

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, *ECONOMIC VALUE ADDED* (EVA), DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)



SKRIPSI

Oleh :

Nama: Nadya Zuhlina

No. Mahasiswa: 17312469

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, *ECONOMIV VALUE ADDED* (EVA), DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Nadya Zuhlina

No. Mahasiswa: 17312469

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 16 Agustus 2021

Penulis,



Nadya Zuhlina

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, *ECONOMIV VALUE ADDED (EVA)*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Nadya Zuhlina

No. Mahasiswa: 17312469

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal: 16 Agustus 2021

Dosen Pembimbing



(Noor Endah Cahyawati, S.E., M. Si.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

“PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, ECONOMIC VALUE ADDED (EVA) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN” (Studi Empiris Pada Perusahaan industri barang konsumsi yang listing di BEI tahun 2017-2019).

Disusun oleh : NADYA ZUHLINA

Nomor Mahasiswa : 17312469

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Kamis, 07 Oktober 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Noor Endah Cahyawati, Dra., M.Si., CMA., CAPM

Penguji : Reni Yendrawati, Dra., M.Si., CFra.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia




Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

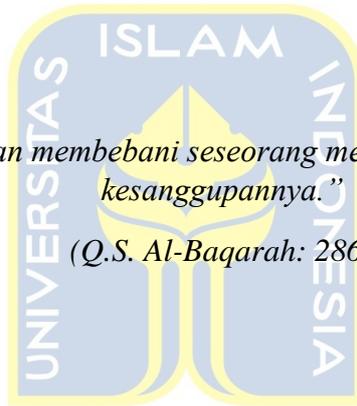
(Q.S Al-Baqarah: 153)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5)

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)



“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahuinya.”

(Q.S Al-Baqarah: 216)

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah membantu orang mencari sesuatu kadarnya.”

(Q.S Ath-Thalaq: 2-3)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis

Bapak Ir. Muslimin dan Ibu Rusnawati yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, serta untuk semua do'a yang selalu dipanjatkan untuk penulis.

Dan juga untuk saudara-saudara penulis Eka Riska Khailani dan Wira Adi Cahya Sakti yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah *rabbi'l' alamin*. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Economiv Value Added* (Eva), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019). Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan dan selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW karena telah membawa dan menyebarkan ajaran Islam sebagai *rahmatan* lil' alamin. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak., CMA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII beserta segenap jajaran pengajar program studi Akuntansi.

3. Ibu Reni Yendrawati, Dra., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
4. Ibu Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih selalu membimbing, memberikan ilmu, nasehat dan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ir. Muslimin dan Ibu Rusnawati, selaku kedua orang tua penulis. Terima kasih atas segala yang diberikan kepada penulis baik itu doa, kasih sayang, dan motivasi yang tiada henti. Terima kasih untuk dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. Penulis tidak akan sampai pada saat ini tanpa segala yang diberikan oleh bapak dan mama.
6. Kakak dan Adik penulis, Eka Riska Khailani dan Wira Adi Cahya Sakti yang selalu memberikan dukungan dan motivasi, serta nasihat kepada penulis.
7. Destya dan Meisya sepupu penulis. Terima kasih selalu mendukung, mengingatkan, dan senantiasa menjadi tempat berkeluh kesah penulis.
8. Khusnul, Elok, Ratih, dan Bagas teman-teman seperjuangan penulis di tanah rantau. Terima kasih untuk cerita, tawa, saling membantu, mengingatkan dalam hal kebaikan. Terima kasih telah membuat masa kuliah penulis lebih berwarna.
9. Ziah teman kuliah penulis dari awal kuliah hingga sekarang, yang selalu saling dukung satu sama lain, memberikan banyak cerita, pengalaman, dan motivasi, serta senantiasa menemani penulis selama di bangku perkuliahan.

10. Divisi Dana Usaha Methamorfosa XXV Kopma FBE UII (Shafa, Haya, Retno, Inun, Putri, Antimo, Ega, dan Arya) yang telah memberikan pengalaman berharga kepada penulis.
11. Teman-teman bimbingan skripsi ibu Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si. yang saling memberikan dukungan dan motivasi.
12. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran sangat penulis harapkan bagi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Yogyakarta, 16 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>)	10
2.1.2 Teori Agensi	11
2.1.3 Nilai Perusahaan	11
2.1.4 Profitabilitas.....	13
2.1.5 <i>Leverage</i>	14
2.1.6 <i>Economic Value Added (EVA)</i>	14
2.1.7 Ukuran Perusahaan	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Hipotesis Penelitian.....	24

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	25
2.3.3 Pengaruh EVA terhadap Nilai Perusahaan	25
2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	26
2.4 Kerangka Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Populasi dan Sampel	28
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	29
3.3.1 Variabel dependen	29
3.3.2 Variabel Independen	29
3.4 Metode Analisis Data	32
3.4.1 Statistik Deskriptif	32
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.4.4 Uji Hipotesis	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	37
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
4.3 Uji Asumsi Klasik	40
4.3.1 Uji Normalitas.....	40
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	41
4.3.3 Uji Autokorelasi.....	42
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	42
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
4.5 Uji Hipotesis.....	45
4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
4.5.2 Uji nilai F.....	46
4.5.3 Uji t	47
4.6 Pembahasan	48
4.6.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	48
4.6.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	49

4.6.3 Pengaruh EVA terhadap Nilai Perusahaan	50
4.6.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Keterbatasan Penelitian	54
5.3 Saran Penelitian	54
5.4 Implikasi	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	60



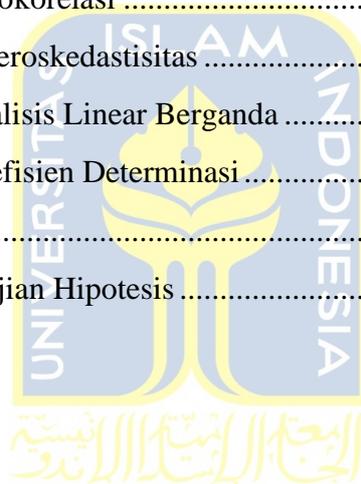
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pergerakan Harga Saham	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	27



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Durbin Watson d test.....	34
Tabel 4.1 Kriteria Pengambilan Sampel Peneliti	38
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistika Deskriptif	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis	47



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, economic value added, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dengan menggunakan beberapa kriteria yang telah ditentukan maka penelitian ini menggunakan 23 perusahaan industri barang konsumsi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Regresi linear berganda adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, economic value added tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

Kata Kunci: nilai perusahaan, profitabilitas, *leverage*, economic value added, dan ukuran perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of profitability, leverage, economic value added, and firm size on firm value. The sample of this study are consumer goods industrial companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. The sample of this study is determined by using purposive sampling method. By using some predetermined criteria 32 consumer goods industrial companies were used as sample of this study. The source of data used in this study is secondary data. Multiple linear regression is a data analysis technique used in this study. The result in this study show that profitability, leverage, and firm size have a positive effect on firm value. Meanwhile, economic value added doesn't affect the value of consumer goods industry companies on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019.

Keywords: *firm value, profitability, leverage, economic value added, and firm size*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Nilai perusahaan menjadi sangat penting di era globalisasi saat ini, sehingga menjadi tantangan berat bagi perusahaan. Kemajuan teknologi dan perkembangan arus informasi di Indonesia diikuti dengan perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan persaingan yang sangat tajam antar perusahaan yang ada di Indonesia. Berbagai perusahaan manufaktur di dalam negeri memiliki daya saing tinggi, tidak hanya harus dapat survive melainkan harus mampu memiliki keunggulan bersaing dengan perusahaan lain. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan baik kinerja keuangan maupun kinerja non keuangan agar tujuannya dapat tercapai (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Tujuan perusahaan meningkatkannya bukan hanya untuk meningkatkan keuntungan tetapi juga berfokus untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham (Sari & Priyadi, 2016). Semakin tinggi tingkat kemakmuran pemegang saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan adalah harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2014). Nilai perusahaan menentukan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan kinerja suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham oleh sebab itu nilai perusahaan bernilai sangat penting. Kenaikan harga saham akan memengaruhi kenaikan nilai

perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya terhadap kinerja dan prospek perusahaan saat ini dan masa yang akan datang (Lisa, 2018).

Rasio *price book value* (PBV) adalah salah satu cara untuk mengukur nilai perusahaan. PBV diukur dengan cara membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Brigham & Houston, 2020). Harga saham per lembar yang digunakan adalah harga penutupan (*closing price*). Semakin tinggi nilai PBV maka akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan karena tingginya nilai PBV menggambarkan bahwa investor menilai harga saham perusahaan tinggi.

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Faktor-faktor tersebut di antaranya yaitu profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan yang setiap faktor tersebut memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan dan dapat menjadi referensi calon investor untuk menentukan perusahaan mana yang akan diberikan investasi.

Adapun faktor pertama yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat efektivitas manajemen di dalam suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh profit penjualan dan pendapatan investasi (Kasmir, 2019). Investor yang menanamkan modal pada suatu perusahaan pastinya bertujuan untuk memperoleh pengembalian modal, di mana meningkatnya laba yang diperoleh diikuti oleh besarnya pengembalian modal yang diinginkan oleh pemberi modal atau investor sehingga kinerja perusahaan dinilai semakin baik (Yanti & Darmayanti, 2019).

Kinerja suatu perusahaan yang dinilai baik akan memberikan dampak yang positif kepada investor dan memengaruhi kenaikan harga saham. Meningkatnya harga saham akan memberikan dampak pada nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang mengukur besarnya hutang yang digunakan untuk membiayai suatu perusahaan (Brigham & Houston, 2020). Penggunaan utang yang tinggi dapat menurunkan pengeluaran pajak, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, utang yang terlalu tinggi juga dapat membuat kondisi keuangan perusahaan menjadi tidak sehat sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, besar kecilnya penggunaan utang dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari fluktuasi nilai perusahaan. *Economic Value Added* (EVA) atau nilai tambah ekonomis adalah salah satu faktor yang dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan (Brigham & Houston, 2020). Ketika *economic value added* bernilai positif, nilai tambah ekonomis yang berhasil diciptakan oleh perusahaan akan mengikuti. Jika kinerja keuangan perusahaan meningkat dari tahun ke tahun, hal ini disebabkan oleh peningkatan pendapatan perusahaan (Syahirah & Lantania, 2016).

Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, karena besar kecilnya skala atau ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap kemudahan dalam memperoleh sumber pendanaan (Rudangga & Sudiarta, 2016). Semakin besar kemampuan dan sumber

dana yang dimiliki maka akan menunjukkan bahwa perusahaan semakin baik. Hal tersebut akan menarik minat dan kepercayaan untuk berinvestasi pada perusahaan, yang akan berdampak pada nilai perusahaan.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang nilai perusahaan. Purnamasari dan Basakra (2019), Suwardika dan Mustanda (2017), Yanti dan Darmayanti (2019), Rudangga dan Sudiarta (2016), Widiastari dan Yasa (2018), Novari dan Lestari (2016), Sari dan Priyadi (2016), Fajaria dan Isnalita (2018), dan Sabrin *et al* (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian Thaib dan Dewantoro (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu oleh Suwardika dan Mustanda (2017), Rudangga dan Sudiarta (2016), dan Farooq (2016) menunjukkan bahwa *leverage* memberi pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Purnamasari dan Baskara (2019), Novari dan Lestari (2016), Sari dan Priyadi (2016), dan Fajaria dan Isnalita (2018) menunjukkan bahwa *leverage* memberi pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Syahirah dan Lantania (2016), serta Wedyanthi dan Darmayanti (2016) menunjukkan bahwa *economic value added* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian Punamasari dan Baskara (2019) menunjukkan bahwa *economic value added* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Yanti dan Darmayanti (2019), Rudangga dan Sudiarta (2016), Widiastari dan Yasa (2018), Novari dan Lestari (2016), dan Sari dan Priyadi (2016) menyatakan

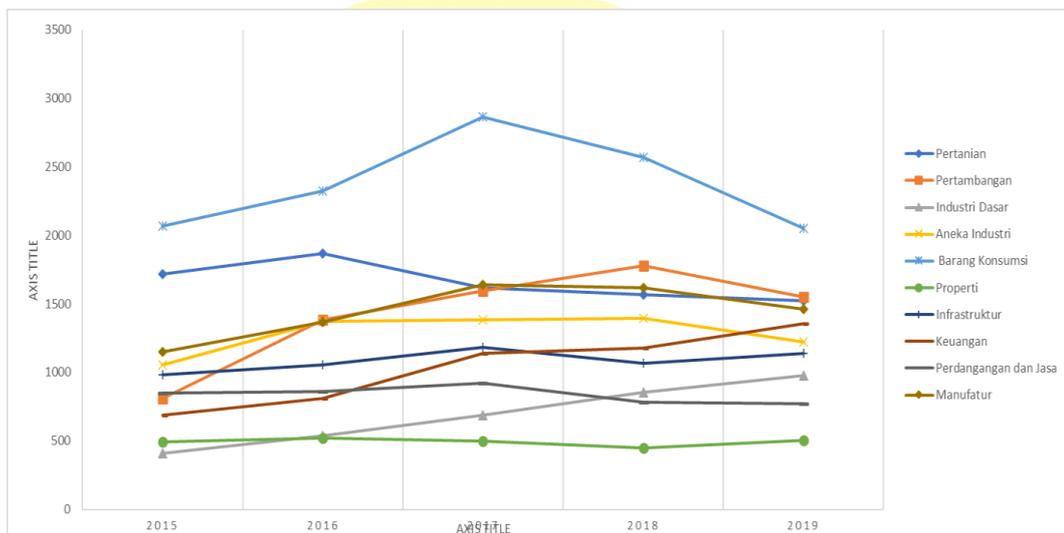
bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017), dan Prastuti dan Sudiarta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memberi pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, *economic value added*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Purnamasari dan Baskara (2019) menggunakan 12 perusahaan sebagai sampel untuk meneliti pengaruh *leverage*, profitabilitas dan *economic value added* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *leverage* dan *economic value added* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017.

Penelitian ini mereplikasikan penelitian dari Purnamasari dan Baskara (2019) dengan variabel penelitian yaitu profitabilitas, *leverage*, dan *economic value added*. Penelitian ini mengambil seluruh variabel independen dalam penelitian Purnamasari dan Baskara (2019) dan menambah satu variabel independen yaitu ukuran perusahaan. Alasan peneliti menambah variabel ukuran perusahaan karena berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rudangga & Sudiarta, 2016) ditemukan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ketika perusahaan memiliki skala yang besar maka akan diikuti oleh semakin

besarnya nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar cenderung lebih menarik investor, karena investor lebih muda mengakses ke pasar modal. Populasi yang digunakan dalam penelitian Purnamasari dan Baskara (2019) adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2015-2017, sedangkan pada penelitian ini menggunakan perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

Berikut ini pemaparan grafik pergerakan harga saham sektoral selama tahun 2015 sampai 2019 yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).



Gambar 1.1 Grafik pergerakan harga saham

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa dari 9 sektor tersebut rata – rata pergerakan harga sahamnya mengalami fluktuatif dan stagnan. Tetapi, di sektor industri konsumsi pergerakan harga sahamnya mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup drastis. Pada tahun 2015 – 2016 harga saham sektor ini mengalami kenaikan sebesar 13 %, tahun 2016 – 2017 harga saham mengalami kenaikan yang cukup besar yaitu sebesar 23 %. Namun, pada tahun 2017 – 2018 harga saham mengalami penurunan sebesar 10 % dan pada tahun 2018 – 2019

harga saham kembali mengalami penurunan yang cukup besar dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 20 %.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Economic Value Added* (EVA) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Empiris Pada Perusahaan industri barang konsumsi yang listing di BEI tahun 2017-2019).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan atas penelitian ini, maka didapat permasalahan penelitian antara lain:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *economic Value Added* (EVA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa *economic value added* (EVA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menunjukkan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberi masukan kepada manajemen perusahaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam memaksimalkan nilai perusahaan.
2. Memberikan masukan kepada investor mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan sebagai bahan pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi.
3. Memberikan masukan kepada penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai nilai perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini menguraikan teori – teori yang mendasari dan mendukung penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan kerangka penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini akan menguraikan metode penelitian yang berisi tentang populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel – variabel penelitian, dan analisis data.

Bab IV : Analisis data dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan bagaimana cara menganalisis data yang sudah diolah berkaitan dengan penyelesaian permasalahan yang telah ditentukan berdasarkan alat dan langkah analisis sehingga akan membawa ke tujuan dan sasaran penelitian.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini akan memuat secara singkat mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran – saran yang ditujukan kepada berbagai pihak.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Sinyal merupakan petunjuk yang dipilih oleh perusahaan di mana sinyal tersebut mengandung kekuatan informasi untuk dapat mengubah penilaian pihak eksternal terhadap perusahaan (Gumanti, 2016).

Teori Sinyal menjelaskan bahwa perusahaan harus memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal (investor dan kreditor) untuk menghindari terjadinya ketimpangan informasi antara pihak internal dan eksternal perusahaan sekaligus dapat meningkatkan nilai perusahaan (Widiastari & Yasa, 2018). Informasi dapat menggambarkan kondisi perusahaan di masa lalu, masa kini, dan masa depan sehingga menjadi unsur penting bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pengungkapan informasi laporan keuangan yang berkaitan dengan kinerja keuangan akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin baik kinerja perusahaan dan akan memberikan peluang bagus bagi perusahaan ke depannya. Hal tersebut akan ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif sehingga akan mendorong investor untuk menanamkan modalnya yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

2.1.2 Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan hubungan antara prinsipal (*principal*) dan agen (*agent*). Dalam hubungan keagenan terdapat kontrak antara *principal* yang memerintah *agent* untuk memberikan jasa atas nama *principal* dan memberi wewenang *agent* untuk membuat keputusan yang terbaik demi mencapai tujuan *principal* (Supriyono, 2018).

Hubungan keagenan diharapkan dapat mewujudkan kesamaan tujuan antara prinsipal dan agen. Namun, di antara agen dan prinsipal masih terjadi perbedaan kepentingan yang mengakibatkan munculnya *agency problem*. Permasalahan tersebut dapat diminimalisir dengan cara dilakukannya pengawasan dan pengendalian pengelolaan perusahaan untuk memastikan bahwa pengelolaan perusahaan ini dapat berjalan dengan dengan ketentuan yang berlaku (Kirana & Wahyudi, 2016).

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan ke depannya karena meningkatnya harga saham akan diikuti oleh semakin tinggi pengembalian yang akan diterima oleh investor (Sari & Priyadi, 2016). Ada dua faktor yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu (Jogiyanto, 2017):

1. Faktor yang berasal dari dalam perusahaan dan dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik akan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dengan cara membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan. Ketika jumlah permintaan akan saham meningkat sedangkan jumlah penawaran tetap maka akan menyebabkan harga pasar saham meningkat.
2. Faktor yang berasal dari luar perusahaan dan tidak dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan yaitu:
 - a. Kondisi ekonomi suatu negara yang kurang baik akan memberi dampak pada menurunnya investasi. Daya beli investor dapat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan akan berpengaruh terhadap turunnya harga saham suatu perusahaan.
 - b. Tingkat suku bunga yang tinggi dalam suatu negara akan memengaruhi investor untuk menabung, karena investor akan mendapatkan risiko yang kecil.
 - c. Tingkat inflasi. Inflasi yaitu harga secara umum dan terus-menerus mengalami peningkatan. Pemegang uang tunai dapat mengalami kerugian akibat inflasi. Peningkatan inflasi akan diikuti oleh meningkatnya harga saham, karena investor akan lebih suka memiliki saham dibandingkan dengan uang tunai.
 - d. Faktor psikologi. Hal ini terjadi apabila harga pasar saham mengalami penurunan dan diikuti oleh penjualan saham yang

dilakukan oleh investor karena investor takut akan mengalami kerugian atau adanya kebutuhan akan dana yang terdesak. Apabila banyak orang melakukan hal tersebut maka akan berdampak pada menurunnya harga saham.

- e. Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi. Harga saham dapat dipengaruhi oleh kebijakan umum pemerintah dan kebijakan ekonomi secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini menggunakan *price book value* (PBV) untuk mengukur nilai perusahaan. *Price book value* merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Brigham & Houston, 2020).

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas menggambarkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan laba bagi perusahaan (Kasmir, 2019). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan mendatangkan investor yang lebih banyak, sehingga dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *return on asset* (ROA). ROA dihitung dengan cara membandingkan antara laba bersih dan jumlah aktiva. *Return On Asset* (ROA) menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola modal sendiri maupun modal pinjaman, dan investor akan memahami efektivitas perusahaan dalam mengelola aset.

2.1.5 Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola utang perusahaan (Brigham & Houston, 2020). *Leverage* perlu dikelola dengan baik karena tingginya penggunaan utang akan diikuti oleh meningkatnya nilai perusahaan karena adanya beban bunga yang dapat menurunkan jumlah pajak yang harus dibayar. Di sisi lain, penggunaan utang yang tinggi juga dapat meningkatkan risiko investasi karena dikhawatirkan ketika keadaan ekonomi tidak normal akan menyebabkan kebangkrutan atau pengembalian yang rendah. Oleh karena itu, besar kecilnya penggunaan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan (jurnal inspirasi bisnis)

Dalam penelitian ini *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan untuk mengukur nilai leverage. DER merupakan perbandingan antara nilai total utang dengan nilai total ekuitas yang dimiliki perusahaan. Semakin rendah nilai DER akan berdampak pada semakin besar beban atau risiko yang harus ditanggung perusahaan untuk membayar hutang guna meningkatkan kepercayaan investor.

2.1.5 Economic Value Added (EVA)

EVA mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan modalnya untuk menciptakan nilai tambah ekonomis. Nilai tambah ekonomis tercipta jika laba yang dihasilkan dari investasi melebihi biaya ketika perusahaan memperoleh modal yang diperlukan (Brigham & Houston, 2020).

Dalam penelitian ini EVA dihitung berdasarkan selisih laba bersih operasi setelah pajak (*net operation after tax*) dengan biaya modal setelah pajak (*capital charges*) yang digunakan untuk menunjang operasional perusahaan (Purnamasari & Baskara, 2019).

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktiva, total penjualan dan nilai saham (Novari & Lestari, 2016). Ada dua macam perusahaan, yaitu perusahaan berskala besar dan perusahaan berskala kecil. Perusahaan dengan skala yang besar biasanya lebih diminati investor karena berdampak lebih besar terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara langsung memengaruhi nilai perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Dalam penelitian ini untuk mengukur ukuran perusahaan menggunakan logaritma natural (\ln) dari jumlah total aset. Total aset dapat menggambarkan ukuran perusahaan yang sebenarnya, karena hak dan kewajiban serta modal yang dimiliki oleh perusahaan dapat dilihat dari aset yang dimiliki oleh perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa tahun terakhir topik ini sangat menarik minat beberapa peneliti dengan hasil penelitian yang berbeda. Berikut beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang telah disajikan pada tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Simpulan
1	<p>Fajaria dan Isnalita (2018)</p> <p>Sampel: Perusahaan manufaktur yang listing di Stock Exchange periode 2013-2016 sebanyak 146 perusahaan.</p>	<p><i>The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage, and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating Variable</i></p>	<p>Independen: <i>Profitability, Liquidity, Leverage, and Firm Growth.</i></p> <p>Dependen: <i>Firm Value</i></p>	<p>1. <i>Profitability</i> dan <i>firm growth</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>firm value</i>.</p> <p>2. <i>Liquidity</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>firm value</i>.</p>
2	<p>Farooq (2016)</p> <p>Sampel: Perusahaan semen yang terdaftar di <i>Karachi Stock Exchange</i> periode</p>	<p><i>Impact of Financial Leverage on Value of Firms: Evidence from</i></p>	<p>Independen: <i>Financial leverage</i></p> <p>Dependen: <i>Value of firms</i></p>	<p>1. <i>Financial leverage</i> berpengaruh positif signifikan</p>

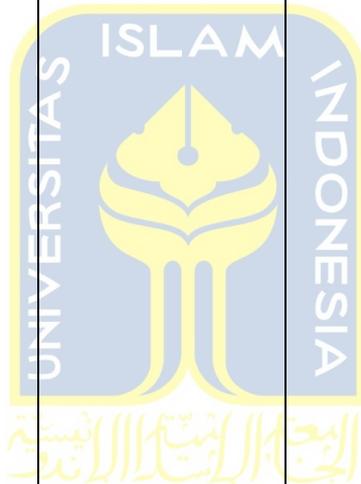
	2008-2012 sebanyak 19 perusahaan.	<i>Cement Sector of Pakistan</i>		terhadap <i>firm's value</i>
3	Novari & Lestari (2016) Sampel: Perusahaan sektor properti dan <i>real estate</i> di BEI periode 2012-2014 terdiri dari 40 perusahaan.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan <i>Real Estate</i> .	Independen: Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas. Dependen: Nilai Perusahaan.	1. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Prastuti & Sudiarta (2016) Sampel: Perusahaan manufaktur di BEI periode 2011-2013 sebanyak 10 perusahaan.	Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada	Independen: Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Dependen:	1. Struktur modal dan kebijakan dividen memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai

		Perusahaan Manufaktur.	Nilai perusahaan	<p>suatu perusahaan</p> <p>2. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
5	<p>Purnamasari & Baskara (2019)</p> <p>Sampel: Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2017 terdiri dari 12 perusahaan.</p>	<p>Pengaruh <i>Leverage</i>, Profitabilitas, dan <i>Economic Value Added</i> (EVA) Terhadap Nilai Perusahaan di Bursa Efek Jakarta.</p>	<p>Independen: <i>Leverage</i>, Profitabilitas, dan <i>Economic Value Added</i> (EVA)</p> <p>Dependen: Nilai Perusahaan</p>	<p>1. <i>Leverage</i> dan EVA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>

6	Rudangga & Sudiarta (2016) Sampel: Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2014 sebanyak 16 perusahaan.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Independen: Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas. Dependen: Nilai Perusahaan.	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
7	Sabrin, Buyung Sarita, Dedy Takdir .S, and Sujono. (2016). Sampel: Perusahaan manufaktur di <i>Indonesia Stock Exchange</i> periode 2009-2014.	<i>The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange</i>	Independen: <i>Profitability</i> Dependen: <i>Firm Value</i>	<i>Profitability</i> memberi pengaruh terhadap <i>firm value</i> .
8	Sari & Priyadi (2016) Sampel:	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, <i>Size</i> ,	Independen: <i>Leverage</i> , Profitabilitas,	1. <i>Leverage</i> berpengaruh

	Perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015 yang terdiri dari 53 perusahaan.	dan <i>Growth Opportunity</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	<i>Size</i> , dan <i>Growth Opportunity</i> . Dependen: Nilai Perusahaan.	negatif terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas, <i>size</i> dan <i>growth opportunity</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
9	Sucuahi & Cambarihan (2016) Sampel: 86 perusahaan yang terdiversifikasi di Filipina tahun 2014	<i>& Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines</i>	Independen: <i>Profitability</i> Dependen: <i>Firm Value</i>	<i>Profitability</i> berpengaruh positif terhadap <i>firm's value</i> .
10	Suwardika & Mustanda (2017) Sampel:	Pengaruh <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan	Independen: <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan,	1. <i>Leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh

	Perusahaan sektor properti dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI periode 2013 – 2015 terdiri dari 41 perusahaan.	Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti.	Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas. Dependen: Nilai Perusahaan.	positif terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
11	Syahirah & Lantania (2016) Sampel: Perusahaan manufaktur listing di <i>Indonesian</i>	& Pengaruh <i>Market Value Added</i> , <i>Economic Value Added</i> , Kebijakan Dividen dan Kepemilikan	Independen: <i>Market Value Added</i> , <i>Economic Value Added</i> , Kebijakan	1. <i>Market value added</i> , <i>economic value added</i> , kebijakan dividen, dan kepemilikan



	<i>Stock Exchange</i> periode 2010-2014 sebanyak 24 perusahaan.	Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014	Dividen dan Kepemilikan Manajerial. Dependen: Nilai Perusahaan	manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
12	Thaib & Dewantoro (2017) Sampel: Perusahaan transportasi laut di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening	Independen: Profitabilitas dan Likuiditas Dependen: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas dan likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
13	Wedayanthi & Darmayanti (2016) Sampel: Perusahaan sektor perbankan di BEI periode 2010-2014	Pengaruh <i>Economic Value Added</i> , Komposisi Dewan Komisaris Independen dan <i>Return On Assets</i>	Independen: <i>Economic Value Added</i> , Komposisi Dewan Komisaris	1. <i>Economic value added</i> dan <i>return on assets</i> memberi pengaruh positif dan signifikan

	sebanyak 10 perusahaan.	Terhadap Nilai Perusahaan.	Independen dan <i>Return On Assets.</i>	terhadap nilai suatu perusahaan. Komposisi dewan komisaris independen memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
14	Widiastari & Yasa (2018) Sampel: Perusahaan <i>consumer goods</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015 terdiri	Pengaruh Profitabilitas, <i>Free Cash Flow</i> , dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan	Independent: Profitabilitas, <i>Free Cash Flow</i> , dan Ukuran Perusahaan. Dependen: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. 2. <i>Free cash flow</i> tidak berpengaruh

	dari perusahaan.	24			terhadap nilai perusahaan.
15	Yanti & Darmayanti (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dan Makanan dan Minuman	Independen: Profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas	Dependen: Nilai Perusahaan	1. Profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal merupakan tindakan perusahaan untuk memberikan informasi kepada para pemegang saham yang digunakan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi. Menurut teori sinyal, profitabilitas dapat memengaruhi hubungan antara manajemen perusahaan dengan investor. Ketika profitabilitas yang diperoleh perusahaan tinggi, maka berarti perusahaan mampu memanfaatkan asetnya sehingga

menghasilkan keuntungan yang besar. Hal ini ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif untuk berinvestasi. Keadaan tersebut akan berpengaruh terhadap tingginya harga saham sehingga terjadi kenaikan nilai perusahaan.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bagaimana manajemen perusahaan mengambil tindakan untuk memberikan informasi bagi investor terkait dengan pandangan manajemen perusahaan terhadap prospek perusahaan. Menurut teori ini, *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya *leverage* dapat menjadi berita baik atau buruk. Apabila perusahaan dapat menunjukkan kualitas perusahaan yang baik maka diharapkan akan memperoleh kepercayaan dari investor, yang akan berdampak pada semakin besar minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dan akan menyebabkan harga saham perusahaan pun akan meningkat sehingga akan memengaruhi nilai perusahaan.

H₂ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3 Pengaruh EVA terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya manajemen perusahaan memberikan informasi kepada investor. Informasi tersebut akan membantu investor dalam mengambil keputusan investasi (Amna, 2020).

EVA dapat memengaruhi hubungan antara manajemen perusahaan dengan investor.

Nilai EVA yang positif memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan perusahaan dapat menciptakan nilai tambah dari modal yang ditanamkan. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik ekuitas dan akan menarik kepercayaan investor terhadap investasi perusahaan. Tingginya minat investor dapat mendorong permintaan akan saham yang tinggi, begitu pula dengan harga sahamnya ini cenderung meningkat di pasar modal sehingga menunjukkan nilai perusahaan di mata investor semakin membaik.

H₃: EVA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Teori agensi menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan dan pemegang saham, di mana informasi yang dimiliki oleh manajemen perusahaan lebih banyak daripada pemegang saham, sehingga masalah keagenan sering muncul. Teori ini sejalan dengan dampak ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

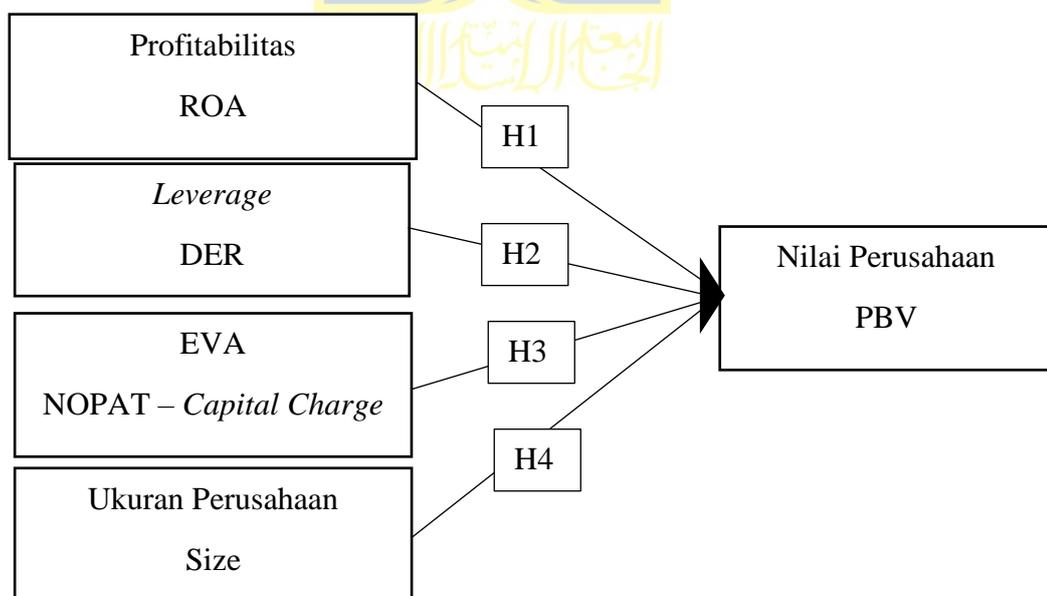
Berdasarkan teori ini, perusahaan yang berskala besar akan memiliki biaya keagenan lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya tersebut maka dibutuhkan pengungkapan akan informasi yang lebih luas. Di sisi lain, perusahaan yang berskala besar cenderung memiliki permintaan akan informasi yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berskala kecil (Putri et al., 2016). Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari total

aset yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang besar akan memungkinkan manajemen untuk menggunakan aset perusahaan yang ada dengan lebih leluasa. Dari sudut pandang pemilik, nilai perusahaan dapat turun apabila memiliki aset yang banyak, sedangkan dari sudut pandang manajemen, jumlah aset yang besar akan memberikan kemudahan dalam mengendalikan perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka dan hipotesis yang telah diuraikan dibagian sebelumnya maka kerangka penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode dalam penelitian ini mencakup data pada tahun 2017 – 2019. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan industri konsumsi.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, bersumber dari laporan tahunan perusahaan sektor industri konsumsi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia pada tahun 2017 – 2019 yang diperoleh dari situs resmi www.idx.co.id. Metode *purposive sampling* digunakan dalam pengambilan sampel. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor industri konsumsi yang secara berurutan terdaftar di IDX sepanjang 2017 – 2019
2. Perusahaan sektor industri konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan akuntansi pada tahun 2017 – 2019
3. Perusahaan sektor industri konsumsi yang memiliki data lengkap untuk penelitian ini
4. Perusahaan sektor industri konsumsi yang tidak pernah mengalami rugi selama periode 2017-2019

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Nilai perusahaan digunakan dalam variabel dependen, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah profitabilitas, *leverage*, *economic value added* (EVA), dan ukuran perusahaan.

3.3.1 Variabel dependen

3.3.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap perusahaan yang digambarkan dengan harga saham (Brigham & Houston, 2020). *Price to book value* (PBV) digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan di masa depan. PBV diukur dengan rumus sebagai berikut (Purnamasari & Baskara, 2019):

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

3.3.2 Variabel Independen

3.3.2.1 Profitabilitas

Profitabilitas adalah untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau mengukur seberapa efektif pengelolaan manajemen perusahaan untuk memperoleh laba (Kasmir, 2019). Proksi *Return on Asset* (ROA) digunakan dalam penentuan profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini. ROA adalah laba bersih setelah pajak terhadap total aset. Pemilihan ROA

sebagai proksi karena efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dapat dilihat dari besarnya ROA, nilai ROA yang besar menunjukkan semakin efisien penggunaan aset perusahaan untuk memperoleh keuntungan (Widiastari & Yasa, 2018). Menurut (Brigham & Houston, 2020) *return on assets* (ROA) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on assets} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

3.3.2.2 *Leverage*

Leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Rasio leverage digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang (Kasmir, 2019). *Leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER adalah perbandingan antara utang dengan ekuitas. Semakin besar rasio DER maka akan semakin baik bagi perusahaan karena semakin rendah dana yang perlu disediakan oleh perusahaan. DER dirumuskan sebagai berikut (Brigham & Houston, 2020):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total ekuitas}}$$

3.3.2.3 *Economic Value Added*

Economic Value Added adalah salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan (Brigham & Houston, 2020). EVA mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan modalnya untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan. EVA

diperoleh dari kelebihan laba operasi setelah pajak terhadap biaya modal. Menurut Sartono dalam (Purnamasari & Baskara, 2019)

EVA dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$EVA = \text{Net Operating Profit After Tax (NOPAT)} - \text{Capital Charge}$$

Di mana:

$$\text{NOPAT} = \text{EAT} + \text{Biaya Bunga}$$

$$\text{Capital Charge} = \text{WACC} \times \text{IC}$$

$$\text{IC (Invested Capital)} = \text{Total Hutang} + \text{Ekuitas}$$

$$\text{WACC (Weighted Average Cost of Capital)} = \{D \times rD (1 - \text{Tax})\} + (E \times rE), \text{ di mana:}$$

$$\text{Debt (D)} = \text{Total Hutang} / \text{Total Hutang} + \text{Ekuitas}$$

$$\text{Cost of Debt (rD)} = \text{Biaya Bunga} / \text{Total Hutang}$$

$$\text{Tax} = \text{Biaya Pajak} / \text{Laba Sebelum pajak}$$

$$\text{Equity (E)} = \text{Total Ekuitas} / \text{Total hutang} + \text{ekuitas}$$

$$\text{Cost of Equity (rE)} = 1 / \text{PER (Price Earning Ratio)}$$

3.3.2.4 Ukuran Perusahaan

Besar kecilnya perusahaan akan memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar adalah tiga variabel yang menentukan ukuran perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini berdasarkan total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan

lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur sebagai berikut (Yanti & Darmayanti, 2019) :

$$\text{Ukuran Perusahaan (UP)} = \text{Ln Total Aset}$$

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis adalah teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan software *IBM Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25. Analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, dan uji hipotesis merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018).

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Uji yang digunakan adalah uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi $\geq 0,05$ dan data dikatakan tidak berdistribusi normal jika signifikansi $\leq 0,05$ (Ghozali, 2018).

3.4.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara model regresi dan variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut off digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah Tolerance <0.10 atau sama dengan VIF >10 (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinearitas.

3.4.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi atau kesalahan residual (pengganggu) pada periode sekarang dengan kesalahan pada periode sebelumnya dalam suatu model regresi linear. Munculnya autokorelasi karena adanya keterkaitan antara observasi yang berurutan sepanjang waktu. Hal ini sering ditemukan pada data *time series*, karena observasi atau sampel tertentu biasanya memengaruhi periode berikutnya. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin- Watson (DW test) (Ghozali, 2018).

Tabel 3.1 Durbin Watson d test

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_L \leq d \leq d_U$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No decision	$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_U < d < 4 - d_U$

3.4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variasi residual dalam model regresi suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak ada gejala heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan uji Glejser (Ghozali, 2018). Jika nilai *sig 2-tailed* > 0,05 dapat dikatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \mu$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β = Koefisien regresi dari setiap variabel independen

X1 = Profitabilitas

X2 = *Leverage*

X3 = *Economic Value Added*

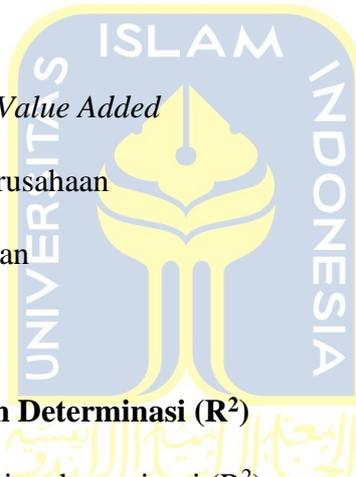
X4 = Ukuran Perusahaan

μ = nilai kesalahan

3.4.4 Uji Hipotesis

3.4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur besarnya kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 mendekati satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018).



3.4.4.2 Uji Signifikansi Keseluruhan dari Regresi Sampel (Uji Statistik

F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan statistik F dengan dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai F lebih besar dari 4 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka seluruh variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

3.4.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji parsial atau uji *t-test* menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel Independen memiliki pengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Variabel independen memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan hasil analisis data dan membahas hipotesis. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk pengolahannya. Berikut hasil dari penelitian yang dilakukan:

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Perusahaan industri konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2019 yang menjadi objek dalam penelitian ini. Sampel perusahaan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Berdasarkan data yang diperoleh didapatkan jumlah perusahaan industri konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019 berjumlah 65 perusahaan. Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria berjumlah 42 perusahaan, sehingga perusahaan yang memenuhi kriteria ada sebanyak 23 perusahaan untuk dijadikan sampel. Namun, di dalam pengujian asumsi klasik terjadi masalah data yang tidak normal. Agar data dapat berdistribusi secara normal, maka dilakukan metode penyembuhan data. Berikut rincian hasil pengambilan sampel dapat dilihat pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1

Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

Kriteria	Jumlah Sampel
Perusahaan sektor industri konsumsi yang terdaftar di BEI berturut-turut pada tahun 2017-2019	65
Perusahaan sektor industri konsumsi yang tidak menerbitkan laporan keuangan pada tahun 2017 – 2019	(32)
Perusahaan sektor industri konsumsi yang tidak memiliki data lengkap untuk penelitian ini	(4)
Perusahaan sektor industri konsumsi yang tidak pernah mengalami rugi selama periode 2017-2019	(6)
Jumlah sampel	23
Total Sampel (2017-2019)	69
Transformasi Lag karena autokorelasi	(1)
Total Sampel	68

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Deskripsi data tersebut meliputi nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan *standar deviasi*. Hasil statistik deskriptif penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	n	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	68	0,29	28,87	4,33	6,29
Profitabilitas	68	0,00	0,53	0,12	0,12
Leverage	68	0,09	2,91	0,68	0,55
EVA	68	-9,43	27,28	19,22	3,67
Ukuran Perusahaan	68	15,79	22,11	18,74	1,20
Valid N (listwise)	68				

Sumber: Output SPSS

Pada tabel 4.2 memberikan gambaran tentang besaran nilai minimum, maximum, mean dan standar deviation statistik setiap variabel penelitian. Berikut penjelasan dari tabel 4.2:

1. Nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,29 yang diperoleh oleh PT Wismilak Inti Makmur Tbk pada tahun 2018, nilai maksimum sebesar 28,87 yang diperoleh oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2018. Nilai rata-rata dari nilai perusahaan pada perusahaan industri konsumsi di BEI periode 2017-2019 adalah sebesar 4,33 dengan nilai standar deviasi 6,29.
2. Profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 0,00 yang diperoleh oleh PT Sekar Bumi Tbk pada tahun 2019, nilai maksimum sebesar 0,53 yang diperoleh oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2017. Nilai rata-rata profitabilitas pada perusahaan industri konsumsi di BEI periode 2017-2019 adalah sebesar 0,12 dengan nilai standar deviasi 0,12.
3. *Leverage* memiliki nilai minimum sebesar 0,09 yang diperoleh oleh PT Sido Muncul Tbk pada tahun 2017, nilai maksimum sebesar 2,91 yang diperoleh

oleh PT Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019. Nilai rata-rata *leverage* pada perusahaan industri konsumsi di BEI periode 2017-2019 adalah sebesar 0,68 dengan standar deviasi sebesar 0,55.

4. EVA memiliki nilai minimum sebesar -9,43 yang diperoleh oleh PT Wismilak Inti Makmur Tbk pada tahun 2018, nilai maksimum adalah sebesar 27,28 yang diperoleh oleh PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk pada tahun 2018. Nilai rata-rata EVA pada perusahaan industri konsumsi di BEI periode 2017-2019 adalah sebesar 19,22 dengan standar deviasi sebesar 3,67.
5. Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 15,79 yang diperoleh oleh PT Pyridam Farma Tbk pada tahun 2017, nilai maksimum adalah sebesar 22,11 yang diperoleh oleh PT Gudang Garam Tbk pada tahun 2019. Nilai rata-rata ukuran perusahaan industri konsumsi di BEI periode 2017-2019 adalah sebesar 18,74 dengan standar deviasi sebesar 1,20.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, uji statistik kolmogorov-smirnov digunakan untuk menguji normalitas data. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3

Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,20

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas didapatkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,20. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residual dalam regresi ini berdistribusi dengan normal karena nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Dalam model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Profitabilitas	0,94	1,06
<i>Leverage</i>	0,94	1,06
EVA	0,96	1,05
Ukuran Perusahaan	0,87	1,15

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas dapat dilihat nilai tolerance semua variabel dalam penelitian ini adalah lebih besar dari 0,10

dan nilai VIF semua variabel kurang dari 10. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi atau kesalahan residual (pengganggu) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya) dalam suatu model regresi linear. Dalam penelitian ini uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji autokorelasi

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,71	0,50	0,47	0,67	1,87

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji autokorelasi di atas dihasilkan nilai DW 1,87, selanjutnya nilai ini dibandingkan dengan DW tabel dengan jumlah sampel 68, jumlah variabel independen 4 dan nilai signifikansi 5%, sehingga didapatkan nilai batas atas (du) sebesar 1,73 dan nilai batas bawah (dl) sebesar 1,49, karena nilai DW 1,87 lebih besar dari batas atas (du) 1,73 dan kurang dari (4-du) 2,27, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain

dalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Profitabilitas	0,31	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Leverage</i>	0,45	Tidak terjadi heteroskedastisitas
EVA	0,35	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,82	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai *sig.* > 0,05 yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, *economic value added*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis dari regresi berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,70	1,56		-1,73	0,09
Profitabilitas	0,39	0,08	0,43	4,74	,00
Leverage	0,43	0,13	0,30	3,31	,00
EVA	-0,02	0,02	-0,07	-0,79	,43
Ukuran Perusahaan	0,24	0,07	0,31	3,22	,00

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -2,70 + 0,39 X_1 + 0,43 X_2 - 0,02 X_3 + 0,24 X_4 + e$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan di atas:

1. Nilai konstanta sebesar -2,70 dapat diartikan bahwa apabila variabel profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan sama dengan 0 maka nilai perusahaan sebesar -2,70.
2. Variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,39 memiliki arti bahwa jika profitabilitas mengalami kenaikan 1%, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,39. Hal ini membuktikan bahwa apabila profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
3. Variabel *leverage* memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,43 memiliki arti bahwa jika *leverage* mengalami kenaikan 1%, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,43. Hal ini membuktikan

bahwa apabila terjadi peningkatan pada *leverage* maka nilai perusahaan pun akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

4. Variabel EVA memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,02 memiliki arti bahwa jika EVA mengalami kenaikan 1%, maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,02. Hal ini membuktikan bahwa apabila terjadi peningkatan pada EVA maka nilai perusahaan akan menurun, begitu juga sebaliknya.
5. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,24 memiliki arti bahwa jika ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1%, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,24. Hal ini membuktikan bahwa apabila ukuran perusahaan meningkat, maka nilai perusahaan juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan pengukuran koefisien determinasi ini akan diketahui besarnya kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,71	0,50	0,47	0,67

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai adjusted koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,47. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan memberikan pengaruh sebesar 47% terhadap variabel nilai perusahaan dan sisanya sebesar 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi penelitian ini.

4.5.2 Uji nilai F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji ANOVA (*F Test*). Hasil uji F penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	15,78	,000

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.9 di atas, menunjukkan nilai sig. sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan berpengaruh

signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel nilai perusahaan.

4.5.3 Uji t

Pengujian hipotesis pada penelitian ini adalah menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri konsumsi dengan menggunakan uji statistik t. Hasil dari pengujian statistik dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Hasil pengujian Hipotesis

Variabel	Unstandardized Coefficients	Sig.	Kesimpulan
	B		
(Constant)	-2,70	0,09	
Profitabilitas	0,39	0,00	Hipotesis didukung
<i>Leverage</i>	0,43	0,00	Hipotesis didukung
EVA	-0,02	0,43	Hipotesis tidak didukung
Ukuran Perusahaan	0,24	0,00	Hipotesis didukung

Sumber: Output SPSS

1. Pengujian Hipotesis 1

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan hasil nilai koefisien profitabilitas adalah 0,39 dan signifikansi $0,00 < \alpha$ (0,05). Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis 1 didukung.

2. Pengujian Hipotesis 2

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan

hasil nilai koefisien *leverage* adalah 0,43 dan signifikansi $0,00 < \alpha$ (0,05). Dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis 2 didukung.

3. Pengujian Hipotesis 3

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa EVA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan hasil nilai koefisien EVA adalah -0,02 dan signifikansi $0,43 > \alpha$ (0,05). Dapat disimpulkan bahwa EVA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis 3 tidak didukung.

4. Pengujian hipotesis 4

Pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan hasil nilai koefisien ukuran perusahaan adalah 0,24 dan signifikansi $0,00 < \alpha$ (0,05). Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis 4 didukung.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,00 dan nilai koefisien sebesar 0,39.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi juga nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori sinyal yaitu manajemen perusahaan memberikan informasi kepada pemegang saham tentang bagaimana manajemen perusahaan melihat prospek perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada para investor untuk berinvestasi. Hal tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham sehingga akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan. Profitabilitas memberikan kepercayaan kepada para investor tentang kesiapan perusahaan dalam menjalankan bisnis dan memberikan keyakinan tentang prospek perusahaan ke depannya sehingga investor yakin untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sehingga akan menaikkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Purnamasari dan Baskara (2017), Suwardika dan Mustanda (2017), Yanti dan Darmayanti (2019), Rudangga dan Sudiarta (2016), Widiastari dan Yasa (2018) Novari dan Lestari (2016), Sari dan Priyadi (2016), Fajaria dan Isnalita (2018), dan Sabrina *et al* (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.6.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi *leverage* sebesar 0,002 dan nilai koefisien sebesar 0,432.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan *leverage* akan diikuti oleh tingginya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori sinyal bahwa peningkatan *leverage* akan membawa kabar baik karena peningkatan hutang mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengendalikan risiko keuangan dengan baik sehingga dapat meningkatkan nilai. Jika mendapatkan sinyal baik, diyakini perusahaan tersebut dapat membuktikan bahwa perusahaan tersebut berkualitas baik dan mendapatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi. Hal ini akan membuat harga saham perusahaan meningkat sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Suwardika dan Mustanda (2017), Rudangga dan Sudiarta (2016), dan Farooq (2016) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.6.3 Pengaruh EVA terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa EVA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi EVA sebesar 0,434 dan nilai koefisien sebesar -0,018.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa EVA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada EVA tidak mampu menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, yang berarti bahwa terjadinya nilai tambah ekonomis pada perusahaan industri barang konsumsi tidak diikuti

dengan peningkatan pengembalian modal perusahaan. Investor tidak menggunakan EVA dalam pengambilan keputusan investasinya karena tidak tersajinya nilai EVA secara langsung di dalam laporan keuangan perusahaan dan rumitnya menghitung nilai EVA. Sehingga menjadi kendala bagi investor untuk menjadikan EVA sebagai dasar dalam mengambil keputusan investasi. Akibatnya, minat investor untuk memperjualbelikan saham berdasarkan EVA tidak akan banyak berdampak pada nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Purnamasari dan Baskara (2019) yang menyatakan bahwa EVA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.6.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi ukuran perusahaan sebesar 0,002 dan nilai koefisien sebesar 0,236.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin meningkat juga nilai perusahaan. Sejalan dengan teori agensi bahwa perusahaan yang berskala besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas agar dapat mengurangi biaya keagenan. Selain itu, perusahaan berskala besar biasanya memiliki permintaan akan informasi yang lebih tinggi daripada perusahaan yang berskala kecil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Yanti dan Darmayanti (2019), Rudangga dan Sudiarta (2016), Widiastari dan Yasa (2018), Novari dan Lestari (2016), dan Sari dan Priyadi (2016).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan perusahaan industri konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019 sebagai objek penelitian. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini:

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.
2. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi *leverage*, semakin tinggi pula nilai perusahaan.
3. EVA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, EVA masih belum memiliki peran dalam pertimbangan investasi bagi investor.
4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan juga semakin menurun.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan industri konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019.
2. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan. Kemungkinan masih banyak variabel independen lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 47% yang berarti variabel profitabilitas, *leverage*, EVA, dan ukuran perusahaan hanya memberikan pengaruh sebesar 46,9% terhadap nilai perusahaan dan 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran Penelitian

Saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan perusahaan sektor lain dan periode penelitian yang digunakan sebaiknya ditambah.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti struktur modal, kebijakan dividen, dan likuiditas.

5.4 Implikasi

Penelitian ini memberikan masukan kepada manajemen perusahaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Penelitian ini juga

memberikan masukan kepada investor terkait faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amna, L. S. (2020). Pengaruh Economic Value Added (Eva) Dan Market Value Added (Mva) Terhadap Return Saham. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 11(1), 59.
- Brigham, E., & Houston, J. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Erna, L., & Utama, D. R. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(2), 65–85.
- Fajaria, Isnalita. (2018). The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating Variable. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 6(10), 55-69.
- Farooq, M. A., & Masood, A. (2016). Impact of Financial Leverage on Value of Firms : Evidence from Cement Sector of Pakistan. *Research Journal of Finance and Accounting*, 7(9), 73-77.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumanti, T. A. (2016). Teori Sinyal Dalam Manajemen Keuangan. *Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*, September, 1–29.
- Husnan, S. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)* (4th ed.). BPFY-Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (edisi Kesebelas*.

Yogyakarta: BPFÉ.

Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kirana, M. N., & Wahyudi, S. (2016). Analisis Pengaruh Corporate Governance dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Kontrol (Studi Kasus pada Perusahaan Wholesale dan Retail Trade yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014). *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), 1–12.

Novari, P., & Lestari, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 5671-5694.

Purnamasari, N. K. P., & Baskara, I. G. K. (2019). Pengaruh Leverage Profitabilitas dan Economic Value Added pada Nilai Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 3(1), 12. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v3i1.39>

Putri, A. K., Sudarma, M., & Purnomosidhi, B. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2). <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.16>

Rai, N K Prastuti & I G Merta Sudiarta. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(3), 1572-1598.

Rudangga, I. G., & Sudiarta, G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*

Universitas Udayana, 5, 4394.

Sabrin, S., Sarita, B., S., D. T., & Sujono, S. (2016). The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange. *The International Journal Of Engineering And Science*, 5(10), 81-89.

Sari, R. A. I., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Leverage , Profitabilitas , Size , Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(10), 2-17.

Sucuahi, W & Cambarihan, J. (2016). Influence of Profitability To The Firm Value Of Diversified Companies In the Philippines. *Accounting and Finance Research*. 5(2), 149-153.

Supriyono, R. . (2018). *Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Syahirah, C. S., & Lantania, M. F. (2016). Pengaruh Market Value Added, Economic Value Added, Kebijakan Deviden, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(1), 1–12.

Thaib, I., & Dewantoro, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 25-44.

Wedayanthi, K. K., & Darmayanti, N. P. A. (2016). Pengaruh Economic Value Added, Komposisi Dewan Komisaris Independen dan Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(6), 3647-3676.

Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 957. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p06>

Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2297. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i04.p15>



LAMPIRAN

Lampiran 1

Daftar Sampel Perusahaan

No	Kode Eminten	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasa Wira International Tbk
2	CAMP	Caampina Ice Cream Tbk
3	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
4	CINT	Chitose Internasional Tbk
5	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
6	GGRM	Gudang Garam Tbk
7	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
8	HOKI	Buyung Poetra Sembada
9	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11	KAEF	Kimia Farma Tbk
12	KINO	Kino Indonesia Tbk
13	MLBI	Multii Bintang Indonesia Tbk
14	PYFA	Pyridma Farma Tbk
15	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
16	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
17	SKBM	Sekar Bumi Tbk
18	SKLT	Sekar Laut Tbk
19	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk
20	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk
21	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
22	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk
23	WOOD	Inegra Indocabinet Tbk

Lampiran 2

Data Nilai Perusahaan

No.	Kode Eminent	Tahun	PBV
1	ADES	2017	1,23
2		2018	1,13
3		2019	1,09
4	CAMP	2017	5,76
5		2018	2,30
6		2019	2,35
7	CEKA	2017	0,85
8		2018	0,84
9		2019	0,88
10	CINT	2017	0,87
11		2018	0,73
12		2019	0,78
13	CLEO	2017	1,11
14		2018	5,36
15		2019	7,91
16	GGRM	2017	3,82
17		2018	3,57
18		2019	2,00
19	HMSP	2017	16,13
20		2018	12,20
21		2019	6,85
22	HOKI	2017	0,42
23		2018	0,77
24		2019	0,87
25	HRTA	2017	1,38
26		2018	1,29
27		2019	0,76
28	ICBP	2017	5,11
29		2018	5,37
30		2019	4,88
31	KAEF	2017	11,66
32		2018	8,60
33		2019	1,87
34	KINO	2017	1,47
35		2018	1,83
36		2019	1,81
37	MLBI	2017	27,06
38		2018	28,87
39		2019	28,50

Lampiran 3 (Lanjutan)

Data Nilai Perusahaan

No	Kode Eminent	Tahun	PBV
40	PYFA	2017	0,90
41		2018	0,85
42		2019	0,85
43	ROTI	2017	2,80
44		2018	2,55
45		2019	2,60
46	SIDO	2017	1,41
47		2018	2,17
48		2019	3,12
49	SKMB	2017	1,21
50		2018	1,15
51		2019	0,68
52	SKLT	2017	2,47
53		2018	3,05
54		2019	2,92
55	TSPC	2017	1,59
56		2018	1,15
57		2019	1,08
58	ULTJ	2017	3,55
59		2018	3,27
60		2019	3,43
61	UNVR	2017	16,49
62		2018	9,14
63		2019	12,13
64	WIIM	2017	0,62
65		2018	0,29
66		2019	0,34
67	WOOD	2017	0,80
68		2018	1,58
69		2019	1,60

Lampiran 4

Data Profitabilitas

No.	Kode Eminent	Tahun	ROA
1	ADES	2017	0,04551
2		2018	0,06009
3		2019	0,10200
4	CAMP	2017	0,03585
5		2018	0,06168
6		2019	0,07258
7	CEKA	2017	0,07713
8		2018	0,06497
9		2019	0,15466
10	CINT	2017	0,06221
11		2018	0,02758
12		2019	0,01385
13	CLEO	2017	0,07592
14		2018	0,07586
15		2019	0,10501
16	GGRM	2017	0,11617
17		2018	0,11278
18		2019	0,13835
19	HMSP	2017	0,29370
20		2018	0,29051
21		2019	0,26956
22	HOKI	2017	0,08313
23		2018	0,11886
24		2019	0,12222
25	HRTA	2017	0,07776
26		2018	0,08028
27		2019	0,06490
28	ICBP	2017	0,11206
29		2018	0,13556
30		2019	0,13847
31	KAEF	2017	0,05441
32		2018	0,04247
33		2019	0,00087
34	KINO	2017	0,03388
35		2018	0,04179
36		2019	0,10980
37	MLBI	2017	0,52670
38		2018	0,42388
39		2019	0,41632

Lampiran 5 (Lanjutan)**Data Profitabilitas**

No	Kode Eminent	Tahun	ROA
40	PYFA	2017	0,04467
41		2018	0,04516
42		2019	0,04897
43	ROTI	2017	0,02969
44		2018	0,02894
45		2019	0,05052
46	SIDO	2017	0,16902
47		2018	0,19890
48		2019	0,22836
49	SKMB	2017	0,01595
50		2018	0,00901
51		2019	0,00053
52	SKLT	2017	0,03610
53		2018	0,04276
54		2019	0,05683
55	TSPC	2017	0,07496
56		2018	0,06866
57		2019	0,07108
58	ULTJ	2017	0,13850
59		2018	0,12628
60		2019	0,15675
61	UNVR	2017	0,37049
62		2018	0,44676
63		2019	0,35802
64	WIIM	2017	0,03312
65		2018	0,04073
66		2019	0,02103
67	WOOD	2017	0,04461
68		2018	0,05274
69		2019	0,03954

Lampiran 6

Data Leverage

No.	Kode Eminent	Tahun	DER
1	ADES	2017	0,98632
2		2018	0,82870
3		2019	0,44800
4	CAMP	2017	0,44548
5		2018	0,13423
6		2019	0,13057
7	CEKA	2017	0,54216
8		2018	0,19691
9		2019	0,23140
10	CINT	2017	0,24669
11		2018	0,26424
12		2019	0,33829
13	CLEO	2017	1,21807
14		2018	0,31229
15		2019	0,62488
16	GGRM	2017	0,58245
17		2018	0,53096
18		2019	0,54420
19	HMSP	2017	0,26465
20		2018	0,31801
21		2019	0,42666
22	HOKI	2017	0,21216
23		2018	0,34746
24		2019	0,32282
25	HRTA	2017	0,42341
26		2018	0,40661
27		2019	0,90811
28	ICBP	2017	0,55575
29		2018	0,51349
30		2019	0,45136
31	KAEF	2017	1,36972
32		2018	1,81857
33		2019	1,47579
34	KINO	2017	0,57534
35		2018	0,64258
36		2019	0,73733
37	MLBI	2017	1,35709
38		2018	1,47487
39		2019	1,52786

Lampiran 7 (Lanjutan)

Data Leverage

No	Kode Eminent	Tahun	DER
40	PYFA	2017	0,46583
41		2018	0,57287
42		2019	0,52964
43	ROTI	2017	0,61681
44		2018	0,50633
45		2019	0,51396
46	SIDO	2017	0,09059
47		2018	0,14987
48		2019	0,15407
49	SKMB	2017	0,58617
50		2018	0,70229
51		2019	0,75743
52	SKLT	2017	1,06875
53		2018	1,20287
54		2019	1,07908
55	TSPC	2017	0,46298
56		2018	0,44859
57		2019	0,44582
58	ULTJ	2017	0,23242
59		2018	0,16354
60		2019	1,22073
61	UNVR	2017	2,65455
62		2018	1,57622
63		2019	2,90949
64	WIIM	2017	0,25317
65		2018	0,24903
66		2019	0,25780
67	WOOD	2017	1,00928
68		2018	0,87283
69		2019	1,04001

Lampiran 8

Data Economic Value Added (EVA)

No.	Kode Emiten	Tahun	EVA
1	ADES	2017	13103276689
2		2018	11536005105,59
3		2019	10294340357,09
4	CAMP	2017	50181189673,47
5		2018	37691256272,68
6		2019	44278493389,22
7	CEKA	2017	-14472645558,87
8		2018	-14585069964,65
9		2019	-29722091824,76
10	CINT	2017	-3815189415,32
11		2018	-3708675549,33
12		2019	122239058,48
13	CLEO	2017	9354414350,79
14		2018	56594038602,39
15		2019	117805370652,38
16	GGRM	2017	5931892415554,23
17		2018	5780778640197,82
18		2019	5592231437788,91
19	HMSP	2017	11891309405752,90
20		2018	12436656368777,60
21		2019	11730523802104,80
22	HOKI	2017	-62446083435,08
23		2018	-23715247375,83
24		2019	-10806082609,38
25	HRTA	2017	41593296993,27
26		2018	38540164910,37
27		2019	-36737825896,89
28	ICBP	2017	2898528576131,34
29		2018	3853283313275,85
30		2019	4305695843734,76
31	KAEF	2017	325809088019,55
32		2018	412132636428,14
33		2019	298855559506,43
34	KINO	2017	50891170223,88
35		2018	82013395132,68
36		2019	246964894093,99
37	MLBI	2017	1279697688453,97
38		2018	1191523530729,73
39		2019	1175262560798,60

Lampiran 9 (Lanjutan)**Data Data *Economic Value Added* (EVA)**

No	Kode Eminent	Tahun	EVA
40	PYFA	2017	1673333298,04
41		2018	-673777378,72
42		2019	-949386960,67
43	ROTI	2017	112047405378,18
44		2018	103494825692,50
45		2019	166689637790,99
46	SIDO	2017	155746921904,57
47		2018	358025412160,45
48		2019	548869115293,20
49	SKMB	2017	10350928495,54
50		2018	9870034757,23
51		2019	39778594998,90
52	SKLT	2017	16171616925,22
53		2018	23844964255,03
54		2019	51096515097,09
55	TSPC	2017	213623705917,88
56		2018	78545422202,52
57		2019	58287615003,08
58	ULTJ	2017	511944506210,22
59		2018	487365884060,86
60		2019	994599290362,97
61	UNVR	2017	6612006913635,11
62		2018	8135609561594,22
63		2019	6840661818377,83
64	WIIM	2017	-23024972362,78
65		2018	-122163664775,82
66		2019	-50563194908,47
67	WOOD	2017	-9531908330,09
68		2018	128851784034,19
69		2019	130520233771,39

Lampiran 10

Data Ukuran Perusahaan

No.	Kode Eminent	Tahun	UP
1	ADES	2017	27,46
2		2018	27,50
3		2019	27,44
4	CAMP	2017	27,82
5		2018	27,64
6		2019	27,69
7	CEKA	2017	27,96
8		2018	27,99
9		2019	27,96
10	CINT	2017	26,89
11		2018	26,92
12		2019	26,98
13	CLEO	2017	27,22
14		2018	27,45
15		2019	27,85
16	GGRM	2017	31,83
17		2018	31,87
18		2019	32,00
19	HMSP	2017	31,40
20		2018	31,47
21		2019	31,56
22	HOKI	2017	27,08
23		2018	27,36
24		2019	27,47
25	HRTA	2017	27,98
26		2018	28,06
27		2019	28,47
28	ICBP	2017	31,08
29		2018	31,17
30		2019	31,29
31	KAEF	2017	29,44
32		2018	29,88
33		2019	30,54
34	KINO	2017	28,81
35		2018	28,91
36		2019	29,18
37	MLBI	2017	28,55
38		2018	28,69
39		2019	28,69

Lampiran 11 (Lanjutan)**Data Ukuran Perusahaan**

No	Kode Eminent	Tahun	UP
40	PYFA	2017	25,80
41		2018	25,95
42		2019	25,97
43	ROTI	2017	29,15
44		2018	29,11
45		2019	29,17
46	SIDO	2017	28,78
47		2018	28,84
48		2019	28,89
49	SKMB	2017	28,12
50		2018	28,20
51		2019	28,23
52	SKLT	2017	27,18
53		2018	27,34
54		2019	27,40
55	TSPC	2017	29,64
56		2018	29,69
57		2019	29,76
58	ULTJ	2017	29,28
59		2018	29,35
60		2019	29,52
61	UNVR	2017	30,57
62		2018	30,64
63		2019	30,66
64	WIIM	2017	27,83
65		2018	27,86
66		2019	27,89
67	WOOD	2017	28,98
68		2018	29,15
69		2019	29,34

Lampiran 12

Hasil SPSS

1. Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	68	-1,54	3,09	,5295	,92339
Profitabilitas	68	-5,94	,13	-1,7273	1,03689
Leverage	68	-2,17	,91	-,4246	,64939
EVA	68	-9,43	27,28	19,2221	3,67283
Ukuran Perusahaan	68	15,79	22,11	18,7391	1,19966
Valid N (listwise)	68				

2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
n		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,65262425
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,046
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

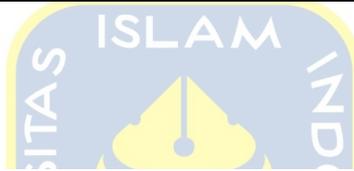
c. Lilliefors Significance Correction.

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

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2,701	1,563		-1,728	,089		
Profitabilitas	,387	,082	,434	4,736	,000	,943	1,060
Leverage	,432	,131	,304	3,311	,002	,940	1,064
EVA	-,018	,023	-,072	-,788	,434	,956	1,046
Ukuran Perusahaan	,236	,073	,307	3,218	,002	,871	1,148



4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,707 ^a	,500	,469	,67302	1,871

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, EVA, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,719	,985		,730	,468
	Profitabilitas	,052	,051	,130	1,016	,313
	Leverage	,063	,082	,098	,763	,448
	EVA	,005	,014	,044	,350	,728
	Ukuran Perusahaan	-,011	,046	-,031	-,232	,818



6. Uji Determinasi R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,707 ^a	,500	,469	,67302

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, EVA, Profitabilitas, Leverage

7. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28,591	4	7,148	15,780	,000 ^b
	Residual	28,537	63	,453		
	Total	57,127	67			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, EVA, Profitabilitas, Leverage

8. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,701	1,563		-1,728	,089
	Profitabilitas	,387	,082	,434	4,736	,000
	Leverage	,432	,131	,304	3,311	,002
	EVA	-,018	,023	-,072	-,788	,434
	Ukuran Perusahaan	,236	,073	,307	3,218	,002

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

