

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. KAJIAN TEORITIS**

##### 1. Nilai Perusahaan

###### a. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham, karena harga saat ini mencerminkan penilaian investor terhadap perusahaan dimasa yang akan datang. Jika perusahaan mengambil keputusan yang buruk maka harga saham akan turun. Oleh karena itu, tujuan manajemen adalah mengambil keputusan yang bisa menaikkan harga saham, karena ini akan menghasilkan kekayaan bagi pemegang saham, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Brigham dan Houston, 2010). Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Menurut Husnan (2004) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Keown (2004) dalam Astuti (2016) menjelaskan nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan

persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaannya juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya bukan hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, nilai perusahaan adalah faktor yang akan menentukan nilai perusahaan melalui kenaikan harga saham (Sudiyatno, 2012).

b. Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Weston dan Copeland (2008) dalam Pratiwi (2013) pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan, rasio penilaian tersebut terdiri dari :

- 1) *Price to Book Value (PBV)* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.
- 2) *Market to Book Ratio (MBR)* yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham.
- 3) *Market to Book Assets Ratio* yaitu ekspektasi pasar tentang nilai dari peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu perbandingan antara nilai pasar aset dengan nilai buku aset.
- 4) *Market Value of Equity (MVE)* yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan menurut penilaian para pelaku pasar. Nilai pasar

ekuitas adalah jumlah ekuitas (saham beredar) dikali dengan harga per lembar ekuitas

- 5) *Enterprise value (EV)* yaitu nilai kapitalisasi market yang dihitung sebagai nilai kapitalisasi pasar ditambah total kewajiban ditambah minority interest dan saham preferen dikurangi total kas dan ekuivalen kas.
- 6) *Price Earnings Ratio (PER)* yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual.
- 7) Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan.

## 2. Kinerja Keuangan

### a. Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut Fahmi (2014) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

### b. Ukuran Kinerja Keuangan

Menurut Hanafi (2014), analisis rasio bisa dikelompokkan ke dalam lima macam kategori, yaitu :

### 1) Rasio Likuiditas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009) :

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{utang lancar}}$$

### 2) Rasio Aktivitas

Rasio yang mengukur sejauh mana efektifitas penggunaan asset dengan melihat tingkat aktivitas aset.

Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009) :

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{penjualan}}{\text{piutang}}$$

$$\text{Perputaran persediaan} = \frac{\text{harga pokok penjualan}}{\text{persediaan}}$$

$$\text{Perputaran aktiva tetap} = \frac{\text{penjualan}}{\text{aktiva tetap}}$$

$$\text{Perputaran total aktiva} = \frac{\text{penjualan}}{\text{total aktiva}}$$

### 3) Rasio Pasar

Rasio ini melihat perkembangan nilai perusahaan relatif terhadap nilai buku perusahaan. Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009)

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \frac{\text{harga saham per lembar}}{\text{earning per lembar}}$$

### 4) Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba atau keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu

perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Menurut Hanafi (2014), jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah :

- a. *Return On Assets (ROA)* merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada karena rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan. Analisis ROA mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut (Hanafi, 2014).

Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009) ;

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{lab a bersih}}{\text{total aset}}$$

- b. *Return On Equity (ROE)*

Menurut Hanafi (2014) Return On Equity (ROE) merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu, selain itu ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pemegang saham. Rumus menurut Hanafi dan Halim (2009) :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{lab a bersih}}{\text{modal sendiri}}$$

c. *Earning per Share (EPS)*

*Earning per Share (EPS)* atau laba per lembar saham merupakan rasio keuangan yang digunakan oleh investor untuk saham untuk menganalisis kemampuan perusahaan mencetak laba berdasarkan saham yang dipunyai.

5) Rasio Solvabilitas atau *Leverage*

Rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Rumus menurut Hanafi (2009) ;

$$\text{Rasio Total Utang Terhadap Total Aktiva} = \frac{\text{penjualan}}{\text{total aktiva}}$$

3. *Growth Opportunity*

Menurut Mai dalam Hermuningsih (2013) *growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Pertumbuhan perusahaan merupakan harapan dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi sering melakukan ekspansi usaha sehingga lebih banyak membutuhkan dana di masa depan untuk memenuhi kebutuhannya. Perusahaan yang mengalami pertumbuh yang tinggi biasa memilih menggunakan saham untuk mendani operasionalnya. Sedangkan perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang rendah lebih memilih menggunakan hutang jangka panjang.. *Growth opportunity* bagi setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini menyebabkan perbedaan keputusan pembelanjaan yang diambil oleh manajer keuangan. Tingkat pertumbuhan pada

dasarnya mencerminkan produktivitas perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak manajemen maupun pihak investor dan kreditor perusahaan.

#### 4. Struktur Modal

Teori struktur modal bertujuan memberikan landasan berfikir untuk mengetahui struktur modal yang optimal. Menurut Hanafi (2014), beberapa teori yang menjelaskan mengenai struktur modal diantaranya:

##### *a. Signalling theory*

Menurut Hanafi (2014) *signalling theory* adalah informasi mengenai perusahaan merupakan sinyal bagi investor, dalam keputusan berinvestasi. Sinyal dapat berupa informasi bersifat finansial maupun nonfinansial yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Pada *signalling theory*, manajemen berharap dapat memberikan sinyal kemakmuran kepada pemilik ataupun pemegang saham dalam menyajikan informasi keuangan. Ross (1977) dalam Hanafi (2014) mengembangkan model di mana struktur modal (penggunaan hutang) merupakan signal yang disampaikan oleh manajer ke pasar. Jika manajer mempunyai keyakinan bahwa prospek perusahaan baik, dan karenanya ingin agar harga saham meningkat, ia ingin mengkomunikasikan hal tersebut ke investor. Salah satu cara yang paling sederhana adalah mengatakan secara langsung bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik. Tentu saja investor tidak akan percaya akan hal tersebut.

Maka dari itu, manajer ingin memberikan signal yang lebih dipercaya. Manajer bisa menggunakan hutang lebih banyak, sebagai signal yang lebih dipercaya. Jika hutang meningkat, maka kemungkinan bangkrut akan semakin meningkat. Jika perusahaan mengalami kebangkrutan, maka reputasi manajer akan hancur dan tidak bisa dipercaya menjadi manajer lagi. Karena itu, perusahaan yang meningkatkan hutang, bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Karena cukup yakin, maka manajer perusahaan tersebut berani menggunakan hutang yang lebih besar. Investor diharapkan akan menangkap signal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik.

b. *Pecking order theory*

*Pecking Order Theory* merupakan teori yang memprioritaskan sumber- sumber pendanaan dari dalam terlebih dahulu. Menurut Wardani Dkk (2016) *Pecking Order Theory* menyatakan bahwa: (1) perusahaan menyukai internal financing (pendanaan dari hasil operasi perusahaan berwujud laba ditahan) dan (2) apabila pendanaan dari luar (*external financing*) diperlukan, maka perusahaan akan menerbitkan sekuritas yang paling aman terlebih dahulu, yaitu dengan menerbitkan obligasi, kemudian diikuti oleh sekuritas yang berkarakteristik opsi (seperti, obligasi konversi), baru akhirnya apabila masih belum mencukupi, saham di terbitkan.

c. *Trade-Off Theory*

Menurut Hanafi (2014), *trade-off theory* menjelaskan hubungan antara pajak, resiko kebangkrutan dan penggunaan hutang yang disebabkan oleh keputusan struktur modal yang diambil perusahaan. Kerugian atas penggunaan hutang dapat disebabkan karena adanya biaya kebangkrutan dan biaya keagenan. Semakin tingginya hutang, akan semakin tinggi kemungkinan (probabilitas) kebangkrutan. Biaya lain dari peningkatan hutang adalah meningkatnya biaya keagenan hutang . Teori keagenan mengatakan bahwa di perusahaan terjadi konflik antar pihak-pihak yang terlibat, seperti pihak pemilik hutang dengan pemegang saham. Jika hutang meningkat, maka konflik antara keduanya akan semakin meningkat, karena potensi kerugian yang dialami oleh pemilik hutang akan semakin meningkat. Dalam situasi tersebut, pemilik hutang akan semakin meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan.

## **B. KAJIAN EMPIRIS**

Penelitian ini memiliki beberapa referensi dari penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Amanah (2017) yaitu pengaruh *Growth Opportunity*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Dimana *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Halianto (2016) yaitu pengaruh Struktur Modal, *Growth Opportunity* dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. Dimana struktur modal tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Selfiana (2016) yaitu pengaruh *Growth Opportunity*, Profitabilitas dan Struktur Aset terhadap Struktur Modal. Dimana *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap struktur modal. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap struktur modal. struktur aset berpengaruh positif terhadap struktur modal.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriada (2016) yaitu Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Dimana kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Amijaya dkk (2016) yaitu pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, *Sales Growth*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Dimana struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai

perusahaan. likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Sales Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2016) yaitu Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur modal sebagai variabel intervening. Dimana profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Size berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Size berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Septia (2015) yaitu Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. Dimana profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Keputusan pendanaan tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity* terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. Dimana profitabilitas berpengaruh negative signifikan terhadap

struktur modal. *Growth Opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2013) yaitu pengaruh Profitabilitas, *Operating Leverage*, Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai *variable intervening*. Dimana Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Operating leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal. *Operating leverage* berpengaruh terhadap struktur modal. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap struktur modal.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Jaya (2013) yaitu Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Dimana struktur modal berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2012) Pengaruh profitabilitas, *size* terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai *variable intervening*. Dimana Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap

struktur modal. *Size* berpengaruh positif terhadap struktur modal. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### C. PENURUNAN HIPOTESIS

#### 1. Pengaruh profitabilitas terhadap stuktur modal

Menurut penelitian Selfiana (2016), Hermuningsih (2013), menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Profitabilitas pada perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya. Pada umumnya perusahaan lebih memilih pembiayaan operasionalnya dengan sumber dana internal sebelum menggunakan sumber dana eksternal. Dengan menggunakan sumber dana internal yang besar maka akan mempengaruhi strukur modal menjadi kecil. Hal ini sesuai dengan *pecking order theory* yang dikemukakan oleh Myers (1984) dalam Chen (2011) merupakan teori yang memprioritaskan sumber pendanaan dari dalam terlebih dahulu.

H1: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal

#### 2. Pengaruh *growth opportunity* terhadap stuktur modal

Menurut penelitian Selfiana (2016), Hermuningsih (2013) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap struktur modal. Peluang pertumbuhan pada dasarnya mencerminkan produktifitas perusahaan dan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh perusahaan maupun investor dan kreditor. dengan peluang pertumbuhan perusahaan dapat melihat prospek yang akan diperoleh

dimasa yang akan datang. Apabila perusahaan memiliki prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi, maka menandakan bahwa perusahaan memiliki kesempatan untuk melakukan pertumbuhan dengan cepat. Perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan tinggi akan membangun kepercayaan kreditur lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan rendah. Brigham dan Houston (2001) menyatakan bahwa perusahaan yang tumbuh dengan pesat cenderung mengandalkan modal eksternal, karena untuk mencapai pertumbuhan yang tinggi membutuhkan dana yang tidak sedikit, sehingga perusahaan melakukan pinjaman berupa hutang kepada pihak eksternal untuk melakukan aktivitas perusahaan yang tidak dapat dipenuhi melalui dana internal. Hal tersebut membuat perusahaan memerlukan dana yang lebih berupa hutang karena penggunaan hutang relatif lebih cepat dibandingkan dengan saham untuk membiayai operasional perusahaan.

H2: *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap struktur modal

### 3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Sukmawardani dan Ardiansari (2018), Amanah (2017), Septia (2015), Ansori (2014), Wulandari (2013), Dewi dan Jaya (2013), Hermuningsih (2013), Rizqia dan Aisjah (2013), Chen (2011) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu indikator penting yang selalu menjadi pertimbangan setiap investor untuk melakukan

investasi pada perusahaan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Jika perusahaan menghasilkan laba yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga dapat menarik banyak investor untuk berinvestasi pada perusahaan karena kemakmuran yang dijanjikan perusahaan dari laba yang diperoleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan *signaling theory* yang dikemukakan oleh Ross (1977) dalam Hanafi (2014). Oleh karena itu, keputusan investasi yang dilakukan oleh investor akan menaikkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan berpengaruh pada naiknya nilai perusahaan.

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

4. Pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan

Menurut penelitian Haliyanto (2016), Hermuningsih (2013) menyatakan bahwa *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Growth opportunity* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi naiknya harga saham. Dimana harga saham merupakan indikator untuk menentukan nilai perusahaan. Tingginya *growth opportunity* menunjukkan bahwa perusahaan akan semakin berkembang dimasa yang akan datang dengan investasi yang dilakukan. Perusahaan yang memiliki perkembangan yang baik menandakan kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi yang baik. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan setiap investor dalam melakukan investasi.

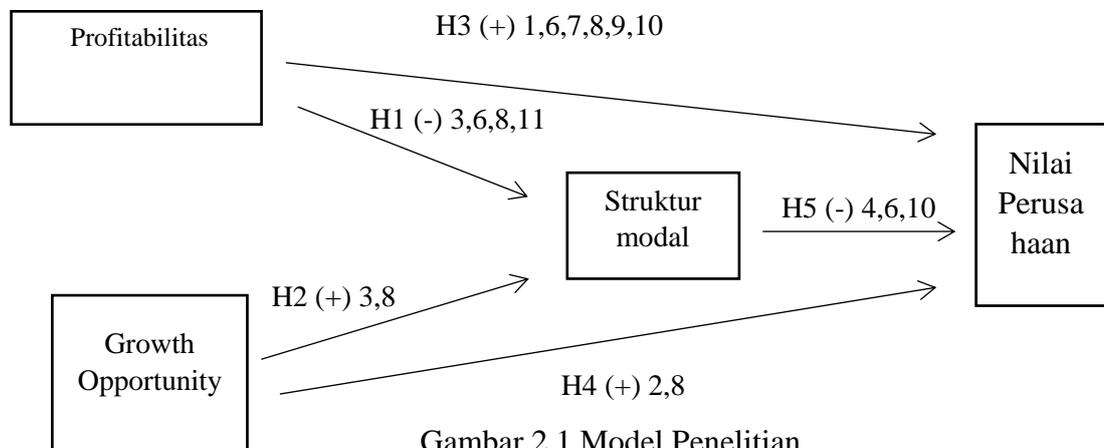
H4: *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

##### 5. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan

Menurut penelitian Saafitri (2016), Halianto (2016), Apriada (2016), Dewi dan Jaya (2013) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penggunaan hutang yang tinggi maka akan menurunkan nilai perusahaan, karena dengan menggunakan dana eksternal perusahaan akan memiliki resiko tinggi terjadinya kebangkrutan yang mengakibatkan saham kurang diminati oleh investor, sehingga akan berdampak pada menurunnya nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan *trade off theory* yang menyatakan jika posisi struktur modal melebihi titik optimal maka nilai perusahaan akan turun. Oleh karena itu dengan asumsi titik target struktur modal optimal tercapai, maka berdasarkan trade off theory memprediksi adanya hubungan negative terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang menggunakan modal sendiri untuk membiayai biaya operasionalnya memiliki resiko rendah terjadinya kebangkrutan, sehingga dapat menarik minat investor dalam membeli saham.

H5: struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

#### D. Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Tabel 2.1 Pendukung Hipotesis

No	Penelitian	Hasil
1	Lailatul Amanah (2017)	<i>Growth Opportunity</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2	Juri Haliyanto (2016)	Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Kebijakan Dividen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
3	Kiki Ekaa Selfina (2016)	<i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif terhadap Struktur Modal. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Struktur Modal. Struktur Aset berengaruh positif terhadap Struktur Modal.

No	Penelitian	Hasil
4	Kadek Apriada (2016)	<p>Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Kepemilikan Instusional berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Struktur Modal berpengaruh negative pada Nilai Perusahaan.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.</p>
5	Tisna Amijaya, Irene Rini Demi Pangestu, Wisnu Mwardi, 2016	<p>Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Kebijakan Dividen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p><i>Sales Growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p>
6	Ufi Kanasari Safitri, 2016	<p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Size berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal.</p>

No	Penelitian	Hasil
		<p>Size berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.</p> <p>Struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
7	Ade Winda Septia, 2015	<p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Keputusan Invesatasi berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Keputusan pendanaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Prusahaan.</p> <p>Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p>
8	Sri Hermuningsih, 2013	<p>Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap Struktur Modal.</p> <p><i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Struktur Modal.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p><i>Growth Opportunity</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p>
9	Dwi Retno Wulandari, 2013	Dimana Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

No	Penelitian	Hasil
		<p><i>Operating Leverage</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh terhadap Struktur Modal.</p> <p><i>Operating Laverage</i> berpengaruh terhadap Struktur Modal.</p> <p>Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Struktur Modal.</p>
10	Ayu Sri mahatma Dewi, Ari Wira jaya, 2013	<p>Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p>
11	Sri Hermuningsih, 2012	<p>Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Struktur Modal.</p> <p><i>Size</i> berpengaruh positif terhadap Struktur Modal.</p> <p>Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan</p>

