

PENGARUH PROFITABILITAS, *GROWTH OPPORTUNITY*, SIZE, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2012-2016)

Aghnia Sekar Arum, Rita Kusumawati

**Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Jl, Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183 Telp. (0274) 387656
(hunting), 387649 (hotline PENMARU) Fax. (0274)387646/387649,

Website;www.umy.ac.id

Email : aghniasekar@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this reseach is to examine the effect of profitability, growth opportunity, size, and capital structure on firm value. The object is manufacturing companies that listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in period 2012-2106. This research using purposive sampling method as technique sampling with the number of samples acquired is 25 companies and in total 121 samples. The data analysis technique of this study using multiple regression analysis with E-Views 7 program.

The result of this research that profitability, size, and capital structure have positive significant influence on firm vlaue. Meanwhile, growth opportunity have not significant influence on firm value.

Keywords : Profitability, Growth Opportunity, Size, Capital Structure and Firm Value

1. PENDAHULUAN

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan dapat tercermin dari kemakmuran para pemegang sahamnya. Dahulu perusahaan menggunakan tipe manajemen tradisional berdasarkan pada asas kekeluargaan, yaitu pengelolaan dan pengambilan keputusan dilakukan pemilik perusahaan itu sendiri. Namun saat ini, perusahaan yang dimana pemilik perusahaan masih sebagai pengelola dan pengambil keputusan cenderung kurang bisa maju, karena biasanya terdapat kurangnya ilmu pengetahuan yang *update* dari pemilik perusahaan tersebut dalam halnya faktor apa saja yang meningkatkan nilai perusahaan dan kurangnya ilmu pengetahuan mengenai teknologi yang semakin maju yang bisa membuat perusahaan semakin besar atau meningkat juga dijadikan

sebagai faktor perusahaan tidak lagi menggunakan pemilik perusahaan sebagai pengelola dan pengambil keputusan perusahaan. Oleh karena itu, kemudian diubah menjadi tipe manajemen profesional dengan menerapkan sistem keagenan yaitu di mana terdapat seorang manajer yang diangkat oleh pemilik perusahaan untuk bertindak atas kepentingan pemilik perusahaan. Hubungan keagenan muncul saat pemilik perusahaan menyerahkan kewenangannya kepada manajer untuk pengelolaan dan pengambilan- pengambilan keputusan finansial maupun keputusan- keputusan yang lain. Jadi, pemilik perusahaan hanya menanamkan modal atau saham di perusahaan tersebut. Namun pada kenyataannya manajer berkepentingan terhadap kemakmuran manajer itu sendiri. Jadi, manajer yang seharusnya meningkatkan kemakmuran para pemegang saham tetapi malah meningkatkan kemakmuran manajer itu sendiri. Hal ini akan memunculkan konflik yang timbul antara pemegang saham dan manajer dimana manajer lebih mementingkan tujuan individu dibandingkan tujuan perusahaan yang dinamakan konflik keagenan.

Konflik keagenan akan memunculkan *agency cost* atau biaya yang dikeluarkan perusahaan akibat adanya konflik antara pemegang saham dengan manajer, yaitu seperti biaya untuk pengawasan dan memonitor kinerja manajer. Sehingga biaya yang seharusnya dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan dikeluarkan untuk mengawasi manajer agar bekerja sesuai dengan kepentingan perusahaan, tidak untuk kepentingan pribadi.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain seperti profitabilitas, *growth opportunity*, *size* atau ukuran perusahaan, dan struktur modal. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013), profitabilitas terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Munawaroh (2014) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hermuningsih (2013) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun menurut Pratiwi (2017) *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menurut Meidiawati dan Mildawati (2016). Syahadatina (2015) membuktikan bahwa secara parsial struktur modal memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian oleh Dewi dan Wirajaya (2013) struktur modal berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan replikasi ekstensi atau pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian milik Dewi dan Wirajaya (2013) dengan menambahkan variabel independen *growth opportunity* di dalamnya. Sehingga judul penelitian ini adalah “Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, *Size*, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan” dengan obyek yang diteliti adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode 2012-2016.

2. RUMUSAN MASALAH

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
- 2) Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
- 3) Apakah *size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
- 4) Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

3. KERANGKA TEORI

a. Nilai Perusahaan

Menurut Puspita (2011) nilai perusahaan dapat diartikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang berkaitan erat dengan harga sahamnya, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Tingginya harga saham akan meningkatkan kepercayaan pasar atau para investor tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini tetapi juga terhadap prospek perusahaan di masa yang akan datang.

b. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan berupa prestasi yang dicapai perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dari informasi keuangan perusahaan tersebut yaitu berupa laporan keuangan. Menurut Munawir (2010) laporan keuangan terdiri dari neraca, laporan laba rugi serta laporan arus kas.

Terdapat 5 rasio keuangan yang digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar suatu perusahaan. Dengan rasio tersebut dapat terlihat prospek dan risiko perusahaan pada masa yang akan datang. Dengan melihat rasio- rasio tersebut akan mempengaruhi harapan investor terhadap perusahaan pada masa yang akan datang. Menurut Halim dan Hanafi (2009) lima rasio tersebut yaitu:

- 1) Rasio Likuiditas yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo.
- 2) Rasio Solvabilitas yaitu rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya.
- 3) Rasio Aktivitas yaitu rasio yang mengukur sejauh mana efektifitas penggunaan aset perusahaan dengan melihat tingkat aktifitas aset.

- 4) Rasio Pasar yaitu rasio yang melihat perkembangan nilai perusahaan relatif terhadap nilai buku perusahaan.
- 5) Rasio Profitabilitas yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham.

Menurut Saidi (2004) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi laba suatu perusahaan maka semakin tinggi prospek perusahaan di masa yang akan datang. Profitabilitas juga merupakan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaannya secara efektif dan efisien.

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan dengan melihat perubahan total aktiva atau penjualan yang dimiliki perusahaan dari tahun sebelumnya (Mai, 2006). Peluang pertumbuhan perusahaan pada arah yang positif menandakan bahwa kondisi keuangan perusahaan memiliki perputaran yang bagus. Perusahaan yang berpotensi mencapai pertumbuhan yang tinggi kemungkinan akan mendorong perusahaan untuk melakukan perluasan usaha. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan.

Size merupakan ukuran perusahaan yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva atau total aset, karena nilai total aset umumnya sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya (Rahmawati dkk, 2015). Menurut Ernawati (2015) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinyatakan dalam total aset atau total penjualan bersih. Semakin tinggi total aset atau total penjualan bersih maka semakin besar ukuran perusahaan.

c. Struktur Modal

Menurut Agus (1998) dalam bukunya, struktur modal merupakan perimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang, saham preferen, dan saham biasa. Struktur modal yaitu perbandingan antara jumlah utang perusahaan dengan modal sendiri. Struktur modal juga dapat berarti sumber pendanaan yang didapatkan oleh perusahaan.

Teori- teori Struktur Modal :

1) *Pecking Order Theory*

Pecking Order Theory merupakan teori yang memprioritaskan sumber- sumber pendanaan dari dalam terlebih dahulu (internal). Pada teori ini, kebutuhan dana perusahaan ditentukan oleh kebutuhan investasi. Jika terdapat kesempatan untuk berinvestasi, maka perusahaan akan mencari dana untuk melakukan investasi tersebut.

2) *Trade Off Theory*

Trade Off Theory merupakan teori yang menyukai sumber-sumber pendanaan dari luar (eksternal). *Trade Off Theory* dalam struktur modal menyeimbangkan manfaat dari pendanaan perusahaan dan pengorbanan yang timbul akibat penggunaan utang. Se jauh manfaat lebih besar, tambahan hutang masih bisa dilakukan perusahaan. Tetapi, apabila pengorbanan karna penggunaan utang sudah lebih besar, maka tambahan utang lebih baik tidak dilakukan.

3) Teori Asimetri Informasi dan *Signaling*

Teori asimetri informasi dan *signaling* saling berkaitan erat. Teori Asimetri mengatakan bahwa pihak-pihak tertentu yaitu pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama antara pihak satu dengan pihak yang lain mengenai prospek maupun risiko perusahaan. Terdapat pihak yang mempunyai informasi lebih baik dibandingkan dengan pihak yang lainnya. Biasanya seorang manajer mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan pihak eksternal (seperti investor).

Karena itu bisa dikatakan terjadi asimetri informasi antara manajer dengan investor. Apabila investor merasa mempunyai informasi yang lebih sedikit dibandingkan dengan manajer, maka investor akan berusaha menginterpretasikan perilaku manajer tersebut. Dengan kata lain, perilaku manajer dalam menentukan struktur modal bisa dianggap sebagai sinyal (*signal*) oleh pihak investor atau pihak eksternal.

4) Teori Modigliani dan Miller (MM) tanpa pajak

Pada kondisi tanpa pajak, Modigliani dan Miller berpendapat bahwa struktur modal tidak mempengaruhi nilai perusahaan, karena menurut MM tingkat keuntungan dan risiko usaha yaitu keputusan investasi yang akan mempengaruhi nilai perusahaan, bukannya keputusan pendanaan.

5) Teori Modigliani dan Miller (MM) dengan pajak

Asumsi pertama teori MM diperbaharui dengan diterbitkannya makalah oleh MM yang berjudul "*Corporate Income Taxes And The Cost Of Capital: A Correction*". Makalah itu melemahkan asumsi MM sebelumnya mengenai tidak adanya pajak. Peraturan perpajakan memperbolehkan pengurangan beban pajak dari pembayaran bunga, tetapi pembayaran deviden kepada pemegang saham tidak dapat dikurangkan. Hal ini mendorong perusahaan untuk menggunakan utang terlebih dahulu dalam struktur modalnya, karena semakin banyak utang yang dilakukan oleh perusahaan akan mengurangi beban bunga utang sehingga menghemat pajak (Yusrianti,2013). Pembayaran pajak yang sedikit itu berarti aliran kas keluar perusahaan juga sedikit. Sehingga dengan besarnya kas yang dimiliki perusahaan maka bisa digunakan untuk pertumbuhan atau perkembangan perusahaan.

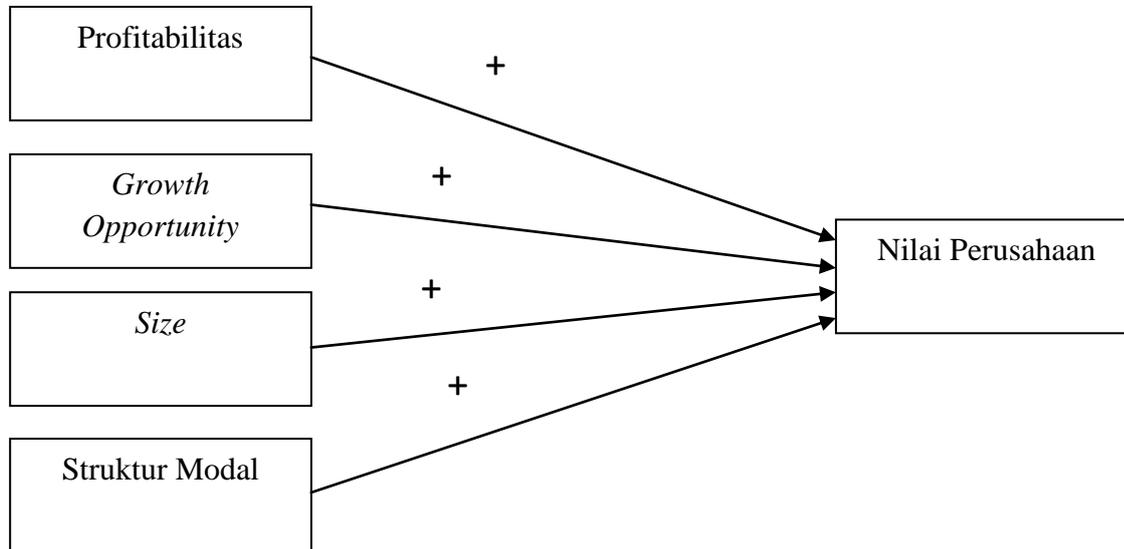
4. HIPOTESIS

H1 = Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

H2 = *Growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

H3 = *Size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

H4 = Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan



5. METODE PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016. Teknik sampel atau teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling*, yaitu mendapatkan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria tersebut yaitu, 1) Perusahaan manufaktur yang mendapatkan laba lima tahun berturut-turut pada periode 2012-2016. 2) Perusahaan manufaktur yang mengalami pertumbuhan penjualan selama 5 tahun berturut-turut pada periode 2012-2016. 3) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang Indonesia yaitu Rupiah pada periode 2012-2016.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Variabel Dependen

1) Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan di dalam laporan keuangan tercermin dari *Price to Book Value* (PBV) perusahaan. *Price to Book Value* (PBV) yaitu membandingkan antara harga saham dan nilai buku per lembar sahamnya. Rumus PBV menurut Hermuningsih (2013) sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{harga saham per lembar}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

b. Variabel Independen

1) Profitabilitas

Profitabilitas adalah seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit. Rumus ROA menurut Hermuningsih (2013) sebagai berikut :

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

2) *Growth Opportunity*

Growth opportunity yaitu peluang pertumbuhan perusahaan untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi. Menurut Mas'ud (2009) pengukuran variabel *Growth opportunity* atau peluang pertumbuhan perusahaan sebagai berikut :

$$Growth = \frac{\text{Total Penjualan}_t - \text{Total Penjualan}_{t-1}}{\text{Total Penjualan}_{t-1}}$$

3) *Size*

Size merupakan ukuran perusahaan yang menggambarkan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan sehingga dapat mempengaruhi penilaian investor dalam halnya keputusan investasi . Rumus *size* menurut Dewi dan Wijaya (2013) sebagai berikut :

$$Size = Ln (\text{Total Aset})$$

4) Struktur Modal

Pengukuran struktur modal dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu rasio yang digunakan untuk menggambarkan seberapa besar perusahaan memakai

pendanaan yang diperoleh dari utang jika dibandingkan dengan pendanaan yang diperoleh dari modal sendiri. Rumus DER menurut Prasetyorini (2013) sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Metode analisis data yang di gunakan ada 2 yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Dalam penelitian ini model persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$YPBV = b_0 + b_1ROA + b_2GROWTH + b_3SIZE + b_4DER + e$$

Keterangan :

- 1) YPBV = nilai perusahaan
- 2) b_0 = konstanta
- 3) b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi
- 4) ROA = profitabilitas
- 5) GROWTH = *growth opportunity*
- 6) SIZE = ukuran perusahaan
- 7) DER = struktur modal

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji model regresi. Pengujian asumsi klasik yang pertama yaitu uji heteroskedastisitas, yaitu untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual (*error*) satu pengamatan ke pengamatan lain. Kedua uji autokorelasi, yaitu untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi atau hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antara kesalahan pengganggu (*error*) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Ketiga, yaitu uji multikolinearitas yaitu uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang kuat antar variabel bebas

(independen). Keempat uji normalitas, yaitu untuk menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dengan metode *purposive sampling*, sampel yang dihasilkan dari kriteria yang telah ditentukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.
Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	133
Perusahaan yang mengalami kerugian berturut- turut selama tahun 2012-2016	(57)
Perusahaan yang tidak mengalami pertumbuhan penjualan berturut- turut selama tahun 2012-2016	(44)
Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dalam bentuk mata uang USD	(6)
Perusahaan yang terkena outlier	(1)
Total perusahaan yang menjadi sampel	25

Sumber: Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan tabel di atas total perusahaan yang digunakan dalam penelitian adalah 26 perusahaan. Sehingga total sampel menjadi 130 sampel dari 26 perusahaan yang mendapatkan laba dan pertumbuhan penjualan lima tahun berturut- turut yaitu 2012- 2016. Kemudian dilakukan outlayer dengan menghilangkan *Zscore* di atas 4 dan di bawah -4 sejumlah 9 sampel. Sehingga total sampel yang digunakan untuk penelitian adalah 121 sampel, dengan 25 perusahaan karena perusahaan UNVR terkena outlier selama 5 tahun.

Statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), nilai median, dan standar deviasi. Analisis deskriptif dari setiap variabel dalam penelitian menggunakan program *EIEWS 7*. Tabel 2 di bawah ini menunjukkan hasil analisis deskriptif.

Tabel 2.
Statistik Deskriptif

	PBV	ROA	GROWTH	SIZE	DER
Mean	3.259336	0.101323	0.149991	28.66149	0.770851
Median	2.594913	0.088001	0.138224	28.39318	0.725924
Maximum	13.03579	0.300229	0.591929	32.15098	1.973621
Minimum	0.228134	0.009588	0.001940	25.60818	0.079293
Std. Dev.	2.581539	0.060562	0.110309	1.724564	0.438525

Sumber: Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Dari pengujian deskriptif yang disajikan pada table 2. di atas menunjukkan nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang meliputi :

- a. Nilai perusahaan yang diproksikan oleh PBV yaitu mempunyai nilai rata-rata atau *mean* 3.259336, nilai median sebesar 2.594913, nilai maksimum sebesar 13.03579, nilai minimum sebesar 0.228134, dan standar deviasi dari PBV adalah 2.581539.
- b. Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA memiliki nilai rata-rata atau *mean* 0.101323, nilai median sebesar 0.088001, nilai maksimum sebesar 0.300229, nilai minimum sebesar 0.009588, dan standar deviasi dari ROA adalah 0.060562.
- c. *Growth opportunity* yang diproksikan oleh GROWTH memiliki nilai rata-rata atau *mean* 0.149991, median sebesar 0.138224, nilai maksimum sebesar 0.591929, nilai minimum sebesar 0.001940, dan standar deviasi dari GROWTH adalah 0.110309.
- d. *Size* mempunyai nilai rata-rata atau *mean* 28.66149, median sebesar 28.39318, nilai maksimum sebesar 32.15098, nilai minimum sebesar 25.60818, dan standar deviasinya adalah 1.724564.
- e. Struktur modal yang diproksikan oleh DER memiliki nilai rata-rata atau *mean* 0.770851, median sebesar 0.725924, nilai maksimum sebesar 1.973621, nilai minimum sebesar 0.079293, dan standar deviasi dari DER adalah 0.438525.

Regresi linier berganda adalah alat statistik yang untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi linier berganda dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil persamaan regresi linier berganda :

$$PBV = -6.021007 + 34.58933ROA + 1.319416GROWTH + 0.174778SIZE + 0.760440DER$$

Keterangan :

PBV = Nilai Perusahaan

ROA = Profitabilitas

GROWTH = *Growth Opportunity*

SIZE = *Size*

DER = Struktur Modal

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual (*error*) satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas yaitu jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Sedangkan homoskedastisitas yaitu jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Model regresi yang baik dalam suatu penelitian yaitu model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Model regresi dikatakan lolos uji heteroskedastisitas apabila probabilitas > 0.05. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas maka dalam penelitian ini menggunakan Uji *Harvey* seperti ditunjukkan dalam tabel 3.

Tabel 3.
Uji Heteroskedastistas

Obs*R-Squared	Prob. Chi Square	Keterangan
14.53108	0.0058	Terjadi heteroskedastistas

Sumber: Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan pada tabel 3. dengan digunakannya Uji *Harvey* dapat diketahui nilai $Obs \cdot R$ -squared sebesar 14.53108 dengan nilai probabilitas chi squared sebesar $0.0058 < 0.05$ maka dapat disimpulkan model regresi terjadi heteroskedastisitas. Oleh karena itu, untuk mengobatinya dilakukan pembobotan dengan menggunakan salah satu variabel independen yaitu variabel profitabilitas yang diproksikan oleh ROA, dengan tipe *Std. deviation*. Sehingga hasil yang didapatkan sebagai berikut :

Tabel 4.
Uji Heteroskedastisitas Setelah Pembobotan

Obs*R-Squared	Prob. Chi Square	Keterangan
1.228842	0.7461	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan tabel 4.4 di atas yang telah dilakukan pembobotan, hasil $Obs \cdot R$ -squared adalah 1.228842 dengan probabilitas chi square adalah $0.7461 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yaitu uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi atau hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antara kesalahan pengganggu (*error*) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Apabila nilai probabilitas dalam model regresi > 0.05 maka tidak terjadi autokorelasi, namun sebaliknya apabila nilai probabilitas < 0.05 maka terjadi autokorelasi. Penelitian ini menggunakan Uji Durbin-Watson (DW test). Uji autokorelasi yang didapatkan dapat terlihat pada tabel 5.

Tabel 5.
Uji Autokorelasi

Durbin-Watson stat	1.971629
--------------------	----------

Sumber: Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin- Watson (DW) sebesar 1.971629. Nilai DW sebesar 1.971629 kemudian dibandingkan dengan menggunakan *significance level* sebesar 5%, jumlah sampel (T) = 121 dan K jumlah variabel independen sebanyak 4 variabel, maka pada tabel Durbin-Watson akan didapatkan nilai berikut :

Tabel 6.
Durbin-Watson Test Bound

T	K	dL	dU
121	4	1.65290	1.75438

Sumber: Data dari tabel Durbin-Watson

Berdasarkan tabel Durbin-Watson di atas, diperoleh nilai dL sebesar 1.65290 dan dU sebesar 1.75438. Nilai DW yang diperoleh sebesar 1.971629. Kemudian terlebih dahulu dihitung nilai $(4-d)$ menghasilkan 2.028371. Maka dapat disimpulkan $1.971629 > 1.75438$ tidak terdapat autokorelasi positif demikian juga $2.028371 > 1.75438$ tidak terdapat autokorelasi negatif. Sehingga tidak ada autokorelasi positif dan negatif pada model regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen Model regresi yang baik tidak mengalami multikolinearitas. Apabila model regresi mengalami multikolinearitas atau antar variabel independen memiliki korelasi (hubungan) yang kuat, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya tersebut menjadi terganggu. Hasil uji multikolonieritas di dalam model regresi dapat diketahui dengan melihat nilai *Varianc Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF < 10$ maka model regresi tidak mengalami multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.7. sebagai berikut :

Tabel 7.
Uji Multikolinearitas

Variabel	Centered VIF	Keterangan
ROA	1.559679	Tidak Terjadi Multikolonieritas
GROWTH	1.251373	Tidak Terjadi Multikolonieritas
SIZE	1.350399	Tidak Terjadi Multikolonieritas
DER	1.605185	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat terlihat bahwa nilai *centered VIF* dari setiap variabel independen yaitu variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA sebesar 1.559679, variabel *growth opportunity* yang diproksikan dengan GROWTH sebesar 1.251373, variabel *size* sebesar 1.350399, dan variabel struktur modal yang diproksikan dengan DER sebesar 1.605185. Dari hasil nilai *centered VIF* setiap variabel tidak ada variabel yang melebihi 10, maka tidak terjadi multikolonieritas pada model regresi.

d. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen, variabel independen, maupun keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang distribusi datanya normal atau mendekati normal (Alni dkk, 2015). Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Namun hanya dengan melihat grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual terlihat normal, sedangkan secara statistik bisa sebaliknya. Oleh karena itu selain uji statistik dilengkapi dengan uji statistik. Pada uji statistik apabila nilai *probability* < 0.05 maka data terdistribusi normal, sedangkan apabila nilai *probability* > 0.05 maka data tidak terdistribusi normal. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada tabel 4.8 di bawah ini

Tabel 8.
Uji Normalitas

Jarque – Bera	101.3350
Probability	0.000000

Berdasarkan hasil pada tabel 8. dapat terlihat bahwa pada uji normalitas model regresi memiliki nilai Jarque – Bera (JB) sebesar 101.3350 dengan nilai *probability* atau nilai probabilitas < 0.05 , maka data tidak terdistribusi normal. Sesuai dengan teori gaus markov dalam Gujarati dan Search theorem limit central bahwa asumsi klasik regresi tidak menggunakan uji normalitas karena estimator OLS adalah estimator terbaik linier dan tidak bias, atau dianggap BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) dan uji normalitas untuk sampel yang kecil, sehingga pada sampel yang besar tidak perlu menggunakan uji normalitas atau bersifat hanya sebagai pelengkap dan tidak wajib digunakan (Ghozali dan Ratmono, 2013). Sampel dikatakan sampel kecil apabila dibawah 80, sedangkan pada penelitian ini total sampel yang digunakan adalah 121 sampel. Sehingga uji normalitas tidak harus digunakan.

Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yaitu digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa kuat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Semakin kecil R^2 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya amat terbatas. Pada penelitian ini nilai *adjusted R square* ditunjukkan pada tabel 8. sebagai berikut :

Tabel 9.
Uji Koefisien Determinasi

Adjusted Rsquared	0.622274
-------------------	----------

Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan tabel 8. nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) diperoleh sebesar 0.622274 atau 62,2274%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu profitabilitas, *growth opportunity*, *size*, dan struktur modal secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 62,2274 % sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,7726% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model regresi.

2. Uji F atau Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit Models*)

Uji Goodness of Fit digunakan untuk menguji kelayakan model yang digunakan dalam penelitian. Apabila Uji F signifikan maka model layak untuk diteliti, atau model fit (cocok). Terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel independen terhadap variabel dependen apabila nilai probabilitas < 0.05 , dan sebaliknya. Hasil uji statistik F pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 10.
Uji Statistik F

<i>F-Statistic</i>	47.77529
Prob (<i>F-Statistic</i>)	0.000000

Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh *F-statistic* sebesar 47.77529 dengan nilai probabilitas *F-statistic* sebesar 0.000000 dimana $0.000000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan atau bersama- sama antar variabel independen yaitu profitabilitas, *growth opportunity*, *size*, dan struktur modal.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji t. Uji t dilakukan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yaitu profitabilitas, *growth opportunity*, *size*,

dan struktur modal secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila nilai probabilitas < 0.05 maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, namun sebaliknya apabila nilai probabilitas > 0.05 maka tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian statistik t dapat dilihat pada tabel 5. berikut ini :

Tabel 11.
Uji Statistik t

Variabel	<i>Coefficient</i>	<i>t-statistic</i>	Prob.
C	-6.021007	-3.181223	NA
ROA	34.58933	11.31106	0.0000
GROWTH	1.319416	1.430241	0.1553
SIZE	0.174778	2.519121	0.0131
DER	0.760440	3.374940	0.0010

Sumber: Data sekunder yang diolah, selengkapnya disajikan dilampiran.

Berdasarkan dari hasil uji statistik t pada tabel 5 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$PBV = -6.021007 + 34.58933ROA + 1.319416GROWTH + 0.174778SIZE + 0.760440DER$$

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA sebesar 34.58933 dan nilai probabilitas sebesar 0.0000 < 0.05, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA atau laba bersih dibagi dengan aset, maka dapat dikatakan bahwa laba yang didapatkan perusahaan atas pengelolaan aset yang dimilikinya secara efisien sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan. Investor pasti menyukai perusahaan- perusahaan yang memiliki profit yang tinggi dibandingkan profit yang rendah, karena *return* yang didapatkan investor juga akan meningkat. Sesuai dengan teori *signaling* bahwa perusahaan yang mendapatkan laba tinggi memberikan sinyal positif kepada

investor, bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik ke depannya dan investor menangkap sinyal dengan membeli saham pada perusahaan yang memiliki laba yang tinggi. Semakin tinggi minat investor maka meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan dilihat dari naiknya harga saham perusahaan.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Pratiwi (2017) bahwa semakin tinggi laba perusahaan akan memberikan sinyal terhadap investor bahwa perusahaan berada pada kondisi dengan prospek yang baik. Kondisi ini akan menarik banyak investor untuk berinvestasi pada perusahaan karena kemakmuran yang dijanjikan perusahaan dari laba perusahaan. Keputusan dalam berinvestasi atau membeli saham yang dilakukan investor akan menaikkan harga saham perusahaan secara otomatis. Semakin tinggi harga saham maka akan berpengaruh pada naiknya nilai perusahaan.

Hasil ini juga didukung dengan penelitian Rahmawati dkk (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga hasil penelitian yang dilakukan Hermuningsih (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Rizqia dkk (2013), Kusuma dkk (2013), Prasetyorini (2013).

b. Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi variabel *growth opportunity* yang diprosikan dengan GROWTH sebesar 1.319416 dan nilai probabilitas sebesar $0.1553 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Growth opportunity* yang dihitung dari total penjualan perusahaan dari tahun sebelumnya atau dari tahun ke tahun tidak memiliki pengaruh terhadap besar kecilnya nilai perusahaan. Artinya bahwa hanya dengan melihat total penjualan perusahaan dari tahun ke tahun belum bisa memberikan sinyal positif bagi investor. Karena total penjualan yang meningkat belum tentu juga laba juga akan meningkat, walaupun berapapun besarnya total penjualan tetapi apabila beban- beban biaya yang

ditanggung perusahaan juga tinggi maka investor merasa tidak yakin atau percaya untuk membeli saham pada perusahaan. Sehingga menurunnya minat investor untuk membeli saham akan menurunkan nilai perusahaan yang tercermin dari menurunnya harga saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Meidiawati dan Mildawati (2016) bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi penjualan maka tidak akan diikuti dengan tingginya nilai perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang tinggi menyebabkan kebutuhan dana meningkat. Semakin besar tingkat pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi biaya yang diperlukan untuk mengelola kegiatan operasional perusahaan. Karena perusahaan akan lebih memfokuskan dananya untuk keperluan pertumbuhan perusahaan dibandingkan dengan kesejahteraan pemegang saham. Hal ini akan menyebabkan investor tidak mempercayai perusahaan sehingga akan menurunkan minat berinvestasi investor terhadap perusahaan tersebut, dan nilai perusahaan akan mengalami penurunan.

Hal ini konsisten dengan penelitian Pratiwi (2017) dan Putri (2016) yang menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh *Size* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi variabel *size* sebesar 0.174778 dan nilai probabilitas sebesar $0.013 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin besar *size* atau ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Sesuai dengan teori *signaling* bahwa perusahaan yang memiliki total aset yang tinggi memberikan sinyal positif bahwa perusahaan tersebut memiliki perkembangan yang baik untuk ke depannya sehingga investor tertarik membeli saham sehingga menaikkan harga saham. Naiknya harga saham maka sama dengan naiknya nilai perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Sembiring (2008) menyatakan bahwa faktor ukuran perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan merupakan faktor penting dalam pembentukan laba. Perusahaan besar dianggap telah mencapai tahap kedewasaan merupakan satu gambaran bahwa perusahaan tersebut relative lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar juga sering dikaitkan dengan dengan jumlah kekayaan yang besar. Investor akan melihat hal ini sebagai prospek yang baik di masa depan. Cara pandang investor ini akan memberikan respon positif yang mana respon positif ini akan mempengaruhi harga saham perusahaan, dan secara otomatis mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil ini juga konsisten dengan hasil penelitian Pratiwi (2017) bahwa *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga menurut Lumapow dan Tumiwa (207), Syahadatina (2015), Prasetyorini (2013), Rizqia dkk (2013), Hermuningsih (2012)

d. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi variabel struktur modal yang diproksikan dengan DER sebesar 0.760440 dan nilai probabilitas sebesar $0.0010 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini berarti sesuai dengan teori MM dengan pajak bahwa perusahaan yang melakukan utang akan memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan utang. Semakin tinggi utang yang dimiliki perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang melakukan utang, maka bunga dari utang akan menghemat pajak perusahaan sehingga aliran kas keluar perusahaan juga kecil. Kemudian kas perusahaan dapat difokuskan untuk pertumbuhan atau perkembangan perusahaan ke depannya. Selain itu, karena pajak dihitung dari laba operasi setelah dikurangi bunga utang, maka laba bersih yang mengalir kepada investor juga menjadi semakin besar. Hal ini membuat investor merasa

yakin untuk membeli saham pada perusahaan, sehingga banyaknya investor membeli saham meningkatkan harga saham, dan secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Hermuningsih (2012) bahwa kebijakan penggunaan hutang dalam struktur modal memberikan suatu sinyal atau tanda bagi investor bahwa dengan kebijakan pendanaan oleh perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hal ini konsisten dari hasil penelitian milik Prastuti dan Sudiartha (2016) dan Syahadatina (2015) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

7. SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *growth opportunity*, *size*, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama diterima, yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua ditolak, yang menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga diterima, yang menunjukkan bahwa *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat diterima, yang menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

b. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Investor

Para investor sebaiknya lebih mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui laba atau memanfaatkan sumber dana secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Menambahkan variabel independen lainnya selain variabel- variabel yang terdapat pada penelitian ini yang lebih meningkatkan nilai perusahaan, seperti dividen, kepemilikan institusional, dan lain-lain. Selain itu, juga menambahkan sampel perusahaan yang terdaftar di BEI dengan periode yang ter *update*.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene F., dan Joel F. Houston, 2001, *Manajemen Keuangan*, Edisi 8, Cetakan 2, Erlangga, Jakarta.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma, dan Ary Wirajaya, 2013, “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan”, *E-Jurnal Universitas Udayana* 4.2, halaman 358-372.
- Dewi, Inggı Rovita, Siti Ragil Handayani, dan Nıla Firdausi Nuzula, 2014, “Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 17 No.1, halaman 1-9.
- Ernawati, Dewi, 2015, “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 4, halaman 1-17.
- Gayatri, Ni Luh Putu Rassri, dan I Ketut Mustanda, 2012, “Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan”, Universitas Udayana, halaman 1700-1718.
- Ghozali, H. I., dan Dwi Ratmono, 2013, *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Tepri, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 8*.
- Halim, Abdul dan Mahmud M. Hanafi, 2009, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi 4, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Hanafi, Mamduh M, 2013, *Manajemen Keuangan*, Edisi 1, Cetakan 6, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hasbi, Hariandy, 2015, “*Islamic Microfinance Institution : The Capital Structure, Growth, Performance and Value of Firm in Indonesia*”, *Procedia-Social and Business and Social Science* 211, 1073-1080.
- Hermungsih, Sri, 2013, “Pengaruh Profitabilits, *Growth Opportunity*, Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia”, *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, halaman 128-147.
- Hermuningsih, Sri, 2012, “Pengaruh Profitabilitas, *Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol 16 No 2, halaman 232-242.
- Jahan, Nusrat, 2014, “*Determinants of Capital Structure of Listed Textile Enterprises of Bangladesh*”, *Research Jurnal of Finance and Accounting*, Vol. 5 No. 20, halaman 11-20.

- Kusuma, Ginanjar Indra, Suhadak, dan Zainul Arifin, 2013, “Analisis Pengaruh Profitabilitas (*Profitability*) dan Tingkat Pertumbuhan (*Growth*) Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan”, halaman 1-15.
- Lumapow, Lihard Stevanus, dan Ramon Arthur Ferry Tumiwa, 2017, “*The Effect of Dividend Policy, Firm Size, and Productivity to the Firm Value*”, *Research Jurnal of Finance and Accounting*, Vol. 8 No. 22, halaman 20-24.
- Meidiawati, Karina, dan Titik Mildawati, 2016, “Pengaruh *Size, Growth*, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 5 No. 2, halaman 1-16.
- Munawaroh, Aisyatul, 2014, “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating”, *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol.3 No. 4, halaman 1-17.
- Munawir, S, 2010, *Analisis laporan Keuangan Edisi keempat. Cetakan Kelima Belas*. Yogyakarta : Liberty.
- Prasetyorini, Bhakti Fitri, 2013, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 1 Nomor 1, halaman 184-196.
- Prastuti, Ni Kadek Rai, dan I Gede Merta Sudiarta, 2016, “Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No.3, halaman 1572-1598.
- Pratiwi, Dyah Putri, 2017, “Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 6 No. 2, halaman 441-455.
- Putri, Fika Qoriana, 2016, “Pengaruh *Growth Opportunity*, Kebijakan Hutang, dan Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No. 10, halaman 1-19.
- Rahmawati, Alni, Fajarwati, dan Fauziyah, 2015, *Statistika Teori dan Praktek*, Edisi 3, Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rahmawati, Amalia Dewi, Topowijono, dan Sri Sulasmiyati, 2015, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 23 No.2, halaman 1-7.
- Rizqia, Dwita Ayu, Siti Aisjah, dan Sumiati, 2013, “*Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value*”, *Research Jurnal of Finance and Accounting*, Vol. 4 No. 11, halaman 120-130.

Sartono, R. Agus, 1998, *Manajemen Keuangan*, Edisi 3, Cetakan 4, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.

Sundjaja, Ridwan S., dan Inge Barlian, 2003, *Manajemen Keuangan*, Edisi 5, Cetakan 1, Literata Lintas Media, Jakarta.

Syahadatina, Fifin, 2015, "Pengaruh *Size* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh *Leverage*", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vo. 4 No.8, halaman 1-15.