
ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA

Meryanty

Program Studi Akuntansi STIE Widya Dharma Pontianak
email: meryantyluu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 38 perusahaan. Adapun kriteria pengambilan sampel yang ditetapkan adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang *listing* sebelum tahun 2012. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan maka terdapat sampel sebanyak 32 perusahaan yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

KATA KUNCI: Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan, tentulah memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh pemilik dan manajemen. Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya dan nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan. Dengan demikian, perusahaan harus mampu mencerminkan kinerja perusahaan dan dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang baik tercermin dari aktiva yang dimiliki perusahaan dan besarnya harga pasar saham. Semakin tinggi harga pasar saham perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut. Alat ukur yang dapat digunakan untuk menghitung nilai perusahaan adalah dengan *Price to Book Value* (PBV).

Profitabilitas dapat mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Asset* (ROA)

yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Besarnya aktiva akan dapat menghasilkan laba perusahaan yang akan mencerminkan baik buruknya kinerja perusahaan tersebut dan semakin baik pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Leverage dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya dengan modal yang dimilikinya. Semakin tinggi *leverage* menunjukkan risiko perusahaan dan akan mengurangi minat investor untuk membeli saham sehingga akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Alat ukur yang dapat digunakan untuk menghitung sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang adalah dengan menggunakan variabel *leverage*, dimana *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan salah satu indikatornya.

Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva yang dijadikan tolak ukur skala perusahaan. Perusahaan yang berskala besar diharapkan mampu mengelola aktivanya dengan baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

Nilai perusahaan secara umum merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa periode. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila saham perusahaan meningkat. Perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan merupakan indikator yang penting untuk menarik perhatian investor dikarenakan semakin baiknya nilai dari perusahaan tersebut menunjukkan semakin baik pula kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola keuangan perusahaannya.

Menurut Djaja (2017: 5):

“Nilai adalah suatu opini dari manfaat ekonomi atas kepemilikan aset, atau harga yang paling mungkin dibayarkan untuk suatu aset dalam pertukaran sehingga nilai bukan merupakan fakta. Aset diartikan juga sebagai barang dan jasa. Nilai dalam pertukaran adalah suatu harga hipotesis, dimana hipotesis dari nilai diestimasi, dan ditentukan oleh tujuan penilaian pada waktu tertentu. Nilai bagi pemilik

adalah suatu estimasi dari manfaat yang akan diperoleh pihak tertentu atas suatu kepemilikan”

Harga pasar saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat pasar percaya dengan kinerja perusahaan saat ini dan juga terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Menurut Marhamah (2013: 51): “Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.”

Nilai perusahaan dalam penelitian dapat diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan perbandingan dari harga saham dengan nilai buku perusahaan. Penggunaan *Price to Book Value* (PBV) dikarenakan besarnya rasio ini akan membuat pasar percaya pada prospek perusahaan pada masa yang akan datang dan menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi *Price to Book Value* menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui kegiatan perusahaan tersebut. Menurut Harahap (2015: 304): “Rasio rentabilitas atau disebut juga profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya.”

Profitabilitas memiliki peranan penting di mana kegiatan usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut, dengan harapan perusahaan dapat memiliki prospek yang baik. Perusahaan yang memiliki prospek baik, maka akan meningkatkan profitabilitas sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian investor tentu akan lebih tertarik dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi. Karena dinilai mampu memaksimalkan segala aset yang ada untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Dengan profitabilitas yang tinggi tentu akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, selain menunjukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, profitabilitas juga merupakan faktor utama yang dilihat oleh investor untuk menentukan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Return on Asset* (ROA) sebagai alat ukur untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan.

Dengan meningkatkan laba, maka akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan harga saham di pasar modal. Menurut Sutrisno (2005: 231): “Profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan.” Menurut Chandra dan Djajadikerta (2017: 2): “Profitabilitas merupakan hal penting bagi perusahaan agar dapat memertahankan kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang.” Menurut Susanti (2016: 46): “Profitabilitas merupakan fokus utama penilaian kinerja finansial perusahaan dan memberi gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan.”

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan. Selain itu profitabilitas merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para investor, laba perusahaan juga merupakan elemen dalam menentukan nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham. Semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan perusahaan akan menarik minat investor untuk memiliki perusahaan tersebut dan akan menaikkan nilai perusahaan. Melihat kondisi tersebut, maka profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang didukung oleh hasil penelitian Sisca (2016) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Leverage digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Pengukuran untuk menghitung seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang adalah dengan menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007: 44): “Struktur modal adalah perbandingan nilai utang dengan nilai modal sendiri yang tercermin pada laporan keuangan perusahaan akhir tahun.” *Leverage* yang semakin tinggi akan membuat resiko juga semakin tinggi karena pendanaan dari unsur hutang lebih besar daripada modal sendiri.

Menurut Sutrisno (2005: 233):

“*Leverage* digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan di biayai dengan hutang. Semakin besar tingkat *leverage* perusahaan, akan semakin besar jumlah utang yang digunakan, dan semakin besar risiko bisnis yang dihadapi terutama apabila kondisi perekonomian memburuk. Rasio hutang dengan modal sendiri (*debt to equity ratio*) merupakan imbangan antara hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini berarti modal sendiri semakin sedikit dibanding dengan hutangnya. Bagi perusahaan, sebaiknya besarnya hutang tidak boleh melebihi modal sendiri agar beban tetapnya tidak terlalu tinggi.”

Apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aktiva yang tinggi namun risiko *leverage* juga tinggi, maka investor akan menurunkan minat dan kepercayaan investor untuk membeli saham perusahaan tersebut karena meningkatnya risiko ketidakpastian perusahaan di masa depan. Melihat kondisi tersebut, maka *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sutrisno (2005: 232):

“Rasio *leverage* menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai dengan hutang. Apabila perusahaan tidak mempunyai *leverage* atau *leverage factor*nya = 0 artinya perusahaan dalam beroperasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri atau tanpa menggunakan hutang. Semakin rendah *leverage factor*, perusahaan mempunyai risiko yang kecil bila kondisi ekonomi merosot. Penggunaan dana hutang bagi perusahaan tersebut mempunyai tiga dimensi:

- (1) Pemberi kredit akan menitik beratkan pada besarnya jaminan atas kredit yang diberikan.
- (2) Dengan menggunakan dana hutang, maka apabila perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari beban tetapnya maka pemilik perusahaan keuntungannya akan meningkat, dan
- (3) Dengan penggunaan hutang, pemilik mendapatkan dana tanpa kehilangan pengendalian pada perusahaannya.
Semakin besar tingkat *leverage* perusahaan, akan semakin besar jumlah hutang yang digunakan, dan semakin besar risiko bisnis yang dihadapi terutama apabila kondisi perekonomian memburuk.”

Hal ini didukung oleh hasil penelitian Sujoko dan Soebiantoro (2007) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukan oleh total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut. Karena semakin tinggi nilai total aktiva perusahaan, maka ukuran perusahaan tersebut juga semakin besar. Besarnya ukuran perusahaan akan memungkinkan perusahaan dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas untuk melakukan pemasaran produknya, sehingga membuka peluang

diperolehnya laba yang semakin tinggi. Dengan adanya Ukuran Perusahaan dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar kecilnya perusahaan.

Menurut Marhamah (2013: 49):

“Secara umum perusahaan yang mempunyai total *asset* yang relative besar dapat beroperasi dengan tingkat efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang total *asetnya* rendah. Oleh karena itu perusahaan dengan total *asset* yang lebih besar akan lebih mampu untuk menghasilkan tingkat keuntungan yang lebih tinggi.”

Menurut Nurhayati (2013: 151):

“Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana. Karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal cukup berarti fleksibilitas dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Dengan kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif terhadap nilai perusahaan.”

Perusahaan yang berukuran besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Dengan adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik. Menurut Marhamah (2013: 51): “Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, jumlah tenaga kerja, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain.”

Ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal. Melihat kondisi tersebut maka ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang didukung dari hasil penelitian Nurhayati (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2002: 108):

“Hipotesis adalah asumsi/perkiraan/dugaan sementara mengenai suatu hal atau permasalahan yang harus dibuktikan kebenarannya dengan menggunakan data/fakta atau informasi yang diperoleh dari hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan menggunakan cara yang sudah ditentukan.”

Berdasarkan kajian teoritis yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang dipakai oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian pengujian hipotesis asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 sampai dengan 2016. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan yang *listing* sebelum tahun 2012. Berdasarkan kriteria tersebut, sampel penelitian yang diperoleh sebanyak tiga puluh dua perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis.

PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Gambaran profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada tahun 2012 sampai dengan 2016 dapat dilihat pada Tabel 1.

TABEL 1
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI
DI BURSA EFEK INDONESIA
ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	160	-,2106	,6572	,108057	,1305421
DER	160	-31,1753	70,8248	1,269066	6,5630645
UK.PRSHN	160	25,2767	32,1510	28,444347	1,6297217
PBV	160	-2,9389	62,9300	5,672958	10,5526893
Valid N (listwise)	160				

Sumber: Data Olahan SPSS22, 2018

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat nilai dari variabel yang diteliti. Jumlah data yang dimiliki dari setiap variabel adalah sebanyak 160 yang didapat dari 32 perusahaan dikali 5 tahun penelitian, artinya jumlah data per variabel sebanyak 160 data dan data yang valid sebanyak 160 sehingga dapat diketahui tidak ada data yang *missing*. *Return on Asset* memiliki nilai minimum sebesar -0,2106, nilai maksimum sebesar 0,6572, *Debt to Equity Ratio* memiliki nilai minimum sebesar -31,1753, nilai maksimum sebesar 70,8248. Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 25,2767, nilai maksimum sebesar 32,1510. *Price to Book Value* memiliki nilai minimum sebesar -2,9389, nilai maksimum sebesar 62,9300.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada Tabel 2:

TABEL 2
PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

		B	t	Sig. (Uji t)	Adj. R Square	Sig (Uji F)	F
1	(Constant)	-13,519	-4,289	,000			
	ROA	15,305	8,039	,000	0,391	0,000	30.932
	DER	-,027	-,229	,819			
	UK.PRSHN	,529	4,757	,000			

Sumber: Data Olahan SPSS22, 2018

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = -13,519 + 15,305X_1 - 0,027X_2 + 0,529X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diartikan bahwa:

- a. Pada nilai konstanta (a) dengan nilai sebesar -13,519 yang berarti jika hasil profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan mempunyai nilai sebesar 0, maka nilai perusahaan adalah sebesar -13,519.
- b. Pada nilai koefisien regresi variabel profitabilitas mempunyai nilai positif yaitu sebesar 15,305, maka pada setiap kenaikan profitabilitas sebesar 1 satuan maka akan adanya kenaikan pada nilai perusahaan sebesar 15,305 satuan, dengan asumsi semua variabel independen lainnya tetap.
- c. Pada nilai koefisien regresi variabel *leverage* mempunyai nilai negatif, yaitu sebesar -0,027, maka setiap peningkatan *leverage* sebesar 1 satuan maka akan adanya penurunan pada nilai perusahaan sebesar 0,027 satuan, dengan asumsi semua variabel independen lainnya tetap.
- d. Pada nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan mempunyai nilai positif yaitu sebesar 0,529, maka setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan maka akan adanya kenaikan pada nilai perusahaan sebesar 0,529 satuan, dengan asumsi semua variabel independen lainnya tetap.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih variabel independen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini mengacu pada nilai *Adjusted R Square*. Hasil analisis koefisien determinasi pada Tabel 2 sebesar 0,391 atau 39,1 persen yang menunjukkan bahwa kemampuan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan dalam memberikan penjelasan terhadap perubahan pada nilai perusahaan sebesar 39,1 persen, sedangkan 60,9 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Nilai *Standard Error of Estimate* adalah ukuran kesalahan model regresi dalam memprediksi nilai Y.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 2 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,932 sedangkan berdasarkan perhitungan dari F_{tabel} diperoleh nilai sebesar 2,671, ini menunjukkan bahwa F_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari F_{tabel} ($30,932 > 2,671$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang digunakan ini layak untuk diujikan dan model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai model analisis.

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen secara individu.

Uji t dapat juga diuji menggunakan tingkat signifikansi, dengan ketentuan tingkat signifikansi 0,05. Apabila signifikansi lebih besar 0,05 berarti variabel independen secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila signifikansi lebih rendah 0,05 artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat nilai t_{hitung} dan signifikansi masing-masing variabel. Pada variabel profitabilitas t_{hitung} sebesar 8,039 lebih besar dari t_{tabel} ($8,039 > 1,977$). Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang di mana nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa H_0

ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada variabel *leverage* t_{hitung} yang diperoleh sebesar -0,229 lebih kecil dari t_{tabel} ($-0,229 < 1,977$). Dan nilai signifikansi sebesar 0,819 yang di mana nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi ($0,819 > 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dan pada variabel ukuran perusahaan t_{hitung} yang diperoleh sebesar 4,757 lebih besar dari t_{tabel} ($4,757 > 1,977$). Dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang di mana nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016. Saran kepada pembaca untuk penelitian selanjutnya agar meneliti kembali data *leverage* setiap perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Haryani dan Hamfri Djajadikerta. 2017. "Pengaruh *Intellectual Capital*, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Kontruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ultima Accounting*, vol.9, no.2 Desember, hal.1-14.
- Djaja, Irwan. 2017. *All About Corporate Valuation Memetakan, Menciptakan, Mengukur, dan Merealisasikan Nilai Perusahaan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

-
- Marhamah. 2013. "Pengaruh Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010." *Jurnal STIE Semarang*, vol.5 no.3, hal.43-67.
- Nurhayati, Mafizatul. 2013. "Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa." *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, vol.5, no.2 Juli, hal.144-153.
- Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Sisca. 2016. "Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014." *Jurnal Sultanist*, vol.4, no.1 Juni, hal.1-9.
- Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, *Leverage*, Faktor *Intern* dan Faktor *Ektern* terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol.9 no.1, hal.41-48.
- Susanti, Neneng Lasmita. 2016. "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Studi pada Emiten Sektor Manufaktur di BEI." *Jurnal Akuntansi*, vol.7, no.2 Agustus, hal.43-53.
- Sutrisno. 2005. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- 