
PENGARUH KEBIJAKAN HUTANG, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA

Monalisa Wulandari

email: monalisa.cs678@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebijakan hutang, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 13 perusahaan. Teknik analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji korelasi berganda dan koefisien determinasi, analisis linear berganda uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan hutang, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KATA KUNCI: Hutang, Profitabilitas, Pertumbuhan, Ukuran dan Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan juga menggambarkan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh para investor dari perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat para investor percaya terhadap perusahaan tersebut dan tertarik menanamkan modalnya.

Kebijakan perusahaan tentang seberapa besar perusahaan dalam menggunakan hutangnya sebagai sumber pendanaan. Pada prinsipnya setiap perusahaan memerlukan dana, dan pemenuhan dana tersebut dapat berasal dari sumber intern maupun ekstern. Kebijakan hutang dilakukan untuk menambah dana perusahaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan. Kebijakan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena beban bunga hutang dapat mengurangi pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berhubungan dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri. Tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan merupakan gambaran kemampuan dan kinerja perusahaan dalam mengelola seluruh aset yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin. Profitabilitas mengukur efektifitas manajemen

berdasarkan hasil pengembalian dari penjualan dan investasi sehingga investor sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas tersebut.

Pertumbuhan penjualan perusahaan dapat menarik minat investor dalam menanamkan investasinya, karena pertumbuhan penjualan dapat digunakan dalam memprediksi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang tinggi mencerminkan perkembangan perusahaan tersebut tinggi dan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga baik, apabila perusahaan mampu menghasilkan angka penjualan yang tinggi maka perusahaan tersebut sudah mencapai tujuan utamanya.

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokkan perusahaan ke dalam beberapa kelompok, yang di antaranya perusahaan besar, perusahaan sedang dan perusahaan kecil. Untuk melihat ukuran perusahaan yaitu dengan didasarkan oleh total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaannya maka akan mempermudah mendapatkan akses ke pasar modal. Perusahaan besar juga cenderung memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan di mana dalam tahap ini arus kas perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lama. Dikarenakan perusahaan besar lebih stabil, sehingga mampu menghadapi persaingan ekonomi.

KAJIAN TEORITIS

Nilai perusahaan merupakan suatu persepsi bagi para investor terhadap perusahaan terkait dengan harga saham. Nilai perusahaan yang baik akan memudahkan akses perusahaan untuk menarik para investor. Nilai dari perusahaan dapat dilihat dari tinggi rendahnya harga saham yang terdapat di bursa saham. Semakin tinggi harga saham, maka dapat menunjukkan kemakmuran dari pemegang saham.

Menurut Sudana (2011: 8): “Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang”. Sedangkan, menurut Harmono (2011: 50): Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil.

Ada beberapa cara untuk mengukur nilai perusahaan, salah satunya menggunakan rasio penilaian. Menurut Fahmi (2015: 138): Rasio nilai di pasar menggambarkan kondisi yang terjadi dipasar. Rasio nilai pasar mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang pada perusahaan.

Perusahaan harus mampu mengelola hutangnya menjadi modal yang dapat digunakan untuk berinvestasi. Menurut Septariani (2017: 186): “Hutang merupakan salah satu sumber pembiayaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kebutuhan dananya”.

Hutang merupakan kebijakan perusahaan tentang seberapa jauh perusahaan dalam menggunakan hutangnya sebagai sumber pendanaan. Kebijakan hutang menunjukkan seberapa bijak perusahaan menggunakan hutang yang dimiliki dan mengelolanya dengan baik dan maksimal agar dapat dijadikan pendanaan dari eksternal guna meningkatkan investasi.

Rasio yang digunakan untuk menghitung kebijakan hutang yaitu menggunakan *debt to equity ratio*. Menurut Kasmir (2018: 157): *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Menurut Prastowo (2015: 79): *Debt to equity ratio* ini juga dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya hutang.

Hutang yang tidak terlalu tinggi dapat mengurangi risiko perusahaan. Akan tetapi, apabila perusahaan menggunakan hutang besar akan meningkatkan nilai perusahaan karena beban bunga hutang dapat mengurangi pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sukirni (2012) membuktikan kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun hipotesis pertama yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₁: Kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

profitabilitas merupakan indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian dari penjualan dan investasi sehingga investor sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas tersebut. Profitabilitas yang tinggi dapat memengaruhi persepsi investor terhadap prospek

perusahaan di masa mendatang. Dengan meningkatnya profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan meningkat, hal ini dikarenakan tingkat investasi para investor terhadap perusahaan semakin meningkat sehingga harga saham juga meningkat.

Menurut Kasmir (2018: 204): Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Untuk menghitung profitabilitas menggunakan *Return on Equity*.

Menurut Sudana (2011: 22): ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

ROE sangat menarik bagi pemegang saham maupun calon investor dan juga manajemen perusahaan karena ROE merupakan salah satu ukuran atau indikator penting, yang artinya semakin tinggi ROE perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini tentunya akan menarik minat para investor untuk berinvestasi. ROE juga menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba. Naiknya ROE dari tahun ke tahun berarti adanya kenaikan laba bersih, dari kenaikan tersebut akan menyebabkan harga saham juga naik yang berarti kenaikan dalam nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Dhani dan Utama (2017) membuktikan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun hipotesis kedua yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan dapat digunakan dalam memprediksi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan yang tinggi mencerminkan perkembangan perusahaan tersebut tinggi dan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga baik, apabila perusahaan mampu menghasilkan angka penjualan yang tinggi maka perusahaan tersebut sudah mencapai tujuan utamanya. Dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membuat para calon investor untuk berinvestasi, karena pertumbuhan penjualan yang baik akan membuat para calon investor percaya dengan perusahaan tersebut dalam cepatnya pengembalian modalnya.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi dari periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan di masa mendatang. Penjualan

merupakan salah satu permintaan konsumen dan daya saing perusahaan dalam suatu industri.

Menurut Sudana (2011: 162):

“Perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya relatif tinggi dimungkinkan untuk dibelanjai dengan menggunakan hutang yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah, karena keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan masih bisa menutup biaya bunga hutang”.

Pendapatan perusahaan merupakan suatu faktor dari penjualan. Laju pertumbuhan perusahaan akan memengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan di masa mendatang. Apabila pertumbuhan penjualan tinggi, maka pendapatan juga akan meningkat sehingga harga saham perusahaan tersebut juga meningkat seiring dengan naiknya nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nirmala, Moeljadi dan Andarwati (2016) membuktikan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun hipotesis ketiga yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₃: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Untuk melihat ukuran perusahaan yaitu dengan didasarkan oleh total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaannya maka akan mempermudah mendapatkan akses ke pasar modal. Perusahaan besar juga cenderung memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan di mana dalam tahap ini arus kas perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lama. Dikarenakan perusahaan besar lebih stabil, sehingga mampu menghadapi persaingan ekonomi. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi.

Ukuran perusahaan merupakan perbandingan besar atau kecilnya usaha dari perusahaan. Dengan adanya ukuran perusahaan dapat mengukur atau menentukan nilai dari besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan akan semakin baik dikarenakan perusahaan tersebut dalam kondisi yang stabil dan perusahaan memiliki aset yang besar dan biasanya perusahaan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi persaingan bisnis dan mempunyai kemudahan dalam mengakses pasar modal.

Adanya kemudahan dalam mengakses pasar modal perusahaan dianggap investor memiliki sinyal positif dan prospek yang baik terhadap nilai perusahaan. Kestabilan yang dimiliki dimana dana tersebut akan digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang tertarik terhadap perusahaan tersebut, dikarenakan besarnya ukuran perusahaan akan memberikan citra positif bagi perusahaan sehingga dapat memengaruhi harga saham suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan ukuran perusahaan yang memengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya dari Istamawarti dan Suseno (2017) membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun hipotesis keempat yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dan teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumenter. Data yang digunakan merupakan laporan keuangan audit dari web Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 18 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga didapat sampel sebanyak 13 perusahaan. Teknik analisis data menggunakan SPSS 22 yang terdiri dari analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

TABEL 1
STATISTIK DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KH	65	,0532	3,0286	,888100	,5388603
PR	65	-,1499	1,4353	,207695	,3023273
PP	65	-,7653	,5002	,033263	,2039722
UP	65	20,7152	37,3397	28,565715	2,7844549
NP	65	,0031	7,3018	2,067555	1,8491222
Valid N (listwise)	65				

Sumber: Output SPSS 22, 2019

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian terdiri dari uji normalitas residual, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat permasalahan dalam pengujian asumsi klasik.

3. Analisis Pengaruh Kebijakan Hutang, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Kebijakan Hutang, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

TABEL 2
PENGARUH NET KEBIJAKAN HUTANG, PROFITABILITAS,
PRTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN

Coefficients ^a					
Model	B	t	F	R	Adjusted R Square
1 (Constant)	-4,956	-2,556*			
KH	-,575	-1,553			
PR	-,424	-,668			
PP	-,383	-,420			
UK	,257	3,720**	4,319**	,496 ^a	,189

a, Dependent Variable: NP

** Signifikansi level 0,01

* Signifikansi level 0,05

Sumber: Output SPSS 22, 2019

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 2 dapat dibentuk persamaan regresi linear berganda seperti berikut:

$$Y = -4,956 - 0,575 X_1 - 0,424 X_2 - 0,383 X_3 + 0,257 X_4 + e$$

b. Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 2, nilai koefisien korelasi sebesar 0,496 yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat antara kebijakan hutang, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,189 menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan perubahan variabel terikat yaitu sebesar 18,9 persen.

c. Uji Kelayakan Model

Pada Tabel 2 menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 4,319 lebih besar dari F_{tabel} . Hasil menunjukkan model regresi dari kebijakan hutang, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, layak untuk diuji dan dianalisis.

d. Uji t dan Pembahasan

1) Pengaruh Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama (H_1) untuk menguji pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi tingkat hutang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa kebijakan hutang memiliki nilai t_{hitung} negatif sebesar -1,553 lebih besar dari $-t_{tabel}$ yang menunjukkan kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian pada penelitian ini yang menunjukkan bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan, maka H_1 ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukirni (2012).

Semakin tinggi atau rendahnya nilai kebijakan hutang di dalam perusahaan maka tidak memengaruhi nilai perusahaan. Kebijakan hutang yang diambil perusahaan tidak akan memengaruhi persepsi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Apabila hutang tersebut tidak dikelola dengan baik, maka resiko perusahaan juga meningkat. Hutang yang tinggi memberikan respon yang negatif dari para investor dikarenakan dapat menyebabkan perusahaan mengalami penurunan kinerja.

2) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua (H_2) yang diajukan menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa profitabilitas memiliki nilai t_{hitung} negatif sebesar -0,668 lebih besar dari $-t_{tabel}$ yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan, maka H_2 ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dhani dan Utama (2017).

Dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan tinggi tidak dapat menjamin nilai sahamnya tinggi. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba merupakan salah satu tercapainya tujuan perusahaan. Apabila tingkat profitabilitas atau keuntungan perusahaan rendah, membuat calon investor enggan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan karena tingkat pengembalian investasi bagi pemegang saham juga akan rendah.

3) Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga (H_3) yang diajukan menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan memiliki nilai t_{hitung} negatif sebesar -0,420 lebih besar dari $-t_{tabel}$ yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan, maka H_3 ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nirmala, Moeljadi dan Andrawati (2016).

Tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan tidak dapat memberi kepastian dalam penilaian perusahaan untuk investor. Keterkaitan positif pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Di mana pertumbuhan penjualan yang tinggi bisa menaikkan nilai perusahaan. Namun bisa juga memiliki keterkaitan negatif antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Di mana pertumbuhan penjualan tinggi nilai perusahaan menurun.

4) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis keempat (H_4) yang diajukan menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,720 lebih besar dari t_{tabel} yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien arah positif. Sehingga dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian sesuai dengan hipotesis yang diajukan, maka H_4 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Istamawati dan Suseno (2017).

Semakin besar ukuran perusahaan atau total aset yang dimiliki perusahaan dapat membuat calon investor tertarik untuk berinvestasi. Keterkaitan positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Di mana ukuran perusahaan yang tinggi bisa menaikkan nilai perusahaan. Namun bisa juga ukuran perusahaan menurun maka nilai perusahaan menurun.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan hutang, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Saran bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan topik, objek dan kurun waktu yang sama agar dapat mempertimbangkan untuk menggunakan variabel lain selain yang diteliti. Sebab dari hasil penujian menunjukkan masih terdapat pengaruh dari faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan sebesar 81,1 persen.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhani, Isabella Permatadan A.A Gde Satia Utama. 2017. "Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, Vol. 2, no.1.pp. 135.
- Fahmi, Irham. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*, Bandung: Alfabeta.

Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan Berbasis Balance Scorecard Pendekatan Teori, kasus, dan Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara.

Kasmir. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Istamarwati dan Y. Djoko Suseno. 2017. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 11, no.1. pp. 148.

Nirmala, Aulia, Moeljadi dan Andarwati. 2016. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol.14, no.3. pp. 557.

Nurminda, Aniela, Deaness Isyuardhana dan Annisa Nurbaiti. 2017. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. *E-Proceeding of Management*, Vol. 4, no.1. pp. 544.

Prastowo, Dwi. 2015. *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.

Septariani, Desy. 2017. “Pengaruh Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan”. *Journal of Applied Business and Economic*, Vol.3, no.3. pp. 183-186.

Sudana. 2012. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Surabaya: Erlangga.

Sukirni, Dwi. 2012. “Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Analisis Terhadap Nilai Perusahaan”. *Accounting Analysis Journal*, Vol.1, no.2. pp. 1.

www.idx.co.id