor. Dengan demikian profitabilitas mampu menjadi mekanisme untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Helmy Fahrizal (2013), Ni Kadek Ayu Sudiani dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2016), Dewi Ernawati dan Dini Widyawati (2015), Sri hermuningsih (2011), Rizky Akbar (2012), Abrian amir rahman (2015), Mawar sharon R. pantow, Sri murni dan Irvan trang (2015), I putu andre sucita wijaya dan I made karya utama (2014), Wanda novita (2014), Adhi widyakto (2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga yang diajukan menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan memiliki

nilai koefisien 0.255439 dengan signifikan sebesar $0.0037 < 0,05$ sehingga variabel ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin meningkat nilai perusahaan. Perusahaan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal sehingga investor menangkap sinyal positif terhadap perusahaan besar yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam mencapai tujuan perusahaan yang memiliki aktiva yang besar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya maka dari itu para investor ingin memiliki dan membeli saham tersebut. Hal ini dikarenakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh dana yang besar dikelola untuk mendapatkan profit dan perusahaan mampu menghadapi persaingan yang ketat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013), Triyono, Kharis Raharjo, Rina Arifati, Sujoko (2006), I Gusti Ngurah Agung Dwi pramana dan I Ketut Mustanda (2016), Dewi Ernawati dan Dini Widyawati (2015), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis keempat yang diajukan menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi untuk variabel struktur modal memiliki

nilai koefisien -0.535096 dengan signifikan sebesar $0.0000 > 0,05$ sehingga variabel struktur modal terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini diketahui bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Teori trade-off dalam menentukan struktur modal yang optimal memasukkan beberapa faktor antara lain pajak, biaya keagenan dan biaya kebangkrutan. Ketika perusahaan berhutang terlalu tinggi atau melewati titik optimal, akan menyebabkan biaya kebangkrutan lebih tinggi dibandingkan dengan manfaat penghematan pajak, dan dianggap berisiko kebangkrutan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi hutang, semakin besar juga bunga yang harus dibayarkan perusahaan sehingga dapat menurunkan laba bersih perusahaan dan akan berdampak pada resiko kebangkrutan. Hal ini direspon negatif oleh investor dengan menjual sahamnya kepada perusahaan dan menyebabkan permintaan saham menurun, serta menurunkan harga saham dan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri wahyuni dkk (2013), Dewi dan Sudiarta (2017) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Pengaruh *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kelima yang diajukan menyatakan bahwa *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi untuk variabel *Investment Opportunity Set* memiliki nilai koefisien 0.656481 dengan signifikan sebesar

0.0000 > 0,05 sehingga variabel *Investment Opportunity Set* terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini diketahui bahwa *investment opportunity set* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. IOS merupakan bentuk investasi yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan nilai bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan melihat pertumbuhan perusahaan dalam kemampuan mendapatkan dan mengelola modal untuk meningkatkan aktiva produktif sehingga punya potensi untuk meningkat pertumbuhan perusahaan. Ketika peluang investasi memberikan sinyal positif kepada para investor tentang pertumbuhan perusahaan dimasa akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham sebagai nilai indikator nilai perusahaan. .

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eno Fuji Astriani (2014), Helmy Fahrizal (2013), Nurul Hidayah (2015), Hasnawati (2005), Rachmawati dan Triatmoko (2007), Ni Kadek Ayu Sudiani dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2016) menyatakan bahwa IOS berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.