

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

Anah Maryamah

Program Studi S1 Manajemen, Universitas Putra Bangsa

Email : anah.maryamah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* sebagai variabel independen yang diproksikan dengan *SIZE*, ROE dan DER serta nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV sebagai variabel dependen. Metode pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* pada perusahaan *food and beverage* periode 2017-2019 hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif, dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Nilai Perusahaan*

Abstract

This study aims to examine the effect of firm size, profitability and leverage on firm value in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2019 period. Firm Size, Profitability and Leverage as independent variables proxied by SIZE, ROE and DER and firm value as proxied by PBV as the dependent variable. The data collection method uses purposive sampling in food and beverage companies for the 2017-2019 period. The results of this study indicate that company size has no effect on firm value, profitability has a positive effect on firm value in a negative direction, and leverage has a negative effect on firm value.

Keywords: *Firm Size, Profitability, Leverage and Firm Value*

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini tidak terlepas dari pengaruh berkembangnya lingkungan ekonomi, sosial politik, serta kemajuan teknologi. Setiap perusahaan diharapkan dapat menyesuaikan diri serta mampu membaca situasi yang terjadi agar dapat mengelola fungsi-fungsi manajemen dengan baik, mulai dari bidang produksi, bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang keuangan sehingga perusahaan mampu lebih unggul dari para pesaingnya.

Ketatnya persaingan yang muncul menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk-produk yang dimilikinya agar lebih dikenal oleh masyarakat. Untuk meningkatkan kinerja dan inovasi produk, maka perusahaan membutuhkan dana yang lebih. Hal ini menjadi salah satu faktor perusahaan untuk masuk ke bursa efek atau yang sering disebut go public. Perusahaan go public cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana dan Mustanda, 2016). Secara normatif salah satu tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan (Wiagustini, 2014:9). Harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan.

Husnan (2014:7) mengartikan nilai perusahaan sebagai harta yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan tinggi. Wijaya dan Panji (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat.

Nilai perusahaan dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu price to book value (PBV). Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa price to book value (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya.

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

Nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham tentunya akan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan. Pada kondisi fundamental merupakan kondisi yang berkaitan dengan kondisi internal dari perusahaan. Faktor fundamental erat kaitannya dengan kondisi perusahaan seperti kondisi keuangan suatu perusahaan yang dicerminkan melalui kinerja keuangan perusahaan. Apabila suatu perusahaan hendak melakukan analisis fundamental dibutuhkan data fundamental perusahaan yang berasal dari laporan keuangan perusahaan, seperti penjualan, deviden yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya. (Jogiyanto, 2016:188).

Sembilan sektor di BEI salah satunya pada subsektor industri *food and beverage*. Perusahaan *food and beverage* adalah salah satu sektor yang menjadi harapan pembawa kemajuan perusahaan manufaktur dan perekonomian di Indonesia (Welly et al., 2019). Tantangan yang dihadapi industri *food and beverage* mulai dari nilai tukar rupiah yang melemah berdampak pada meningkatnya harga pokok produksinya (Kholifah et al., 2019). Menurut Rachman Arief (2005:113) *food and beverage* merupakan bagian yang bertugas atau mengolah, memproduksi dan menyajikan makanan dan minuman untuk keperluan hotel, baik dalam kamar, restaurant, makanan karyawan dan sebagainya. Menurut Soekresno dan Pendit (1998:4) *food and beverage* adalah sebuah bidang usaha yang merupakan bagian usaha seperti hotel yang bertanggung jawab terhadap kebutuhan, karena dalam pelayanannya menyediakan makanan dan minuman serta dalam kebutuhan lain yang terkait dari sebuah hotel atau dikelola secara komersial.

Food and beverage mampu bertahan dalam menghadapi perekonomian nasional yang melemah. *Food and beverage* dijuluki sebagai raksasa industri di Asia Tenggara. Namun hingga sekarang ini industri *food and beverage* masih memiliki kendala dalam memperoleh bahan baku karena terbatasnya bahan baku lokal sehingga masih sangat bergantung pada pasokan bahan baku import. Hal ini mengakibatkan akan berkurangnya keuntungan yang diperoleh industri *food and beverage* karena membayar pajak impor. Pembagian deviden kepada pemegang sekuritas juga akan mengalami penurunan harga disuatu perusahaan. Dampak yang akan diterima jika ini terus berlanjut bakal berkurangnya investor sehingga harga saham menjadi melemah.

Tabel I.1
Data (PBV) Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage Tahun 2017-2019

No	KODE	Total PBV		
		2017	2018	2019
1.	ADES	1,23	1,13	1,23
2.	AISA	0,02	0,01	0,01
3.	ALTO	2,03	2,26	2,29
4.	BTEK	3,26	3,07	1,08
5.	BUDI	0,35	0,35	0,36
6.	CAMP	8,32	2,30	2,35
7.	CEKA	0,85	0,84	0,88
8.	CLEO	30,41	5,36	7,91
9.	DLTA	3,21	3,43	4,49
10.	HOKI	1716,34	769,59	869,88
11.	ICBP	0,01	5,37	4,88
12.	IIKP	416,72	319,13	50,75
13.	INDF	0,00	1,31	1,28
14.	MGNA	1,44	3,03	0,48
15.	MLBI	0,03	0,03	0,03
16.	MYOR	0,01	0,01	0,00
17.	PCAR	1,85	0,04	0,01
18.	PSDN	1,23	1,14	1,25
19.	ROTI	2,79	2,55	2,60
20.	SKLT	0,25	0,31	0,29
21.	STTP	0,41	0,30	0,27
22.	ULTJ	3.56	0,00	0,00

Sumber: data IDX 2020

Berdasarkan tabel di atas, menggambarkan total PBV yang mempengaruhi suatu nilai perusahaan tahun 2017-2019. Dimana DLTA, INDF dan ROTI pada tahun 2017-2019 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Adapun perusahaan yang mengalami fluktuatif antara lain perusahaan ADES, AISA, ALTO, BUDI, CEKA, ICBP, MLBI, MYOR, dan PSDN. Penurunan juga terjadi pada BTEK, CAMP, CLEO, HOKI, IIKP, MGNA, PCAR, SKLT, STTP dan UL TJ.

Menganalisis rasio keuangan adalah suatu cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan, dimana dalam analisis rasio keuangan harus memperhatikan beberapa aspek seperti aspek likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, aktivitas usaha, dan aspek penilaian (pasar) Wiagustini (2010:75). Rizqia et al. (2013) menyatakan faktor-faktor yang secara prinsip mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas.

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 dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan tersebut. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Suharli, 2006). Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati *et al* (2007) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun demikian Siallagan dan Mas'ud (2006) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Prospek perusahaan yang baik menunjukkan profitabilitas yang tinggi, sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan (Wiagustini, 2010:76). Naccur dan Goaid (dalam Tahir, 2011) menyatakan profitabilitas adalah salah satu faktor yang menciptakan nilai masa depan untuk menarik investor baru. Tingginya profitabilitas menunjukkan efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Setelah memperoleh keuntungan perusahaan harus membuat keputusan untuk mempertahankan keuntungan atau membagikan laba (Oladipupo, 2013). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *return on equity* (ROE). *Return on equity* (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas terhadap pemegang saham. Yunita, *et al* (2014) dalam penelitiannya mengungkapkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hal berbeda diungkapkan Herawati (2012) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) 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 negatif pada nilai perusahaan (Ogolmagai, 2013). Adapun penelitian sebelumnya menurut Prastika (2012) menemukan bahwa *leverage* memengaruhi nilai negatif terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Odongo, Leonard, dan Mokoteli (2014) yang menyatakan

bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Salehi dan Manesh (2012) *leverage* dinyatakan berhubungan positif terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Lim (2012) menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, mengingat permasalahan yang terjadi karena melemahnya perekonomian, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019”**

Rumusan Masalah

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal tersebut berupa informasi mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik ataupun pihak yang berkepentingan. Sinyal yang diberikan dapat juga dilakukan melalui pengungkapan informasi laporan keuangan, laporan apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, atau bahkan dapat berupa promosi serta informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan subsektor industri *food and beverage*.

Menurut Soekresno dan Pendit (1998:4) *food and beverage* adalah sebuah bidang usaha yang merupakan bagian usaha seperti hotel yang bertanggung jawab terhadap kebutuhan, karena dalam pelayanannya menyediakan makanan dan minuman serta dalam kebutuhan lain yang terkait dari sebuah hotel atau dikelola secara komersial. Alasan memilih perusahaan *food and beverage* karena melambungnya perkembangannya jumlah masyarakat Indonesia, keperluan terhadap *food and beverage* pun terus bertambah karena itu adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Kondisi yang demikian mengharuskan perusahaan untuk berusaha agar memberikan inovasi-inovasi baru terhadap produknya sehingga masyarakat tergiur untuk membelinya.

Nilai perusahaan harta yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan tinggi. Wijaya dan Panji (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat. Berdasarkan uraian tersebut maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2017-2019?
4. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Kajian Pustaka

Signalling Theory

Teori sinyal didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama. Dengan kata lain, teori sinyal berkaitan dengan asimetri informasi. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Untuk itu, manajer perlu memberikan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan melalui penerbitan laporan keuangan. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Pecking Order Theory

Teori ini menyatakan bahwa terdapat informasi asimetrik yang menunjukkan bahwa manajemen memiliki informasi yang lebih banyak tentang prospek perusahaan, risiko dan nilai perusahaan jika dibandingkan dengan pemodal publik. Menurut Myers (1984) dengan adanya pendanaan investasi dengan ekuitas akan menciptakan interpretasi yang buruk dimata investor.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa PBV merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari

pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya. Menurut Brigham dan Hounston (2011:152) Rasio PBV ditung dengan rumus :

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan melihat total aktiva perusahaan. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan.

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

Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki (Shapiro 1991 : 731). Sedangkan menurut Kusumawati (2005) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator dari keberhasilan operasi perusahaan.

Variabel profitabilitas ini diukur dengan melihat kemampuan modal yang diinvestasikan perusahaan dalam keseluruhan jumlah aktiva untuk menghasilkan *Return On Equity* (ROE). Menurut Kasmir (2010:115) rumus ROE sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

Leverage

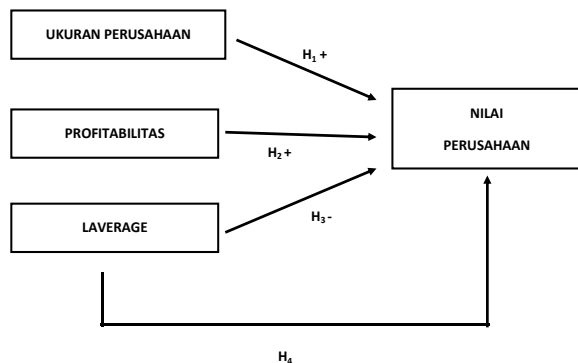
Rasio *leverage* adalah rasio-rasio untuk mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. *Debt to Equity Ratio* (DER) juga dapat diartikan sebagai rasio yang menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya (Sawir, 2003:13). DER dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Model Empiris

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka model empiris penelitian secara sistematis disajikan dalam gambar berikut ini :

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019



Gambar II-1 Model Empiris

METODE

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif. Objek dalam penelitian ini merupakan variabel yang meliputi adalah ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel bebas/independen. Sedangkan nilai perusahaan sebagai variabel terikat/dependen.

Subjek Penelitian

Subjek yang diambil dalam penelitian ini adalah perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

Instrumen atau Alat Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak yang tidak terkait dengan penelitian, namun mengumpulkan data ini untuk beberapa tujuan lain dan pada waktu yang berbeda di masa lalu (Gumanti dan Utami, 2018:126). Data tersebut dapat diperoleh dari Indonesia Stock Exchange (IDX), website e-bursa dan IDN Financials.

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019 sebanyak 66 perusahaan.

Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel dengan tujuan (*purposive sampling*) yaitu sampel yang diambil harus memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan agar sampel yang digunakan sesuai dengan tujuan dan hasil yang diperoleh lebih akurat. Berikut adalah kriteria pengambilan sampel yang digunakan.

Tabel III- 1
Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sub sektor <i>food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2017-2019	25
2.	Perusahaan yang tidak terdaftar secara berturut-turut dari tahun 2017-2019	(3)
3.	Perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas bernilai negatif pada laporan keuangan tahun 2017-2019.	(0)
Jumlah Perusahaan		22
Total Pengamatan (Jumlah Perusahaan x 3)		66

Berdasarkan tabel III-1 menunjukkan bahwa dari 25 perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019 diperoleh sampel yang memenuhi persyaratan adalah 22 perusahaan. Pengamatan yang dilakukan selama 2017-2019 sehingga diperoleh sampel sebanyak 66 laporan keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Tujuan utama dari statistik deskriptif adalah untuk memudahkan orang membaca data dan memahami maksud data tersebut (Gani dan Amalia, 2018:6). Berikut adalah hasil analisis statistik deskriptif pada variabel penelitian yang meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* dan nilai perusahaan sebagai variabel independen.

Tabel IV. 1
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PBV	,1609	2,82001	61
SIZE	3,2211	,34270	61
ROE	-1,9858	1,01886	61
DER	-1,5939	1,44512	61

Sumber : Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan tabel IV-1, jumlah responden (N) ada 61, dari 22 sampel perusahaan yang terdapat di sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tiga tahun yaitu 2017 hingga 2019. Dari

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

61 data yang diperoleh, didapat nilai standar deviasi dari ukuran perusahaan yang diukur menggunakan SIZE dari periode 2017-2019 adalah 0,34270 dengan rata-rata (mean) sebesar 3,2211. Nilai standar deviasi dari profitabilitas yang diukur menggunakan ROE dari periode 2017-2019 adalah 1,01886 dengan nilai rata-rata (mean) -1,9858. Nilai standar deviasi dari leverage yang diukur menggunakan DER dari periode 2017-2019 adalah 1,44512 dengan nilai rata-rata (mean) -1,5939. Nilai standar deviasi dari nilai perusahaan yang diukur menggunakan PBV dari periode 2017-2019 adalah 2,82001 dengan nilai rata-rata (mean) 0,1609.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu penilaian yang digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian agar dalam pengerjaan model regresi tidak menemukan masalah – masalah statistik dan memenuhi standar statistik sehingga parameter yang diperoleh logis dan masuk akal (Gani dan Amalia, 2018:136).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan yaitu uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan melihat nilai sig pada Monte Carlo Sig. (2-tailed). Jika nilai sig lebih dari 0,05 maka data residual terdistribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas pada penelitian ini.

Tabel IV- 2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,56851628
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,097
	Negative	-,078
Test Statistic		,097
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan gambar diatas yang berkaitan dengan uji normalitas melalui kolmogorov-smirnov diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat perolehan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance dari model regresi untuk masing-masing variabel independen (bebas). Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut tidak terjadi multikolinearitas, artinya tidak memiliki hubungan dengan variabel independen lain. Berikut adalah tabel hasil dari analisis data:

Tabel IV. 2
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
SIZE	,991	1,009
ROE	,990	1,010
DER	,998	1,002

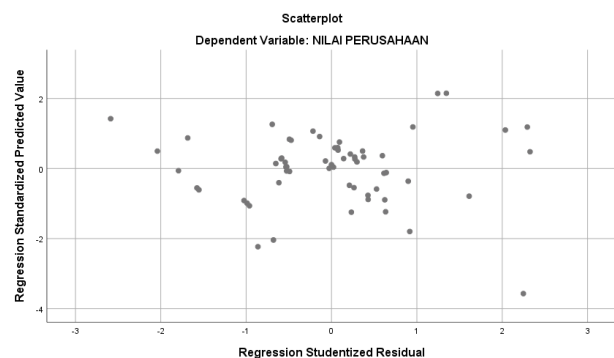
a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan hasil IV-3 tersebut diketahui bahwa semua variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai tolerance lebih besar > dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari < 10. Hasil tersebut membuktikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berikut adalah hasil data yang diolah dari uji *Scatterplot*.



Gambar IV. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

Berdasarkan gambar dari Scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan masukan variabel independen.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain (Ghozali, 2005). Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *runs test*. Berikut adalah hasil data yang diolah dari uji *runs test*.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Autokorelasi
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,18844
Cases < Test Value	30
Cases >= Test Value	31
Total Cases	61
Number of Runs	25
Z	-1,677
Asymp.Sig. (2-tailed)	,094

a. Median

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan tabel IV-4 menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,094 > dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Nilai koefisien regresi masing-masing variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019. Berikut merupakan tabel hasil uji regresi linear berganda:

Tabel IV. 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	Sig.
Model				
1 (Constant)	-4,208	3,248		,200
SIZE	,631	,997	,077	,529
ROE	-,714	,336	-,258	,038
DER	-,575	,236	-,295	,018

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan tabel hasil uji di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -4,208 + 0,631X_1 - 0,714X_2 - 0,575X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta (a) sebesar -4,208 yang berarti bahwa ketika variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* konstan maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar -4,208.
2. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebesar 0,631 yang berarti bahwa setiap penambahan satu variabel ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan sebesar 0,631 pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019.
3. Koefisien regresi Profitabilitas sebesar -0,714 yang berarti bahwa setiap penambahan satu variabel Profitabilitas dapat menurunkan nilai perusahaan sebesar -0,714 pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019.
4. Koefisien regresi *Leverage* sebesar -0,575 yang berarti bahwa setiap penambahan satu variabel *Leverage* dapat menurunkan nilai perusahaan sebesar -0,575 pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019.

Uji Signifikansi (Sig.)

Uji signifikansi dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh satu variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*) secara individual menerangkan variabel dependen (nilai perusahaan). Dasar keputusan yang diambil adalah dengan melihat tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%. Berikut adalah tabel hasil uji signifikansi (uji Sig.):

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019 TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

Tabel IV. 5
Hasil Uji Signifikansi

		Coefficients^a		
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
Model	B	Std. Error	Beta	Sig.
1 (Constant)	-4,208	3,248		,200
SIZE	,631	,997	,077	,529
ROE	-,714	,336	-,258	,038
DER	-,575	,236	-,295	,018

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Ukuran Perusahaan (Size) secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat signifikansi sebesar 0,529 lebih besar dari 0,05 (5%). Sehingga, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak.
2. Variabel Profitabilitas (ROE) secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 (5%) dan nilai koefisiensi sebesar -0,714. Sehingga, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak.
3. Variabel *Leverage* secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari signifikansi 0,018 lebih kecil dari 0,05 (5%). Sehingga, hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan diterima.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji ini berdasarkan nilai F yang diturunkan dari tabel ANOVA (*Analysis of Variance*) yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 6
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	81,379	3	27,126	3,902	,013 ^b
Residual	396,259	57	6,952		
Total	477,638	60			

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

b. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan dari tabel IV-7 dapat diketahui bahwa hasil uji signifikansi variabel independen (X) dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05 (5%) dan F hitung 3,902 lebih besar dari F tabel 2,52 yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu dan ditunjukkan dengan nilai *adjusted R square*. Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel IV-8.

Tabel IV. 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,414 ^a	,171	,128

a. Predictors: (Constant) UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output IBM SPSS 25 (diolah), 2021

Berdasarkan tabel hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 0,128 atau sebesar 12,8%. Sehingga, dapat diartikan bahwa sebesar 12,8% variasi nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019 disebabkan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, sedangkan 0,872 atau 87,2% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Pengujian hipotesis pertama adalah untuk mengetahui pengaruh Ukuran perusahaan (Size) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan signifikansi sebesar 0,529 lebih besar dari 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa (Size) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena dengan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih dari 0,05.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*. Hasil penelitian ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

yang dimiliki oleh perusahaan tidak berdampak pada perubahan nilai perusahaan. Hasil penelitian sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham 2011:184).

Pada perusahaan yang berukuran besar, manajer akan berusaha memaksimalkan kemampuannya mengelola perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena pada perusahaan besar cenderung menjadi sorotan masyarakat. Namun pada perusahaan kecil meskipun investasinya kurang besar juga dapat memberikan keuntungan yang optimal. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva, perusahaan dengan total aktiva yang besar dengan komponen dominan pada piutang dan persediaan belum tentu dapat membayar deviden dikarenakan asset yang menumpuk pada piutang dan persediaan. Perusahaan lebih mempertahankan laba dibandingkan membagikannya sebagai deviden, yang dapat mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan. Mengacu pada temuan tersebut dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki total aset yang besar belum tentu memberikan keyakinan kepada investor dalam mengelola perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Qomariah (2015) dan Hargiansyah (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunarto dan Budi (2014) menunjukkan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif, artinya peningkatan ukuran perusahaan akan mempermudah perusahaan memperoleh pendanaan, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Pengujian hipotesis kedua adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*. Hasil penelitian berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa nilai ROE sebagai proksi profitabilitas menunjukkan bahwa investor menilai baik kinerja perusahaan. Artinya bahwa pada saat perusahaan mengalami kenaikan terhadap nilai perusahaan maka harga saham perusahaan akan ikut naik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Sejalan dengan dengan teori sinyal yang menyatakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham 2011:184). Profitabilitas memberikan respon positif terhadap investor yang nantinya akan menaikkan harga saham dan akhirnya memberikan dampak kenaikan nilai perusahaan. Kenaikan harga saham sendiri dikarenakan perusahaan mendapatkan laba yang optimal. Profitabilitas juga memberikan keyakinan kepada investor tentang kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan memberikan keyakinan tentang prospek perusahaan kedepan sehingga investor yakin untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novari & Lestari (2016:5692) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu permintaan saham oleh investor. Respon positif dari investor tersebut akan meningkatkan harga saham dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Thaib & Dewantoro (2017:36) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti keuntungan suatu perusahaan memiliki tidak pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Pengujian hipotesis ketiga adalah untuk mengetahui pengaruh *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan signifikansi sebesar 0,018 lebih kecil dari 0,05 (5%). Hal ini menunjukkan bahwa (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*. Hasil penelitian berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa nilai DER sebagai proksi *leverage* dapat memberikan sinyal negatif kepada investor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yaitu *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Arah negatif tersebut memiliki arti bahwa perusahaan harus dapat memutuskan dengan baik penggunaan utang yang akan dilakukan karena dapat berpengaruh terhadap perusahaan

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

dan dapat berdampak pada menurunnya nilai dari perusahaan.

Nilai perusahaan akan tinggi bila tingkat utang yang dilakukan oleh perusahaan masih dalam batas wajar, dan apabila tingkat utang perusahaan sudah melebihi batasnya maka nilai perusahaan akan menjadi turun karena banyak beban bunga yang harus dibayarkan perusahaan kepada kreditur dan akan menurunkan minat investor berinvestasi dan menurunkan nilai perusahaan dan ini juga dapat berdampak pada kebangkrutan yang terjadi oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan *Pecking Order Theory* yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi maka perusahaan tersebut mempunyai tingkat hutang yang rendah, dikarenakan perusahaan yang profitabilitasnya tinggi memiliki sumber dana internal yang berlimpah.

. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2015), Dewi dan Wirajaya (2013), Wahyuni dkk. (2014), Pasaribu (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian yang tidak sesuai dilakukan oleh Ishaq, et al (2009), Ferdinan dan Rahardian (2013), Krause (2016), dan Sylvia (2013) yang menunjukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran perusahaan (*Size*), Profitabilitas (ROE), *Leverage* (DER) secara simultan terhadap nilai perusahaan

Pengujian hipotesis keempat adalah untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*), Profitabilitas (ROE) dan *Leverage* (DER) secara simultan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan nilai F_{hitung} 3,902 lebih besar dari F_{tabel} 2,52 dan nilai signifikansi sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05 (5%) dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,128 atau sebesar 12,8%. Sehingga, dapat diartikan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai F_{hitung} 3,902 lebih dari F_{tabel} 2,52 dan nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima. ukuran perusahaan (*Size*), profitabilitas (ROE) dan *leverage* (DER) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada BAB sebelumnya mengenai nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*Size*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak, artinya bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan tidak berdampak pada perubahan nilai perusahaan, pada perusahaan kecil meskipun investasinya kurang besar juga dapat memberikan keuntungan yang optimal. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktivasnya, perusahaan dengan total aktiva yang besar dengan komponen dominan pada piutang dan persediaan belum tentu dapat membayar deviden dikarenakan asset yang menumpuk pada piutang dan persediaan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima, artinya bahwa pada saat perusahaan mengalami kenaikan terhadap nilai perusahaan maka harga saham perusahaan akan ikut naik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini berarti Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga memicu permintaan saham oleh investor. Respon positif dari investor tersebut akan meningkatkan harga saham dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima, artinya apabila tingkat utang perusahaan sudah melebihi batasnya maka nilai perusahaan akan menjadi turun karena banyak beban bunga yang harus dibayarkan perusahaan kepada kreditur dan akan menurunkan minat investor berinvestasi dan menurunkan nilai perusahaan dan ini juga dapat berdampak pada kebangkrutan yang terjadi oleh perusahaan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari uji simultan (uji F) 0,025 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis keempat (H_4) diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*) berpengaruh terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) pada perusahaan *food and beverage* periode 2017-2019.

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa adanya keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Subjek penelitian ini yaitu perusahaan *food and beverage* dengan jumlah sampel 22 perusahaan, sehingga belum bisa menguatkan presentase pengujian.
2. Variabel independen yang digunakan masih terbatas, yaitu Ukuran perusahaan (*Size*), Profitabilitas (*ROE*), dan *Leverage* (*DER*). Sedangkan, masih banyak faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada yaitu perusahaan *food and beverage*.

IMPLIKASI

Implikasi Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran terkait dengan informasi nilai perusahaan khususnya mengenai laporan keuangan yang perlu diperhatikan sebagai pertimbangan dalam penggunaan modal yang baik dan penguatan kebijakan perusahaan supaya dapat meningkatkan nilai perusahaan, supaya dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

2. Bagi Investor

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tolok ukur bagi investor sebelum melakukan investasi khususnya di perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Para investor diharapkan untuk melakukan pengamatan sebelum berinvestasi terkait dengan nilai perusahaan yang mengarah pada tata kelola perusahaan dan analisis keuangan perusahaan yang dapat memberikan informasi sebagai pertimbangan sebelum memutuskan untuk berinvestasi terutama terkait dengan total aset yang diperoleh oleh perusahaan yang dapat menggambarkan besar atau kecilnya ukuran perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingatkan pada peneliti selanjutnya bahwa adanya keterbatasan dalam penelitian ini, maka bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain seperti volume perdagangan, *return* saham, kebijakan dividen, dan lain sebagainya. Penelitian ini juga menyarankan untuk melakukan perluasan sampel penelitian terkait dengan nilai perusahaan guna menguatkan presentase pengujian.

IMPLIKASI TEORITIS

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Qomariah (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan tidak berdampak pada perubahan nilai perusahaan, pada perusahaan kecil meskipun investasinya kurang besar juga dapat memberikan keuntungan yang optimal. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham 2011:184)

2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage*. Artinya bahwa pada saat perusahaan mengalami kenaikan terhadap nilai perusahaan maka harga saham perusahaan akan ikut naik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novari & Lestari (2016:5692) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sejalan dengan teori sinyal dijelaskan bahwa perusahaan akan memberikan sinyal atau informasi kepada pelaku pasar, maka pasar akan menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut menjadi sinyal positif (*good news*) atau sinyal negatif (*bad news*) yang kemudian akan dijadikan pedoman dalam mengambil keputusan untuk investasi.

3. Hasil penelitian ini membuktikan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* (*DER*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa perusahaan harus dapat memutuskan dengan baik penggunaan utang yang akan dilakukan karena dapat berpengaruh terhadap perusahaan dan dapat berdampak pada menurunnya nilai dari perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sejalan dengan *pecking order theory* yang menyatakan semakin rendah *leverage* perusahaan maka perusahaan tersebut sedikit

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019

menggunakan pendanaan secara eksternal dan lebih menggunakan pendanaan secara internal

4. Hasil penelitian uji signifikansi (Uji F) menunjukkan bahwa variabel Ukuran perusahaan (Size), Profitabilitas (ROE), dan *Leverage* (DER) simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05 dan F_{hitung} 3,902 lebih besar dari F_{tabel} 2,52 sehingga menunjukkan variabel Ukuran perusahaan (Size), Profitabilitas (ROE), dan *Leverage* (DER) secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- AA Ngurah Dharma Adi Putra & Putu Vivi Lestari. 2016. Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.7 Hal 4044 – 4070.
- Abd, Rachman Arief. 2005. *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Agnes, Sawir. 2004. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astriani, Eno Fuji. 2014. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *Artikel Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Bhekti Fitri Prasetyorini. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratioan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12. No.5.
- Brigham, EF., dan Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi kedelapan. Erlangga. Jakarta.
- Brigham, Eugene F. Dan Joel F. Houston. 2011. *Essentials of Financial Management*. Edisi 11. Terjemahan oleh Ali Akbar Y. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Fundamental of Financial Management)*, Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto John Willey: Thomson South Western.
- Dede Hertina, Mohamad Bayu Herdiawan Hidayat, Dara Mustika, 2019, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 3.
- 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.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma., dan Ary Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2 (4), hal : 358-372.
- Wahyuni, Tri., Endang Ernawati, S.E, M.Si., dan Dr. Werner R. Murhadi, S.E, M.M. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Di Sektor Property Real Estate & Building Cntruction Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Surabaya*, 2(1), hal : 1- 18.
- Dewi,Ayu Sri Mahatma dan Ary Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Akuntansi Universitas Yudayana*, 358-372.
- Echdar Saban, 2017. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Frank, Murray Z., and Vidhan K. Goyal. 2003. Testing the pecking order theory of capital structure. *Journal of financial economics* 67, no. 2, hal : 217-248.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gill, Amarjit. And Obradovich, John D. 2012. The Impact of Corporate Governance and Financial Leverage on the Value of American Firms.. *International Research Journal of Finance and Economics*. 91.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2011. *Analisis Kritis atas laporan Keuangan*. Edisi Pertama Cetakan ke sepuluh. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Herawati, Titin. 2012. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Universitas Negeri Padang*.
- Husnan, Suad. 2014. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Jogynto, Hartono. 2016. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir, 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- Kholifah, S., Sumani, & Puspitasari, N. (2019). Determinan Struktur Modal Dalam Perspektif Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (Bisma)*, 13(1), 60–66.

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES
YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019 TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE
2017-2019**

- Kodongo, Odongo. Maina, Leonard. and Mokoteli, Mokoaleli Thabang. 2014. Capital structure, profitability and Firm Value: panel evidence of listed firms in Kenya. *Munich Personal RePEc Archive*. No 57116.
- Komariyah Siti, 2012, Pengaruh Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Yang Listing Di Jakarta Islamic Index (Jii) Periode 2011-2014, *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*
- 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).
- Mardiastanto, Fandi, Kharis Raharjo, and Abrar Oemar 2016. Perngaruh Insider Ownership, Profitabilitas, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Journal Of Accounting* 2, no. 2 2016.
- Maryam, Sitti. 2014. Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi S1 Universitas Hasanuddin, Makasar*.
- Myers S.C. and Majluf N. 1984. Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13, 187-221.
- Nor, Edi Azhar Binti Mohammad dan Noriza Binti Mohd Saad. 2012. Cost of capital The Effect to Firm Value an Profitability performance in Malaysia.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manjemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- 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.
- 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* 8I.1(3) hal: 81-89.
- Oladipupo, A.O. and Okafor, C.A. 2013. Relatif Contribution Of Working Capital Management To Corporate Profitability And Dividend Payout Ratio: Evidence From Nigeria. *International Journal Of Bussiness And Finance Management Research*. hal:11-20.
- Pramana, I G N Agung Dwi dan I Ketut Mustanda. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(1): h: 561-594.
- Prasetyorini, Bhekti Fitri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), h: 183-196.
- 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*. H: 147-174.
- Rachmawati, Andri dan Hanung Triatmoko. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *SNA X, Makasar*.
- Rahmawati, Amalia Dewi., Topowijono., dan Sri Sulasmiyanti. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Pada Perusahaan Sektor Properti Real Estate dan Building Contruction Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2), hal : 1-15.
- Riyanto, Bambang. 2011. *Dasar-Dasar Pembelanjaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Rizqia, Dwita Ayu, Siti Aisjah and Sumiati. 2013. Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value. *Research Journal of Finance and Accounting*. 4(11): pp: 120-130.
- Salehi, Mahdi dan Nazanin Bashiri Manesh. 2012. A Study of the Roles of Firm and Country on Specific Determinates in Capital Structure: Iranian Evidence. *International Management Review*. 8 (2): 51 – 85.
- Sari, NMYD Putri. 2013. Analisis Pengaruh Leverage, Efektivitas Aset, dan Sales terhadap Profitabilitas Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES
YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2019 TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE
2017-2019**

- Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2007 2011). *Journal of Management*. Volume 2. No.3.
- Sartono, R. Agus. 2001. *Teori & Aplikasi Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Setyorini, C. T., & Ishak, Z. (2012). Corporate Social and Environmental Disclosure : A Positive Accounting Theory View Point Departement of Accountancy Economic ' s Faculty. *International Journal of Business and Social Science*, 3(9), 152–165.
- Shapiro. 1991. *Analisis Pengaruh Return On Equity, Insider Ownership, Investment Opportunity Set, Firm Size, Cash Flo, dan Debt Ratio terhadap Dividend Payout Ratio (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2004-2007)*. Skripsi Ekonomi Akuntansi, Universitas Diponegoro.
- Siallagan, Hamonangan dan M. Machfoedz. 2006. *Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan*. Dalam *Symposium Nasional Akuntansi IX, Padang*.
- Singapurwoko, Arif dan Muhammad Shalahuddin Mustofa El-Wahid. 2011. *The Impact of Financial Leverage to Probability Study of Non-Financial Companies Listed in Indonesia Stock Exchange*. *European Jurnal of Economics. Finance And Administrative Science*. H:137-148.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soekarno, & Pendi. (1998). *Pramusaji Food & Beverage Service*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyaningsih, Sri, and Pancawati Hardiningsih (2011). *Struktur kepemilikan, kebijakan dividen, kebijakan utang dan nilai perusahaan. Dinamika keuangan dan perbankan* 3, no. 1.
- Sudana, I Made. 2009. *Manajemen Lembaga Keuangan : Teori dan Praktik*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta: Bandung.
- 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.
- Suwardika, Nyoman Agus dan I Ketut Mustanda. 2017. *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan* Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 3, 2017: 1248-1277.
- Ta'dir E. Praselia., P. Tommy., Ivone S. Saerang, 2014, *Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI*, *Jurnal EMBA* 879 Vol.2 No.2, Hal. 879-889.
- Tahir, I.M dan A.R. Razali. 2011. The Relationship Between Enterprise Risk Management (ERM) And Firm Value : Evidence From Malaysian Public Listed Company. *International Journal of Economics and Management Sciences* 1(2): 32-41.
- Welly, Y., Susanti, E., Azwar, K., & Grace, E. 2019. *Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Serta Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderat Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman*. *Financial*, 5(2).
- Wiagustini, Ni Luh Putu. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Cetakan Pertama. Denpasar: Udayana University Press.
- Wijaya, Bayu Irfandi dan I. B. Panji Sedana. 2015. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi)*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4(12): h: 4477- 4500.

www.idx.co.id.