

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

I Gusti Ngurah Gede Rudangga¹
Gede Merta Sudiarta²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: ngurahrudangga@yahoo.com

ABSTRAK

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama perusahaan yaitu dengan cara meningkatkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Manajer keuangan perusahaan diharapkan mampu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan serta memakmurkan pemegang saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014 yang berjumlah populasi sebanyak 16 perusahaan. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, tujuan menggunakan *purposive sampling* ialah untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS sebagai pengolahan data. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, profitabilitas.*

ABSTRACT

Increase the value of the company is the company's main objective, namely by increasing the share price. High stock prices would make the market believe in the company's performance and prospects for the future. The company's financial manager should be able to understand the factors that affect the value of the company to increase the value of the company and shareholders to prosper. This study aims to determine the significance of the effect of firm size, leverage and profitability of the company's value. The study population was food and beverage company listed in Indonesia Stock Exchange 2011-2014 period, amounting to a population of as many as 16 companies. Determination of the number of samples in this study using purposive sampling method, using purposive sampling purpose is to obtain a representative sample in accordance with the prescribed criteria researchers. Teknik analysis in this research is multiple linear regression using SPSS as data processing. Based on the analysis found that the size of the company's positive effect on firm value, leverage positive effect on firm value, and profitability has positive effect on firm value.

Keywords: *capital structure, firm size, sales growth, profitability*

PENDAHULUAN

Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia. Keadaan politik dalam negeri juga mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam negeri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan yang berorientasi pada laba salah satunya dapat meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham.

Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Suharli, 2006). Dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan tersebut perusahaan harus mencukupi kebutuhan dananya, agar dapat memaksimalkan kinerjanya. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harga saham perusahaan, hal ini akan mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan. Suatu perusahaan sering mengalami kekurangan modal yang berakibat pada kinerja perusahaan barang atau jasa yang di hasilkan kurang maksimal dan perusahaan pun tidak mampu bersaing di pasar serta mengalami perkembangan yang lambat. Perusahaan memperoleh sumber dana dari dalam perusahaan berupa penyusutan dan laba ditahan, sedangkan sumber dana dari luar perusahaan berupa hutang dan penerbitan saham. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa

aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan

Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena tingginya harga saham akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimumkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Harga saham adalah salah satu penilaian dari nilai perusahaan. Harga saham meningkat, maka berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya return bagi pemegang saham, dijelaskan secara sederhana sebagai berikut : nilai perusahaan ($V=$ value) adalah hutang ($D=$ debt) ditambah modal sendiri ($E=$ equity). Jika diasumsikan hutang tetap, nilai perusahaan naik maka modal sendiri naik. Naiknya modal sendiri akan meningkatkan harga per lembar saham perusahaan (Setia,2008:4). Perusahaan yang mengalami masalah pembayaran hutang, akan mengakibatkan turunnya nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan sangatlah penting bagi pemilik perusahaan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peluang investasi dapat

memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham memiliki korelasi yang positif terhadap nilai perusahaan, dimana harga saham yang tinggi membuat nilai suatu perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh oleh investor. Permintaan saham yang meningkat sangat diminati oleh investor yang akan berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang tentunya akan juga meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan, tetapi pasar juga akan percaya pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Ada beberapa alat ukur dari nilai perusahaan, salah satunya yaitu *Price Earning Ratio* (PER). *Price Earning Ratio* (PER) adalah salah satu ukuran paling dasar dalam analisis saham secara fundamental. Secara mudahnya, PER adalah perbandingan antara harga pasar saham dengan laba bersih per saham, dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Faktor- faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, strukturmodal, profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan (Setia,2008).

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Adapun penelitian menurut Rachmawati dan Hanung (2007) Ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Gill dan Obradovich (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Siallagan dan Machfoedz (2006) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Naceur dan Goaiied (2002) memiliki hasil yang bertentangan, dimana hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban

finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Agnes,2004). *Leverage* juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko, 2011). Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar (Nor, 2012). Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak yang negative pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013). Adapun penelitian sebelumnya menurut Prastika (2012) menemukan bahwa *leverage* memengaruhi nilai negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Odongo, Leonard, dan Mokoteli (2014) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Naceur dan Goaid (2002) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Odongo, Leonard, dan Mokoteli (2014) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Salehi dan Manesh (2012) *Leverage* dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kayo dan Kimura (2010) menyatakan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Psilaki dan Daskalakis (2009) serta Lim (2012) menyatakan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas juga dapat memengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut. Adapun laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan produk dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan produk dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode (Horne dan Wachowicz, 2005:222). Menurut Husnan (2002:56) profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh sebuah perusahaan. Selain dari itu, profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualan barang atau jasa yang diproduksinya. Nilai dari suatu perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, karena semakin besarnya profitabilitas akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi dan membuat investor berani berinvestasi di perusahaan tersebut. Adapun penelitian sebelumnya menurut Nurmayasari (2012), Prastika (2012) dan Almajali (2012) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh tersebut disebabkan terjadinya sentimen positif para investor, sehingga mengakibatkan harga saham naik dan membuat nilai perusahaan meningkat (Kusuma,dkk., 2012), namun hal sebaliknya ditemukan dalam penelitian Suranta dan Pranata (2003) dan Herawati (2012) bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan diukur dengan total asset perusahaan yang diperoleh laporan keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat oleh investor melalui suatu indikator yang di gambarkan tingkat rasio untuk melakukan suatu investasi atau besaran investasi. Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: 1). Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014?; 2). Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014?; 3).

Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014?

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut: 1). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014; 2). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014; 3). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian atau rasio pasar, rasio untuk mengukur pengakuan pasar terhadap kondisi keuangan yang dicapai oleh perusahaan (Wiagustini, 2010:78).

Dalam menilai saham atau harga sahamnya, menurut Tandelilin (2010:301) menyatakan bahwa terdapat dua analisis yang bisa dilakukan, yaitu analisis yang bersifat teknikal dan analisis yang bersifat fundamental. Analisis teknikal biasanya

berupa grafik dalam melakukan penilaiannya. . Penilaian dengan menggunakan analisis teknikal, yaitu dengan cara *The Down Theory*, analisis rata-rata bergerak, dan analisis *Relative Strength*. Analisis fundamental itu sendiri adalah analisis yang menggunakan pendekatan sebagai berikut: 1). Pendekatan nilai sekarang, yaitu Perhitungan harga saham dengan cara mendikontokan aliran kas yang diharapkan di masa depan dengan tingkat diskonto sesuai dengan tingkat return yang diharapkan investor. Harga intrinsik saham ini akan sama dengan nilai diskonto *cashflow* yang akan diterima investor di masa mendatang; 2). Pendekatan *Price Earning Ratio* (PER), yaitu: Pendekatan PER akan menggambarkan perbandingan antara harga saham terhadap *earning* perusahaan dalam bentuk rasio. Pendekatan ini juga memberikan informasi seberapa besar rupiah yang harus dibayarkan investor untuk mendapatkan setiap Rp 1 dari laba perusahaan; 3). Rasio harga per nilai buku atau *Price to Book Value* (PBV), adalah Secara teoritis, harga suatu saham harus menggambarkan buku saham itu sendiri. Rasio harga terhadap nilai buku umumnya digunakan untuk menilai saham dari sektor perbankan karena asset-aset bank memiliki nilai pasar dan nilai buku yang relatif sama (Tandelilin, 2010:323). Rasio mencerminkan kinerja perusahaan yang terlihat dari harga saham perusahaannya. Idealnya, harga saham jika dibandingkan dengan nilai buku akan mendekati satu. Semakin besar rasio ini, mencerminkan semakin baik pula kinerja perusahaan.; 4). Rasio harga terhadap aliran kas, yaitu Pada dasarnya pendekatan ini menghitung harga saham berdasarkan aliran kasnya (*cashflow*) perusahaan bukan berdasarkan *earning* yang diperoleh perusahaan. Secara akuntansi, data aliran kas dianggap lebih

relevan dari pada *earning* perusahaan; 5). Pendekatan Economic Value Added (EVA), yaitu: Ukuran keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan nilai tambah perusahaan merupakan pengertian dari EVA. Semakin baik kinerja perusahaan, maka dapat dipastikan adanya peningkatan harga saham dari perusahaan tersebut. Jika rasio ini positif, maka akan terdapat nilai tambah dari perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan begitu juga sebaliknya; 6). Price Earning Ratio (PER) sebagai berikut, *Price Earning Ratio (PER)* adalah salah satu ukuran paling dasar dalam analisis saham secara fundamental. Secara mudahnya, PER adalah perbandingan antara harga saham dengan laba bersih perusahaan, dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Menurut (Brigham dan Houston,2006: 92).

Ukuran Perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kemudian (Brigham dan Houston, 2001:117-119). Menurut Sujoko (2007) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibanding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran Perusahaan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan di suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang di miliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu

perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan.

Leverage adalah gambaran dari pemakaian utang oleh suatu perusahaan untuk membiayai operasional perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting karena tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya perlindungan pajak. *Leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan asset yang tinggi namun risiko *leveragenya* juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapatan investasi. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas menunjukkan bahwa suatu perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba (Kasmir, 2012:114). Beberapa jenis pengukuran rasio profitabilitas adalah : (Wiagustini, 2010:81). 1). Profit Margin adalah mengukur laba yang dicapai dibandingkan dengan penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih; 2). *Return On Total Assets / Return on Investment / Earning Power* adalah Hasil pengambalian investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment* atau *Return on total assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan dalam perusahaan; 3). *Return On Equity* adalah hasil pengembalian ekuitas atau return on equity atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Untuk memperoleh rasio ROE kita membandingkan pendapatan perusahaan setelah pajak dengan total ekuitasnya.

Penelitian dari Nuraina (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut juga didukung oleh beberapa peneliti seperti Maryam (2014), dan Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai

perusahaan. Pernyataan tersebut juga didukung oleh beberapa peneliti seperti Gill dan Obradovich (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai suatu perusahaan. Berdasarkan kajian teoritis, kajian empiris dan dasar logika, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
Leverage merupakan gambaran dari jumlah besar atau kecilnya pemakaian utang oleh suatu perusahaan yang digunakan untuk membiayai aktivitas operasionalnya. Hal tersebut ditunjukkan oleh penelitian Nurhasanah (2012). menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang di dukung oleh penelitian (Kouki dan Said, 2011). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Tzeng (2011). yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Setiadewi (2014) menemukan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kajian teoritis, kajian empiris dan dasar logika, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₂: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaa

Profitabilitas merupakan rasio yang dapat mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatnya kinerja keuangan perusahaan akan meningkatkan return yang akan di dapatkan oleh investor.. (Sudiyatno dan Puspitasari, 2010) menemukan bahwa kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal serupa ditemukan pula oleh (Yuniasih dan Wirakusuma ,2006).

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmayasari (2012), variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dewi dan Ary (2013) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Setiadewi (2014) menemukan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kajian teoretis, kajian empiris dan dasar logika, maka hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah asosiatif yang menggunakan 3 (tiga) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat (dependent) yaitu Nilai Perusahaan dan variabel bebas (independent) yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 16 perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang diambil berdasarkan . Penelitian ini menggunakan teknik penentuan sampel *purposive sampling*, dimana menurut (Sugiyono, 2013:122) tujuan menggunakan *purposive sampling* ialah untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti. Kriteria-kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini untuk penentuan sampel adalah sebagai berikut : 1). Perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia 3 tahun berturut-turut pada periode tahun 2011-2014; 2). Perusahaan

manufaktur tersebut memiliki data yang lengkap berkenaan dengan variabel penelitian; 3). Perusahaan tidak mengalami kerugian selama periode pengamatan (2011-2014).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi non partisipan yaitu pengamatan terhadap suatu obyek yang tidak melibatkan peneliti dalam pengumpulan data pada kegiatan yang diamati (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan pada data yang bersumber dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan telah dipublikasikan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Teknik Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh pada struktur modal perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Data Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	44	6.89	17.99	13.4834	2.46282
Leverage	44	.22	1.72	.8959	.40201
Profitabilitas	44	4.86	39.98	17.2989	8.74346
Nilai Perusahaan	44	2.93	56.17	21.0202	11.34390
Valid N (listwise)	44				

Sumber: Data statistik diolah, 2016

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 44 sampel data. Data sampel ini menjelaskan nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Berdasarkan perhitungan selama periode pengamatan, variabel ukuran perusahaan, didapatkan nilai minimum sebesar 6,89 persen, artinya perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan sebesar 6,89 persen diperoleh dari perusahaan PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk pada tahun 2011. Nilai maksimum ukuran perusahaan sebesar 17,99 persen yang diperoleh dari perusahaan PT. Sekar Laut, Tbk pada tahun 2014 yang menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan laba bersih setelah pajak 17,99 persen dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Rata-rata perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan sebesar 13,4834 persen dan memiliki standar deviasi sebesar 2.46282. Pada variabel *leverage* memiliki nilai minimum sebesar 0,22 persen, artinya perbandingan antara total hutang dengan modal sendiri sebesar 0,22 persen diperoleh dari perusahaan PT. Delta Djakarta, Tbk pada tahun 2011. Nilai maksimum *leverage* sebesar 1,72 persen diperoleh dari perusahaan PT. Mayora Indah, Tbk pada tahun 2011. Rata-rata DER sebesar 0,8959 persen dan memiliki standar deviasi sebesar 0,40201.

Pada variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 4,86 persen, artinya perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar sebesar 4,86 persen diperoleh dari perusahaan PT. Sekar Laut, Tbk pada tahun 2011. Nilai maksimum profitabilitas sebesar 39,98 persen diperoleh dari perusahaan PT. Delta Djakarta, Tbk

pada tahun 2013. Rata-rata profitabilitas sebesar 17,2989 persen dan memiliki standar deviasi sebesar 8,74346..

Variabel Nilai Perusahaan didapatkan nilai minimum sebesar 2,93 persen, artinya perbandingan nilai perusahaan periode sekarang dengan nilai perusahaan periode sebelumnya sebesar 2,93 persen diperoleh dari perusahaan PT. Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk pada tahun 2011. Nilai maksimum Nilai Perusahaan sebesar 56,17 persen yang diperoleh dari perusahaan PT. Mayora Indah, Tbk pada tahun 2014 yang menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan nilai perusahaan periode sekarang sebesar 56,17 persen. Rata-rata perbandingan nilai perusahaan periode sekarang dengan nilai perusahaan periode sebelumnya sebesar 21,0202 persen dan memiliki standar deviasi sebesar 11,34390. Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov* (K-S) sebesar 0,729, sedangkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,663. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model persamaan regresi tersebut berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,663 lebih besar dari nilai *alpha* 0,05.

Tabel 2
Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	44
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,729
<i>Asymp.Sig.(2-tailed)</i>	0,663

Sumber: Data statistik diolah, 2016

Tabel 3
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.476 ^a	.227	.169	1.01131	1.718

Sumber: Data statistik diolah, 2016

Nilai DW 1,718, nilai ini bila dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel 44 (n) dan jumlah variabel independen 3 (K=3) maka diperoleh nilai du 1,665. Nilai DW 1,718 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,665 dan kurang dari (4-du) $4 - 1,665 = 2,335$ dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 4
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Ukuran Perusahaan (X ₁)	0,868	1,152
Leverage (X ₂)	0,896	1,117
Profitabilitas (X ₃)	0,967	1,035

Sumber: Data statistik diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan VIF dari variabel Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk setiap variabel lebih besar dari 10% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti model persamaan regresi bebas dari multikolinearitas.

Tabel 5
Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.983	.294		3.339	.002
	Ukuran Perusahaan	.013	.077	.028	.165	.870
	Leverage	.014	.121	.018	.111	.912
	Profitabilitas	-.060	.069	-.138	-.864	.393

Sumber: Data statistik diolah, 2016

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Sig. dari variabel Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas masing-masing sebesar 0,870, 0,912 dan 0,393. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap *absolute residual*. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients			
1	(Constant)	1.457	.590		2.471	.018
	Ukuran Perusahaan	.312	.155	.300	2.013	.001
	Leverage	.336	.243	.203	1.380	.005
	Profitabilitas	.188	.139	.191	1.349	.035
	R Square					0,227
	F Statistik					3,913
	Signifikansi					0,015

Sumber: Data statistik diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 6 dapat dirumuskan persamaan linier berganda, sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

$$\hat{Y} = 1,457 + 0,312 X_1 + 0,336 X_2 + 0,188 X_3 + e \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

- \hat{Y} = Nilai Perusahaan
- X_1 = ukuran perusahaan
- X_2 = *leverage*
- X_3 = profitabilitas
- β_1 = koefisien regresi dari X_1
- β_2 = koefisien regresi dari X_2
- β_3 = koefisien regresi dari X_3
- α = konstanta
- e = standar eror

Berdasarkan Tabel 6 nilai determinasi total sebesar 0,227 mempunyai arti bahwa sebesar 22,7% variasi Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh variasi Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas, sedangkan sisanya sebesar 77,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model

Tabel 7.
Uji Regresi Linier Berganda

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.006	3	4.002	3.913	.015 ^a
	Residual	40.910	40	1.023		
	Total	52.916	43			

Sumber: Data statistik diolah, 2016

Tabel hasil uji anova (UJI F) di atas, diperoleh dk antar kelompok (pembanding) = 3, dk dalam kelompok (penyebut) = 40, pada alfa=0.05 maka nilai F tabelnya adalah $F_{0,05}(3,40) = 2,84$. Sedang F hitung = 3,913. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, $3,913 > 2,84$, dengan nilai sig. $0,015 < 0,05$. Maka H_0 ditolak pada taraf nyata 0,05 (H_1 diterima). Kesimpulannya, pada kelompok yang diuji memiliki perbedaan yang nyata (signifikan).

Berdasarkan hasil penelitian, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan dan jika semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin kecil pula nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban - kewajibannya (hutang) sudah terlunasi. Hasil penelitian ini mendukung

hipotesis pertama yaitu Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. Arah positif menunjukkan bahwa jika Ukuran Perusahaan meningkat maka Nilai Perusahaan meningkat pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Nuraina (2012), Gill dan Obradovich (2012) dan Maryam (2014) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yaitu *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Arah positif tersebut memiliki arti bahwa semakin tinggi *Leverage* maka semakin tinggi pula Nilai Perusahaan yang diperoleh. Penelitian ini menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang - hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan *food and beverages* sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula. Penggunaan *leverage* mampu meningkatkan nilai perusahaan karena dalam perhitungan pajak, bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan dahulu, sehingga mengakibatkan perusahaan memperoleh keringanan pajak Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Prasetyorini (2013), Kouki dan Said (2011) dan Setiadewi (2014) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yaitu Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Arah positif tersebut memiliki arti bahwa semakin besar Profitabilitas maka Nilai Perusahaan yang diperoleh juga semakin besar. Perusahaan yang memiliki Profitabilitas yang cukup tinggi akan mendapatkan dana yang cukup, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya yang berakibat pada meningkatnya Nilai Perusahaan. perusahaan menghasilkan laba, maka nilai perusahaan akan naik yang terlihat dari kenaikan harga sahamnya. Perusahaan yang berhasil meningkatkan profitabilitas setiap tahunnya, maka akan membuat ketertarikan banyak investor. Investor akan mempercayai perusahaan yang mampu menghasilkan profit yang besar karena return yang diperoleh juga besar, sehingga hal tersebut menjadi sinyal positif bagi investor dari perusahaan. Keadaan tersebut akan digunakan manajer perusahaan untuk memperoleh sumber modal dalam bentuk saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Nurmayasari (2012), Dewi dan Ary (2013) dan Setiadewi (2014) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan sebagai berikut: 1). Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and*

Beverages yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Semakin besar ukuran perusahaan dari sebuah perusahaan maka semakin meningkat pula nilai dari perusahaan tersebut; 2). *Leverage* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Semakin tinggi perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari hutang maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang dimiliki perusahaan tersebut; 3). Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Semakin tinggi efektifitas sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Berdasarkan kesimpulan diatas saran dari penulis adalah sebagai berikut : 1). Bagi pihak manajemen Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI. Disarankan agar memperhatikan variabel Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik menunjukkan tingkat kesehatan keuangan perusahaan yang baik akan membuat nilai perusahaan akan meningkat dan akan di minati oleh investor; 2) Penelitian ini hanya sebatas meneliti mengenai variabel Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel-variabel lainnya yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian ini. Agar mendapatkan perbandingan hasil,

peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah periode penelitian atau mengubah sampel yang digunakan

REFERENSI

- Almajali, Dr. Amal Yassin. 2012. Factors Affecting the Financial Performance of Jordanian Insurance Companies Listed at Amman Stock Exchange. *Journal of Management Research* ISSN 1941-899X 2012, Vol. 4, No.2.
- Ang, Robert. (1997). *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Jakarta: Mediasoft Indonesia.
- Ayuningtias, Dwi. 2013. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividend dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1(1): h: 37-57.
- Brigham, Eugene F and Joel F. Houston. 2001. “Manajemen Keuangan”. Erlangga, Jakarta.
- Brigham, Eugene F and Joel F. Houston. 2006. *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 2. Edisi 10. Ali Akbar dan Yulianto, penyunting. Jakarta: Salemba.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Ary Wirajaya. 2013. Pengaruh struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 4(2) :pp: 358-372.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. 2012. Pedoman Penulisan dan pengujian skripsi Edisi Revisi. Denpasar.
- Ghozali, I. dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2006. *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit, Universitas Diponegoro.
- Haryanto dan Toto Sugiarto. 2003. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Minuman di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3(8).
- Herawati, Titin. 2012. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal*. Universitas Negeri Padang.

- Jenni L, Bettman, Kosev Mitch and Sault Stephen J. 2011. Exploring the asset growth effect in the Australian equity market: *Australian Journal of Management*, 36(2) : pp: 200-216.
- Joni dan Lina 2010. Faktor – factor Yang Mempengaruhi Struktur Modal. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* .12(2),h:81-96.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Edisi revisi. Cetakan ke 10 Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kayo, Eduardo K., Kimura Herbert. 2010. Hierarchical Determinants of Capital Structure. *Journal of Banking & Finance*.
- Kouki, Mondher dan Hatem ben Said. 2011. Does Management Ownership Explain The Effect of Leverage on Firm Value? An Analysis of French Listed Firms. *Journal of Business Studies Quarterly*. 3(1):Hal.169-186.
- Kusuma, Ginanjar Indra, Suhadak, Dan Zainul Arifin. 2012. Analisis Pengaruh Profitabilitas (*Profitability*) Dan Tingkat Pertumbuhan (*Growth*) Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan *Real Estate And Property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2011). *Jurnal*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.
- Kusumajaya, Oka. 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Tesis Program Magister, Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Udayana*.
- Li, Xi, Ying Becker and Didier Rosenfeld, CFA. 2012. Asset Growth and Future Stock Returns: International Evidence: *Financial Analysts Journal*, 68(3):pp: 51-62.
- Lim, Thian Cheng. 2012. Determinants of Capital Structure Empirical Evidence from Financial Services Listed Firms in China. *International Journal of Economics and Finance*.4(3).
- Setia, Lukas. 2008. *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*. Yogyakarta :ANDI.
- Marietta, Unzu dan Djoko Sampurno. 2013. Analisis Pengaruh Cash Ratio, Return On Assets, Growth, Firm size, Debt to Equality Ratio terhadap Dividend Payout Ratio : (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011). *Diponogoro Journal of Management*,2(3):h:1-11.

- Nurchanifia, Siti. 2012. Analisa Pengaruh *Financial Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia(BEI). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya.
- Nuraina, Elva. 2012. Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. 19(2):h:110 – 125.
- Nurhasanah.2012. Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal*. 4(3): Hal. 31-39.
- Nurmayasari, Andi. 2012. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2007-2010). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ogolmagai ,Natalia .2013. *Leverage* Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Go Public di Indonesia. *Jurnal EMBA* 81. 1(3):hal:81-89.
- Prastika, Ni Gst. Ayu Pt. S. 2012. Pengaruh Ios, Leverage, Dan Dividend Yield Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Di BEI. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Udayana*.
- Psillaki, Maria dan Nikolaos Daskalakis. 2009. Are the determinants of capital structure country or firm specific?. *Small Bus Econ*. h:319-333.
- Puspita, Novita Santi dan Kholiq Mahfud. 2010. Analisa Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009. (Studi Kasus Pada Sektor *Industri Food And Beverages*). *Jurnal*.
- Rachmawati, Andri dan Hanung Triatmoko. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan.*SNA X, Makasar 26-28Juli 2007*.
- Roumpis, E., Syriopoulos, T., and Tsatsaronis, M. 2007. Financial Decisions, Ownership and Governance on Corporate Value. *Working Paper, Dept. of Shipping Trade and Transport, University of the Aegean*

- Salehi, Mahdi., Manesh, Nazanin Bashiri. 2012. A Study of the Roles of Firm and Country on Specific Determinates in Capital Structure: Iranian Evidence. *International Management Review*. 8 (2).
- Sambora, Mareta Nurjin. Siti Ragil Handayani dan Sri Mangesti Rahayu. 2012. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode tahun 2009 – 2012). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 8(1):h:1-10.
- Sartono, A. 2001. Long Term Financing Decisiona: Views and Practices of Financials Management of Listed Publics Firm in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal Business*. 3: pp:35-40.
- Sartono, R.A. 2009. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Setiadewi, Kadek Ayu Yogamurti dan Ida Bgs. Anom Purbawangsa. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *Jurnal*. Fakultas Ekonomi Udayana.
- Siallagan, Hamonangan dan M. Machfoedz. 2006. Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. Dalam *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang.
- Singapurwoko Arif dan Muhammad Shalahuddin Mustofa El-Wahid. 2011. The Impact of Financial *Leverage* to Profitability Study of Non-Financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, h: 137-148.
- Sudiyatno , Bambang dan Elen Puspitasari. 2010. Tobins Q dan Altman z-Score sebagai Indikator pengukuran Kinerja perusahaan. *Kajian Akuntansi*, Februari 2010, Hal.9-21. Vol.2.No.1-9
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharli, Michael. 2006. Studi Empiris Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Go Publik di Indonesia. *Jurnal Maksi*. 6(1).
- Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, *Leverage*, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empirik pada perusahaan manufaktur dan non manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 9(1):h: 41-48.

- Sujoko dan Soebiantoro. 2007. Pengaruh Kepemilikan Saham, *Leverage*, Faktor Intern dan Faktor Ektern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Emperik Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). Dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1):h: 41-48.
- Suranta, Edy.dan Midiastuty, Pratana Puspa. 2003. Analisis Hubungan Struktur Kepemilikan Manajerial, Nilai Perusahaan, dan Investasi dengan Model Persamaan Linear Simultan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. 6(1).
- Sutriani, Anis. 2014. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap *Return Saham* dengan Nilai Tukar sebagai Variabel Moderasi pada Saham LQ-45. *Journal of Business and Banking*. 4(1): pp:67 – 80.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Kanisius.
- Wiagustini,Ni luh Putu. 2010. *Dasar- Dasar Manajemen Keuangan*. Denpasar: Udayana University Press.
- Yuniasih, Ni Wayan dan Wirakusuma, Made Gede. 2007. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corpotare Social Responsibility dan Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Universitas Udayana.