
PENGARUH *FIRM SIZE*, PROFITABILITAS, DAN *SALES GROWTH* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR PROPERTY DAN *REAL ESTATE* DI BURSA EFEK INDONESIA

Agdewi Kumalasari

email: agdewikumalasari1@gmail.com

Program Studi Akuntansi STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* di Bursa Efek Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *Firm Size*, Profitabilitas, dan *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016, di mana Sampel yang diambil adalah sebanyak empat puluh satu perusahaan. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Teknik analisis menggunakan data kuantitatif dengan menggunakan bantuan *Software Statistical Product and Service Solution* versi 22. Berdasarkan hasil analisis maka diketahui bahwa *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan *Sales Growth* berpengaruh berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Saran yang dapat penulis berikan adalah agar penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang belum termasuk dalam penelitian. bagi para investor dalam mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan indikator *Sales Growth* karena terbukti bahwa dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Bagi penelitian selanjutnya, keterbatasan dalam penelitian ini hendaknya lebih disempurnakan lagi seperti dengan mengganti sektor perusahaan yang akan diteliti, menambah jumlah variabel bebas lainnya.

KATA KUNCI: *Fim Size*, Profitabilitas, *Sales Growth*, PBV

PENDAHULUAN

Persaingan perusahaan dalam era globalisasi menuntut setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang lebih baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lain serta mencapai tujuan didirikannya perusahaan. Tujuan utama perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan juga semakin tinggi. Faktor internal yang dapat meningkatkan nilai perusahaan berupa *firm size*, profitabilitas perusahaan dan *sales growth* perusahaan.

Firm size dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, jumlah tenaga kerja dan sebagiannya. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Modal yang dimiliki perusahaan, dapat digunakan sebagai biaya operasional

perusahaan, dalam meningkatkan jumlah produksi serta nilai penjualan perusahaan dalam satu periode .

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari hasil penggunaan dan pengelolaan aset, ekuitas dan hutang. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tergantung pada efisiensi dan efektivitas pelaksanaan operasi, serta sumber daya yang memadai. Salah satu ukuran yang dipakai untuk melihat kondisi profitabilitas perusahaan pada tingkat aktiva yaitu *Return On Assets (ROA)*. *Return on assets* dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan aktiva yang dimiliki perusahaan. Dalam kondisi demikian, perusahaan dituntut untuk dapat mengelola sumber daya atau aktiva yang dimiliki dengan semaksimal mungkin agar dapat menghasilkan laba yang tinggi dan akan memberikan dampak positif bagi nilai perusahaan.

Sales growth dapat mencerminkan pencapaian perusahaan dimasa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan dimasa yang akan datang. *Sales growth* juga merupakan salah satu penilaian suatu perusahaan, dengan adanya pertumbuhan pada penjualan akan menjadi nilai keuntungan yang diperoleh dari aktivitas operasi sehingga menjadi sumber yang membentuk nilai keseluruhan perusahaan. Dimana hal ini akan direspon positif oleh investor yang akan meningkatkan harga saham dari perusahaan dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

KAJIAN TEORITIS

Tujuan utama perusahaan pada umumnya meningkatkan kemakmuran pemilik dengan pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Harmono (2011: 110): Nilai perusahaan secara konsep dapat dijelaskan oleh nilai yang ditentukan harga saham yang diperjualbelikan dipasar modal. Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menjalankan operasi yang tercermin dari harga saham perusahaan tersebut. Dengan memaksimalkan harga saham, tentu para investor akan tertarik untuk melakukan investasi ke perusahaan sehingga akan memberikan dampak bagi perusahaan tersebut. Hal ini didasarkan atas pemikiran bahwa peningkatan harga saham akan mencerminkan kemakmuran bagi pemilik dan pemegang saham atas dividen yang akan dibagikan pada akhir tahunnya.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value* (PBV), yang merupakan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai bukunya. Rasio *price book value* menjadi suatu hal yang penting dalam pengambilan keputusan terkait melakukan suatu investasi. Dengan rasio *price book value* ini, investor dapat menilai layak atau tidaknya saham perusahaan diambil yaitu dengan cara membandingkan harga saham akhir tahun dengan nilai bukunya. Nilai perusahaan yang baik ketika nilai *price book value* diatas satu, yaitu nilai pasar lebih besar daripada nilai buku perusahaan. Rasio *price book value* yang semakin tinggi maka semakin tinggi pula harga saham dan sebaliknya jika rasio PBV semakin rendah maka harga saham semakin rendah. Nilai *price book value* yang tinggi juga menunjukkan nilai perusahaan semakin baik. Sebaliknya, apabila *price book value* dibawah nilai satu mencerminkan nilai perusahaan yang kurang baik.

Firm size (ukuran perusahaan) merupakan salah satu pengukuran terhadap nilai suatu perusahaan. *Firm size* menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, atau total pendapatan. Bagi pihak investor, perusahaan yang besar dinilai mampu memberikan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang kecil. Perusahaan yang besar memberikan dampak positif bagi investor karena dianggap mampu memberikan tingkat pengembalian investasi yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan, selain itu ukuran perusahaan yang besar menunjukkan kondisi yang stabil terutama didalam *return* saham yang lebih tinggi. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Nurhayati (2013) yang menunjukkan bahwa *firm size* (ukuran perusahaan) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio yang sering digunakan dalam menganalisis nilai perusahaan. Menurut Fahmi (2015 : 135) : Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

Para investor yang akan melakukan investasi ke suatu perusahaan pada umumnya menggunakan analisis rasio profitabilitas. Menurut Fahmi (2015: 135): “Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan”. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki

perusahaan dapat mencerminkan kinerja yang dihasilkan perusahaan baik, sehingga dapat menarik calon investor untuk menginvestasikan modalnya dan berpengaruh terhadap kemudahan perusahaan untuk mengakses ke pasar modal.

Dalam menganalisis tingkat profitabilitas dapat menggunakan rasio *Return On Assets (ROA)*. *Return on assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan dan mengukur efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola aktiva yang dimiliki agar memperoleh laba yang tinggi. Menurut Sudana (2011: 22) : “Semakin besar *return on assets*, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya”. Tingginya rendahnya *return on assets* tergantung pada pengelolaan aset perusahaan oleh pihak manajemen dalam operasional perusahaan. Semakin tinggi *return on assets* semakin efisiensi perusahaan dan begitu juga sebaliknya. Dengan adanya hal ini tentu akan menjadi penilaian investor dalam melakukan investasi dan akan berdampak pada nilai perusahaan. Hal tersebut didukung Hermuningsih (2013) dan Nurhayati (2013) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sales growth menjadi salah satu penilaian terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sudana (2011: 162): “Perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya relatif tinggi dimungkinkan untuk dibelanjai dengan menggunakan utang yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah, karena keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan masih bisa menutup biaya bunga utang”.

Perusahaan selalu berusaha meningkatkan penjualannya agar dapat menghasilkan laba yang tinggi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki, dengan laba yang dimiliki perusahaan dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Perusahaan yang memiliki angka penjualan yang stabil akan mempermudah mendapatkan modal atau pinjaman dari pihak luar. Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan kinerja manajemen suatu perusahaan dan kemampuan daya saing dalam suatu industri.

Sales growth (pertumbuhan penjualan) suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam kesempatan-kesempatan yang akan mendatang. Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat juga akan membuat

investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan modalnya, dengan asumsi penjualan yang meningkat maka laba yang dihasilkan juga akan tinggi dan investor berharap tingkat pengembalian dividen yang tinggi atas modal yang telah diinvestasikan.. Hal tersebut didukung oleh penelitian Dharmawan (2015) yang menunjukkan bahwa *sales growth* (pertumbuhan penjualan) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁ : *Firm Size* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

H₃ : *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

1. Bentuk penelitian

Bentuk penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah bentuk penelitian asosiatif dengan menggunakan tiga variabel independen terhadap satu variabel dependen yang diuji pengaruhnya.

2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel-variabel penelitian adalah variabel independen (variabel bebas) adalah *Firm Size*, *Profitabilitas*, dan *Sales Growth*. Sedangkan variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel Nilai Perusahaan.

3. Metode Pengumpulan, Pengolahan dan Penyajian Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode studi dokumenter, yaitu teknik mempelajari dan menganalisis data sekunder yang dipublikasikan oleh perusahaan yang diambil dari laporan keuangan tahun 2012 sampai dengan 2016 dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

Menurut Sugiyono (2016: 148): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* di Bursa Efek Indonesia berjumlah 49 perusahaan. Menurut Sugiyono (2016: 149): “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki

oleh populasi tersebut”. Kriteria pemilihan sampel adalah perusahaan yang sudah *go public* sebelum tahun 2012. Jumlah sampel sebanyak 41 perusahaan. Metode sampel yang diterapkan adalah metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian menggunakan analisis data deskriptif. Menurut Sugiyono (2015: 288): “Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi:”

PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Berikut ini merupakan hasil Analisis Statistik Deskriptif dengan bantuan *Software* SPSS versi 22 dapat dilihat pada Tabel 1:

TABEL 1
ANALISI STATISTIK DESKRIPTIF
TAHUN 2012 s.d. 2016

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Firm_Size	205	24.8158	31.4510	28.805585	1.4999542
ROA	205	-.0848	.6554	.065895	.0830157
Sales_Growth	205	-.8712	8.4326	.384703	1.1130464
PBV	205	.0915	9.2573	1.635056	1.5125859
Valid N (listwise)	205				

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2017

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang disajikan pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah data atau sampel penelitian dapat dilihat melalui *Valid N* yang memiliki jumlah sebanyak dua ratus lima yang diperoleh dari empat puluh satu perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dengan periode penelitian selama lima tahun, mulai dari tahun 2012 hingga 2016.

Nilai minimum pada variabel *firm size* yaitu sebesar 24,8158 yang diperoleh PT Lamicitra Nusantara, Tbk. pada tahun 2012. Nilai maximum pada variabel *firm*

size yaitu sebesar 31,4510 yang diperoleh PT Lippo Karawaci, Tbk. pada tahun 2016. Nilai *mean* pada variabel *firm size* sebesar 28,805585 dan nilai standar deviasi sebesar 1,4999542

Nilai minimum pada variabel *return on assets* yaitu sebesar -0,0848 yang diperoleh PT Bhuwanatala Indah Permai, Tbk. pada tahun 2012. Nilai maximum pada variabel *return on assets* yaitu sebesar 0,6554 yang diperoleh PT Lamicitra Nusantara, Tbk. pada tahun 2012. Nilai *mean* pada variabel *return on assets* sebesar 0,65895 dan nilai standar deviasi sebesar 0,0830157.

Nilai minimum pada variabel *sales growth* yaitu sebesar -0,8712 yang diperoleh PT Greenwood Sejahtera, Tbk. pada tahun 2013. Nilai maximum pada variabel *sales growth* yaitu sebesar 8,4326 yang diperoleh PT Bukit Darmo Property, Tbk. pada tahun 2014 Nilai *mean* pada variabel *sales growth* sebesar 0,384703 dan nilai standar deviasi sebesar 1,1130464.

Nilai minimum pada variabel *price book value* yaitu sebesar 0,0915 yang diperoleh PT Indonesia Prima Property, Tbk. pada tahun 2016. Nilai maximum pada variabel *price book value* yaitu sebesar 9,2573 yang diperoleh PT Hanson International, Tbk. pada tahun 2012. Nilai *mean* pada variabel *price book value* sebesar 1,635056 dan nilai standar deviasi sebesar 1,5125859.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut ini merupakan hasil *Coefficeints*^a Regresi Linear Berganda dengan bantuan *Software* SPSS versi 22 dapat dilihat pada Tabel 2:

TABEL 2
ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.103	.531		.195	.846
Firmsize	.032	.018	.125	1.712	.089
Roa	.388	.403	.073	.963	.337
Salesgrowth	.139	.059	.177	2.355	.020

Dependent Variable: sqrt_pbv

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2017

Berdasarkan hasil regresi linear pada Tabel 2, dapat dibentuk persamaan regresi linear berganda dengan model matematis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,103 + 0,032 X_1 + 0,388X_2 + 0,139 X_3 + e$$

Interpretasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta memiliki nilai sebesar 0,103 satuan, artinya jika semua variabel independen (X) nilainya adalah 0, maka nilai perusahaan (Y) adalah 0,103 satuan.
 - b. Koefisien regresi *firm size* memiliki nilai sebesar 0,032 satuan artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan *firm size* mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,032 satuan. Koefisien memiliki nilai positif (+) artinya kedua variabel memiliki hubungan yang positif, semakin meningkat nilai *firm size* maka semakin meningkat nilai perusahaan.
 - c. Koefisien regresi *return on asset* memiliki nilai sebesar 0,388 satuan, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan *sales growth* mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,388 satuan. Koefisien memiliki nilai positif (+) artinya kedua variabel memiliki hubungan yang positif, semakin meningkat nilai *return on asset* maka semakin meningkat nilai perusahaan.
 - d. Koefisien regresi *sales growth* memiliki nilai sebesar 0,139 satuan, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan *return on asset* mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,139 satuan. Koefisien memiliki nilai positif (+) artinya kedua variabel memiliki hubungan yang positif, semakin meningkat nilai *sales growth* maka semakin meningkat nilai perusahaan.
3. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Berikut ini merupakan hasil *Model Summary*^b Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi dengan bantuan *Software SPSS* versi 22 dapat dilihat pada Tabel 3:

TABEL 3
UJI KOEFISIEN KORELASI DAN DETERMINASI
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.242 ^a	.059	.043	.37444	2.090

a. Predictors: (Constant), salesgrowth, firmsize, roa

b. Dependent Variable: sqrt_pbv

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2017

Dari Tabel 3. diperoleh *output* yang menjelaskan mengenai ringkasan model (*model summary*), yang terdiri dari hasil nilai korelasi berganda (R), koefisien determinasi (*R Square*), koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*), dan ukuran kesalahan prediksi (*Standard Error of the Estimate*).

Nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,242, artinya korelasi antara variabel *firm size*, *return on asset*, *sales growth*, dan nilai perusahaan adalah sebesar 0,242. Hal ini berarti terjadi hubungan yang lemah atau rendah antara *firm size*, *return on asset*, *sales growth*, dan nilai perusahaan karena nilai koefisien korelasi berada dikisaran nilai antara 0,200 sampai dengan 0,399.

R Square (R^2) atau kuadrat dari R adalah koefisien determinasi. Nilai R^2 adalah sebesar 0,059 atau 5,9 persen. *R Square* (R^2) juga menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen seperti *Adjusted R Square*..

Adjusted R Square adalah *R Square* yang telah disesuaikan. Nilai *Adjusted R Square* atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,043. Maka dapat diketahui bahwa variabel X_1 (*firm size*), X_2 (*return on asset*), X_3 (*sales growth*) secara bersama-sama memiliki sumbangan pengaruh terhadap Y (nilai perusahaan) sebesar 0,43 atau 4,3 persen dan sisanya sebesar 95,7 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Standard Error of the Estimate adalah ukuran kesalahan prediksi yang diperoleh nilai sebesar 0,37444. Artinya kesalahan yang mungkin dapat terjadi dalam memprediksi nilai perusahaan adalah sebesar 0,37444. Semakin kecil nilai *Standard Error of the Estimate* maka semakin tepat atau semakin bagus suatu model regresi dalam memprediksi variabel independen.

4. Uji F

Berikut ini merupakan hasil *ANOVA*^a uji F dengan bantuan *Software SPSS* versi 22 dapat dilihat pada Tabel 4:

TABEL 4
UJI F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.505	3	.502	3.897	.010 ^b
	Residual	20.472	159	.129		
	Total	21.978	162			

a. Dependent Variable: *sqrt_pbv*

b. Predictors: (Constant), *Sales_growth*, *Firm_size*, *ROA*

Sumber: Data Olahan *SPSS 22, 2017*

Berdasarkan hasil Tabel 4 nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$), maka model regresi dapat dipakai dan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa model layak untuk diuji.

5. Uji t

Berdasarkan Tabel 2, pada variabel *firm size* nilai tingkat signifikansi sebesar $0,089 > 0,05$, yang menunjukkan variabel *firm size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada variabel *return on assets* nilai tingkat signifikansi sebesar $0,337 > 0,05$, yang menunjukkan variabel *return on assets* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada variabel *sales growth*, dapat diketahui nilai tingkat signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$, dan nilai Beta pada output sebesar 0,139. Hasil pengujian hipotesis melalui uji parsial menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi ($0,020 < 0,05$). Dari pengujian ini dapat disimpulkan hubungan yang positif antara *sales growth* dan nilai perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Firm Size* nilai signifikansi sebesar 0,089 lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan variabel *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Variabel *Return on Assets* nilai signifikansi sebesar 0,337 lebih besar 0,05 yang menunjukkan variabel *Return on Assets* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

pada Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Variabel *Sales Growth* nilai signifikansi sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan variabel *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Saran-saran yang dapat penulis kemukakan adalah Maka saran yang dapat penulis berikan yaitu: bagi para investor dalam mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan indikator *Sales Growth* karena terbukti bahwa dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Bagi penelitian selanjutnya, keterbatasan dalam penelitian ini hendaknya lebih disempurnakan lagi seperti dengan mengganti sektor perusahaan yang akan diteliti, menambah jumlah variabel bebas yang dapat diuji sehingga jumlah sampel semakin luas dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi. “*Ragam Model Penelitian & Pengolahannya dengan SPSS*”. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2017.
- Asnawi, Said Kelana dan Chandra Wijaya. *Metodologi Penelitian Keuangan: Prosedur, Ide dan Kontrol*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Dharmawan, Febriyansyah. “Analisis Pengaruh Profitabilitas, Size dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. Maste thesis. Diponegoro University. 2015.
- Fahmi, Irham. “*Analisis Laporan Keuangan*”. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016
- Harmono. “*Manajemen Keuangan: Berbasis Balaced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*”. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Harahap, Sofyan Safri. “*Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*”. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011.

Hermuningsih, Sri. “Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Di Indonesia. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, Oktober 2013.

Nurhayati, Mafizaton. “Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa”. Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol 5, No.2, 2013.

Priyatno, Duwi. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2016.

Sanusi, Anwar. “Metodologi Penelitian Bisnis”. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Sudana, I Made. “*Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik*”. Jakarta: Erlangga, 2011.

Sugiyono. “*Metode Penelitian Tindakan Komprehensif: Untuk Perbaikan Kinerja dan Pengembangan Ilmu Tindakan*”. Bandung: Alfabeta, 2015.

_____. “*Metode Penelitian Manajemen*”. Bandung: Alfabeta, 2016.

Pramesti, Getut. “*Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*”. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014.

Widarjono, Agus. “*Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*”. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010.