

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV ini, penulis akan melakukan analisis data yang sudah terkumpul dan menjelaskan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### **4.1. HASIL PENGUMPULAN DATA**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada indeks LQ45 dengan 3 periode *annual report*. LQ 45 dipilih karena perusahaan yang terdaftar di LQ45 adalah perusahaan yang sering terdengar para investor dan mempunyai harga saham yang cukup tinggi dari saham yang beredar. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada index LQ 45 yang mengungkapkan CSR selama tahun 2013-2015.
2. Perusahaan sampel menggunakan mata uang rupiah selama periode 2013 - 2015.
3. Perusahaan yang selalu mengeluarkan *annual report* (laporan tahunan) secara lengkap pada tahun 2013-2015 secara berturut-turut.
4. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

**Tabel 4.1**

**Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian**

| <b>No</b> | <b>Keterangan</b>   | <b>Jumlah</b> |
|-----------|---|---------------|
| <b>1</b>  | Perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada index LQ 45 yang mengungkapkan CSR selama tahun 2013-2015.  | <b>29</b>     |
| <b>2</b>  | Perusahaan sampel menggunakan mata uang selain rupiah selama periode 2013 -2015.  | <b>(4)*</b>   |
| <b>3</b>  | Perusahaan manufaktur yang tidak mengeluarkan <i>annual report</i> (laporan tahunan) secara lengkap pada tahun 2013-2015 secara berturut-turut. | <b>(0)</b>    |
|           | Jumlah Perusahaan Sampel  | <b>25</b>     |

\*nama perusahaan terlampir

#### **4.2. HASIL ANALISIS DATA**

Analisis data menjelaskan bahwa data pada penelitian ini memiliki nilai min, max, mean, median, dan standar deviation dari variabel yang digunakan yaitu nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan. Dimana analisis data ini juga menjelaskan kenormalan data pada uji asumsi klasik.

##### **4.2.1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Hasil dari pengujian deskriptif dari variabel Price to Book Value (PBV), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan dari tahun 2013-2015 disajikan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

|                |         | Statistics |         |         |         |
|----------------|---------|------------|---------|---------|---------|
|                |         | CSRI       | SIZE    | GROW    | VALUE   |
| N              | Valid   | 75         | 75      | 75      | 75      |
|                | Missing | 0          | 0       | 0       | 0       |
| Mean           |         | 0.2755     | 31.4793 | 0.0939  | 3.2331  |
| Median         |         | 0.29       | 30.98   | 0.08    | 3.01    |
| Std. Deviation |         | 0.0989     | 1.37366 | 0.15293 | 1.91115 |
| Minimum        |         | 0.09       | 29.71   | -0.24   | 0       |
| Maximum        |         | 0.44       | 34.44   | 0.75    | 8.9     |

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel di atas didapatkan informasi sebagai berikut:

Variabel nilai perusahaan (*VALUE*) memiliki rentang nilai dari 0,00 hingga 8,90. Nilai terendah dimiliki oleh PT Semen Indonesia Persero Tbk pada tahun 2013, 2014, 2015 dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT Kalbe Farma Tbk pada tahun 2014. Rata-rata Nilai Perusahaan adalah 3,2331, artinya rata-rata nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* pada perusahaan sampel dalam penelitian ini sebesar 3,2331. Nilai standar deviasi sebesar 1,91115 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data nilai perusahaan adalah sebesar 1,91115. Sedangkan median nilai perusahaan adalah sebesar 3,01 yang berarti nilai pemusatan data variabel nilai perusahaan adalah sebesar 3,01.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSRI) memiliki nilai dari 0,09 hingga 0,44. Nilai terendah dimiliki oleh PT Global Mediacom TBK pada tahun 2014 dan 2015, sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT XL Axiata Tbk tahun

2015. Rata-rata CSR adalah 0,2755, artinya tingkat kemampuan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial mereka adalah sebesar 0,2755. Nilai standar deviasi sebesar 0,09890 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data CSR adalah sebesar 0,09890. Sedangkan median CSR adalah sebesar 0,29 yang berarti nilai pemusatan data variabel CSR adalah sebesar 0,29.

Variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai dari 29,71 hingga 34,44. Nilai terendah dimiliki oleh PT Semen Indonesia Tbk pada tahun 2013 dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT Charoen Phokphan Indonesia Tbk tahun 2013. Nilai rata rata ukuran perusahaan (*size*) menunjukkan nilai 31,4793, artinya rata-rata ukuran perusahaan yang dihitung berdasarkan total aset adalah sebesar 31,4793. Nilai standar deviasi sebesar 1,37366 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data ukuran perusahaan adalah sebesar 1,37366. Sedangkan median ukuran perusahaan adalah sebesar 30,98 yang berarti nilai pemusatan data variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 30,98.

Variabel pertumbuhan perusahaan (*GROW*) memiliki nilai dari -0,24 hingga 0,75. Nilai terendah dimiliki oleh PT Lippo Karawaci Tbk pada tahun 2015, sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2015. Nilai rata rata pertumbuhan perusahaan (*GROW*) menunjukkan nilai 0,0939, artinya rata-rata pertumbuhan perusahaan yang dihitung berdasarkan penjualan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan adalah sebesar 0,0939. Nilai standar deviasi sebesar 0,15293 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data pertumbuhan perusahaan adalah sebesar 0,15293. Sedangkan median

pertumbuhan perusahaan adalah sebesar 0,08 yang berarti nilai pemusatan data variabel pertumbuhan perusahaan adalah sebesar 0,08.

#### **4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2015).

##### **4.2.2.1. Hasil Uji Normalitas**

Uji yang dilakukan pertama kali sebelum menguji hipotesis adalah uji normalitas data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (1-Sample K-S). Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dasar untuk menentukan pada uji Kolmogorov-Smirnov (1-Sample K-S) adalah apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka data residual terdistribusi normal. Hasil uji normalitas pada tabel 4.3 terlihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* 0,899 dan *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,395 hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Normlaitas Data dengan Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                |                | Unstandardized Residual |
|--------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                              |                | 75                      |
|                                | Mean           | 0                       |
| Normal Parameters <sup>a</sup> | Std. Deviation | 1.47305347              |
|                                | Absolute       | 0.104                   |
| Most Extreme Differences       | Positive       | 0.104                   |
|                                | Negative       | -0.076                  |
| Kolmogorov-Smirnov Z           |                | 0.899                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)         |                | 0.395                   |

a. Test distribution is Normal.

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

**4.2.2.2. Hasil Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini ada atau tidaknya autokorelasi dideteksi menggunakan Uji Durbin-Watson (*DW test*). Uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini:

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Statistik Durbin-Watson**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .637 <sup>a</sup> | 0.406    | 0.381             | 1.50385                    | 2.209         |

a. Predictors: (Constant), GROW, CSRI, SIZE

b. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil pada tabel 4.4 di atas, dihasilkan Durbin Watson sebesar 2,209. Nilai ini akan dibandingkan dengan DW tabel dengan jumlah sampel 75 jumlah variabel bebas 3 dan tingkat kepercayaan 5% di dapat nilai batas bawah (dl) = 1,5432 dan batas atas (du) = 1,7092. Oleh karena nilai DW 2,209 berada di antara batas atas (du) = 1,7092 dan (4-du) = 2,2908, maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.2.2.3. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen, untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai tolerance dan *varian inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF <10 maka data terbebas dari multikolinearitas, sedangkan hasil dari olahan data tabel 4.5 Dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan memiliki nilai lebih kecil dari 10, dapat disimpulkan data terbebas dari multikolinearitas.

**Tabel 4.5**

#### Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|----------|-----------|-------|---------------------------------|
| CSRI     | 0,962     | 1,039 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| SIZE     | 0,936     | 1,068 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| GROW     | 0,944     | 1,059 | Tidak terjadi Multikolinearitas |

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

#### 4.2.2.4. Hasil uji Heterokedastisitas

Dari hasil uji heterokedastisitas diperoleh nilai signifikansi ketiga variabel independen lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

| Model  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig. |
|--------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|
|        | B                           | Std. Error | Beta                      |      |      |
|        | (Constant)                  | 0.00       | 4.083                     |      |      |
| 1 CSRI | 0.00                        | 1.802      | 0.00                      | 0.00 | 1.00 |
| SIZE   | 0.00                        | 0.132      | 0.00                      | 0.00 | 1.00 |
| GROW   | 0.00                        | 1.177      | 0.00                      | 0.00 | 1.00 |

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

#### 4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model Regresi berganda dimasukkan dalam uji penelitian untuk menguji pengaruh ketiga variabel independen yaitu CSR, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 .

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig.  | Keterangan  |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------|
|            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       |             |
| (Constant) | -15.577                     | 4.083      |                           | -3.815 | 0.000 |             |
| CSRI       | 4.252                       | 1.802      | 0.220                     | 2.360  | 0.021 | H1 didukung |
| SIZE       | 0.548                       | 0.132      | 0.394                     | 4.170  | 0.000 | H2 didukung |
| GROW       | 3.975                       | 1.177      | 0.318                     | 3.378  | 0.001 | H3 didukung |

a. Dependent Variable: VALUE

Sumber: data diolah SPSS 16, 2017

Berdasarkan hasil analisis regresi maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{VALUE} = -15,577 + 4,252\text{CSRI} + 0,548\text{SIZE} + 3,975 \text{ GROW}$$

Analisis ini menguji variabel independen ke dependen, analisis regresi linier berganda dibantu menggunakan software SPSS 16. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap nilai perusahaan yang secara berturut-turut terdaftar di Indeks LQ45 pada tahun 2013-2015 dengan annual report selama 3 periode 2013-2015.

Dari hasil model persamaan regresi diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -15,577 yang berarti bahwa jika variabel bebas terdiri dari CSRI, SIZE, DAN GROW bernilai nol maka nilai perusahaan akan turun sebesar -15,577. Hal ini disebabkan karena ketika perusahaan tidak mengungkapkan CSR, perusahaan tidak

memiliki kekayaan, dan tidak mengalami pertumbuhan, maka investor akan merespon negatif terhadap saham perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan diestimasikan negatif.

2. Nilai koefisien regresi variabel CSR adalah sebesar 4,252. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel CSR naik satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 4,252 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,548. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa apabila ukuran perusahaan bertambah satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,548 satuan dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel pertumbuhan perusahaan sebesar 3,975. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa apabila pertumbuhan perusahaan bertambah satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 3,975 satuan dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

#### **4.2.4. Analisis Koefisien Determinasi**

Hasil analisis koefisien determinasi berganda dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

**Tabel 4.8**

**Hasil Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .637 <sup>a</sup> | 0.406    | 0.381             | 1.50385                    |

a. Predictors: (Constant), GROW, CSRI, SIZE

b. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Hasil analisis koefisien determinasi, dihasilkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,381. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variabel independen dalam mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 38,1% dan sisanya sebesar 61,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

**4.2.5. Analisis Uji F (*Overall Significance Test*)**

Hasil Uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 109.713        | 3  | 36.571      | 16.171 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual   | 160.572        | 71 | 2.262       |        |                   |
| Total      | 270.285        | 74 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), GROW, CSRI, SIZE

b. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil uji F diatas, dihasilkan nilai F hitung sebesar 16,171 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan telah layak untuk pengujian hipotesis atau model penelitian telah mempunyai tingkat kesesuaian yang baik.

#### 4.2.6. Analisis Uji T (*Partial Individua Test*)

Hasil Uji T sebagaimana tampak dalam tabel 4.7 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| CSRI  | 4.252                       | 1.802      | 0.22                      | 2.36  | 0.021 |
| SIZE  | 0.548                       | 0.132      | 0.394                     | 4.17  | 0     |
| GROW  | 3.975                       | 1.177      | 0.318                     | 3.378 | 0.001 |

a. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil uji T diatas, dihasilkan nilai signifikansi 0,021, karena nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa H1 didukung. Untuk uji T yang kedua dengan nilai signifikansi 0,000, karena nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa H2 didukung. Sedangkan untuk uji T yang ketiga dengan nilai signifikansi 0,001, karena nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan H3 didukung.

### **1. Pengujian Hipotesis Pertama**

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel CSR. Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Besarnya koefisien regresi CSR yaitu 4,252 dan nilai signifikansi sebesar 0,021. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi  $0,021 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis pertama penelitian ini terbukti.

### **2. Pengujian Hipotesis Kedua**

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel ukuran perusahaan. Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Besarnya koefisien regresi ukuran perusahaan yaitu 0,548 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan sehingga hipotesis kedua penelitian ini terbukti.

### **3. Pengujian Hipotesis Ketiga**

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel pertumbuhan perusahaan.

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Besarnya koefisien regresi pertumbuhan perusahaan yaitu 3,975 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan sehingga hipotesis ketiga penelitian ini terbukti.

### **4.3. PEMBAHASAN**

#### **4.3.1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan adanya pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan maka akan direspon positif oleh investor sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut yang akan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga penjualan perusahaan juga akan bertambah, dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan

perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Adnantara (2013) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana hasil penelitian tersebut mengidentifikasi dengan adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan, maka investor akan memberikan respon yang positif sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut dan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2014) yang menyatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI untuk tahun penelitian tersebut sangat rendah dan belum mengikuti standar. Dengan demikian kualitas pengungkapan CSR di dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut

mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan (Prasetyorini 2013). Perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ 45 merupakan perusahaan perusahaan besar yang cenderung memiliki pangsa pasar yang besar sehingga perusahaan menjadi lebih stabil. Hal ini akan dinilai positif oleh investor karena dapat memberikan tingkat pengembalian yang lebih stabil sehingga nilai perusahaan menjadi meningkat.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Pantow, dkk (2015) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **4.3.3. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan perusahaan merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan benar-benar bertumbuh. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, investor, kreditor, maupun pihak lain untuk melihat prospek suatu perusahaan. Dengan melihat data penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai perusahaan yang ada. Para investorpun bisa menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang akan diraup perusahaan tersebut dimasa depan. Bagi para kreditor, memantau pertumbuhan penjualan dilakukan sebagai

salah satu bukti dari aktivitas pemanfaatan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan (Pantow, dkk 2015).

Hasil penelitian ini telah menjawab saran dari penelitian (Prasetia, dkk 2014) yang menyarankan peneliti selanjutnya untuk menggunakan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel penelitian. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian (Pantow, dkk 2015) dan (Sari dan Abundanti 2014) yang sama sama menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

