



JEM Jurnal Equilibrium Manajemen

Online ISSN : 2460-2299

Mei 2023, Volume-9, Issue-1

DAFTAR ISI

Ariko Beni	Pengaruh profitabilitas likuiditas dan kebijakan dividen terhadap harga saham perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia...1-12
Diku Suadyana	Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap keputusan pembelian pada mini marketmitra utama kecamatan air upas kabupaten Ketapang.....13-25
Epriyanika	Pengaruh iklan dan <i>brand image</i> terhadap minat beli konsumen pada <i>skincare</i> ms glow di sintang.....26-38
Maulana Filani Rizal, Lena Widyasari	Pengaruh citra merek (<i>brand image</i>) dan kepercayaan merek (<i>brand trust</i>) terhadap loyalitas konsumen (<i>consumer loyalty</i>) studi kasus pada konsumen zoya (jilbab) di kota Pontianak.....39-45
Muhammad Zalyiwan, Ridhuan Firmansyah	Analisis perbandingan kinerja keuangan untuk mengukur kondisi fundamental keuangan pada perusahaan pt kimia farma (2016-2020)46-58
Ery Niswan, Naisyun U. Utama, Yonas Saputra	Pengaruh store atmosphere, kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap minat berkunjung kembali di aming coffe podomoro.....59-67
Febrinawati, Windi Pratiwi	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.....68-78
Arweni, Thea Geneveva J.J, M. Ariffin	Pengaruh inovasi produk, social media terhadap keunggulan bersaing pada umkm cafe dipontianak.....79-87
Uray Andrey Indra Maulana	Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di bei tahun 2018-2022).....88-97
Rianti Ardana Reswari, Cesy Iola Kariza	Studi minat penggunaan quick response indonesia standard (qris) bagi umkm di kota Pontianak.....98-108

JURNAL PRODI MANAJEMEN

Editor-In-Chief:

Adi Mursalin

Co-Editor-In-Chief:

Dina Octaviani

Editor: Angga

Hendharsa Puty

Febriasari Thea

Geneveva J.J.

Reviewer:

M. Hanafi A. Syukur (Universitas Negeri Tanjungpura)

Rahmatullah Rizieq (Universitas Panca Bhakti) Zalfiwan

(Universitas Panca Bhakti)

Adi Mursalin (Universitas Panca Bhakti) Razak

Alqadrie (Politeknik Negeri Pontianak)

Pelaksana Tata Usaha :

Hilman

Alamat penyunting dan tata usaha : Gedung D, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Bhakti Pontianak, Jl. Komyos Sudarso Pontianak 78113 Telpn (0561) 772627, 776820, langganan 2 nomor setahun Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah) untuk dapat berlangganan dapat menghubungi sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti.

Jurnal Prodi Manajemen diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti Pontianak. Dekan : Endang Kristiawati, Pembantu Dekan I : Zalviwan, Pembantu Dekan II : Dina Oktaviani, Pembantu Dekan III : Renny Wulandari

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022)

Uray Andrey Indra Maulana ¹⁾

¹⁾Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Bhakti

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of company size, profitability, and leverage on firm value. This research method is quantitative, with the number of samples in this study totaling 30 banking sector companies that use sampling techniques, namely the purposive sampling method. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, which aims to test the hypothesis in this study.

The results of this study indicate that the firm size variable affects firm value, profitability affects firm value, and leverage affects firm value. Simultaneously, the three variables have an influence of 55.7% on firm value, and variables outside the study influence 44.3%.

Keywords: Firm Size, Profitability, Leverage, Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 perusahaan sektor perbankan yang menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh sebesar 55.7% terhadap nilai perusahaan dan 44.3% dipengaruhi variabel diluar penelitian.

Kata Kunci: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan sebagai entitas ekonomi biasanya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek, perusahaan berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada. Cara mengukur tingkat kemakmuran pemegang saham adalah melalui nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang harus dicapai perusahaan, yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya, karena penilaian perusahaan oleh investor dapat dilacak dari pergerakan harga saham perusahaan yang diperdagangkan di bursa. pertukaran untuk perusahaan yang terdaftar. Masuk ke bursa efek merupakan salah satu syarat perseroan untuk tercatat di pasar modal, dimana perseroan telah memutuskan untuk menjual sahamnya kepada publik dan siap untuk dinilai secara publik (Kalbuana & Juniar, 2017)

Perusahaan perbankan merupakan satu-satunya perusahaan yang memperoleh jaminan pemerintah untuk kegiatan usahanya. Memang, korporasi perbankan mendapat perhatian serius dari pemerintah, karena korporasi-korporasi ini melibatkan dana yang dihimpun dari masyarakat sebagai basis utama operasional korporasinya. Selain itu, usaha perbankan merupakan jenis usaha yang penuh dengan risiko karena menyangkut pengelolaan uang rakyat dan dimainkan kembali dalam berbagai bentuk seperti kredit atau investasi lainnya, sehingga dapat menimbulkan fluktuasi yang signifikan dalam laporan keuangan. Karena bisnis perbankan penuh dengan risiko, tingkat kehati-hatian dalam operasional juga akan tinggi.

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yaitu perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dari pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. (Wijaya & Sedana, 2015) mengatakan Nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Hal ini karena dapat meningkatkan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan tinggi akan memberikan kepercayaan pasar, tidak hanya kinerja perusahaan di masa sekarang tetapi prospek perusahaan di masa depan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Profitabilitas dapat memberikan petunjuk yang berguna dalam menilai keefektifan dari operasi sebuah perusahaan, sehingga rasio profitabilitas akan menunjukkan kombinasi dari efek likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil-hasil operasi (Khafa & Laksito, 2015). ROA dipilih untuk mengetahui pentingnya tingkat pengembalian investasi yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROA maka semakin dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, sehingga otomatis harga saham akan meningkat, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kalbuana & Juniar, 2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai suatu perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besarnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. *Leverage* dapat dipahami sebagai perkiraan risiko yang melekat pada perusahaan. Artinya semakin besar pengaruh *leverage* maka semakin besar pula risiko investasinya. *Leverage* perlu dikelola karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Pengaruh *leverage* dapat diukur dengan *Debt to equity ratio* (DER). *Leverage* merupakan salah satu usaha peningkatan laba usaha yang juga dapat menjadi tolak ukur dalam melihat perilaku manajer dalam aktivitas manajemen laba. Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan (Novari & Lestari, 2016). Hal ini seperti penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati & Pinem, 2015; Yusmaniarti et al., 2019) *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan menggambarkan ukuran perusahaan yang dapat dinyatakan dalam bentuk total aset atau total penjualan bersih. Perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Semakin besar ukuran perusahaan dari sebuah perusahaan maka semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut (Khotimah et al., 2021). Besar kecilnya perusahaan dinilai akan mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah untuk memperoleh pendanaan baik secara internal maupun eksternal (Wardhani et al., 2021).

Peningkatan pada nilai suatu perusahaan ditandai dari total aktiva suatu perusahaan yang meningkat lebih besar daripada total hutang perusahaannya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati & Pinem, 2015; Wardhani et al., 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Signaling theory menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor dan kreditor). Apabila terdapat kekurangan informasi yang diberikan suatu perusahaan kepada investor menyebabkan pihak lain (investor) dapat memberikan penilaian yang rendah untuk perusahaan. Terdapat cara perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri dengan memberikan sinyal kepada pihak luar (investor) (Arifin, 2005)

Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2014) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Inintinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Leverage

Menurut (Kasmir, 2014) *leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap. *Leverage* adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi profitabilitas karena dapat meningkatkan modal perusahaan dengan tujuan meningkatkan keuntungan. *Leverage* timbul karena perusahaan dalam operasinya menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap, yang berupa biaya penyusutan dari aktiva tetap, dan biaya bunga dari hutang. Perusahaan yang akan menggunakan *leverage* tersebut mempunyai tujuan supaya keuntungan yang akan didapatkan itu lebih besar dari biaya tetap (beban tetap).

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aktiva}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya.

Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar dan kecilnya) suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah karyawan yang digunakan dalam perusahaan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar. Menurut (Hartono, 2013) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai berikut: “Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, Log size, nilai pasar saham, dan lain-lain)”.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aset}$$

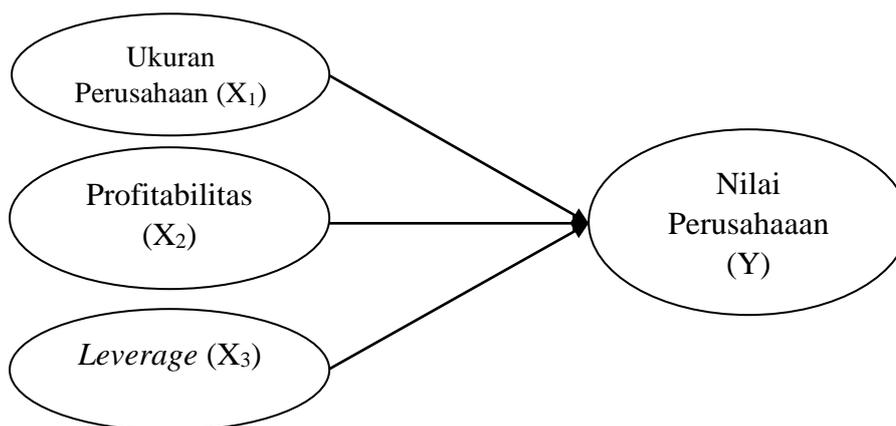
Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menjadi acuan penting bagi masa depan dan keberlangsungan perusahaan. Turunnya nilai perusahaan dapat berdampak pada menurunnya harga saham pada perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan adalah nilai atau jumlah uang yang akan diterima apabila perusahaan tersebut dijual (Isfenti, 2010). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan meningkat sehingga memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga utang dan ekuitas perusahaan yang beredar (Keown, 2014).

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah alur berpikir dengan menerapkan berbagai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah dalam topik penelitian dengan susunan yang sistematis.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODELOGI PENELITIAN

Bentuk Penelitian

Bentuk penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kausal dengan metode penelitian menggunakan *explanatory research*. Metode penelitian deskriptif menurut (Sugiyono, 2021) tergolong pada jenis penelitian berdasarkan tingkat eksplanasi.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan sektor perbankan yang telah terdaftar (listing) di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar (*listed*) di BEI tahun 2018 – 2022 dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 46 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana tidak semua perusahaan sektor perbankan dalam populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel karena pengambilan data dilakukan hanya 1 kali saja sebagai mencerminkan ‘representatif’ dari suatu keadaan pada satu saat tertentu. Kriteria populasi dalam penelitian ini:

1. Perusahaan perbankan aktif dan masih terdaftar sebagai anggota Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.
2. Perusahaan tersebut mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap di periode yang ditentukan oleh peneliti yaitu tahun 2018 hingga tahun 2022.

Berdasarkan kriteria di atas maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Sampel Penelitian (*purposive sampling method*)

Jumlah populasi	46 Perusahaan
Perusahaan yang tidak memenuhi kriteria	(16 Perusahaan)
Jumlah sampel	30 Perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Analisis statistik merupakan alat statistik yang sering digunakan untuk menilai normalitas residual yaitu uji statistik non-parametrik *kolmogrov-smirnov*. Dalam mengambil keputusan dilihat dari hasil uji K-S, jika nilai taraf signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka data tersebut terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika taraf signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

Tabel 2. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
<i>N</i>		142
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,23479978
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,055
	<i>Positive</i>	0,052
	<i>Negative</i>	-0,055
<i>Test Statistic</i>		0,055
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,222

Sumber: Data olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,222 yang berarti lebih besar dari 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tidak terjadi multikolinieritas jika nilai TOL >0,10, terjadi multikolinieritas jika nilai TOL < atau = 0,10. Sedangkan jika dilihat dari VIF, tidak terjadi multikolinieritas jika nilai VIF < 10,00, dan terjadi multikolinieritas jika nilai VIF > atau = 10,00. Adapun hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

<i>Collinearity Statistics</i>	
<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
0,920	1,064
0,955	1,042
0,898	1,114
0,890	1,117

Sumber: data olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dari tiap variabel adalah lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF dari masing-masing variabel lebih kecil dari 10. Hal ini berarti bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali Imam, 2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat digunakan Uji glejser dengan SPSS Versi 25. Jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, dan sebaliknya:

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,393	0,140		2,799	0,017
	Profitabilitas	-4,857E-5	0,000	-0,072	-0,567	0,543
	Leverage	0,001	0,098	0,002	0,014	0,889
	Ukuran Perusahaan	-0,004	0,005	-0,095	-0,765	0,444

Sumber: Data olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi semua variabel bebas lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan terhadap variabel bebas dan variabel terikat. Hasil dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,783	0,346		-1,976	0,050
	Profitabilitas	0,138	0,016	0,188	2,316	0,024
	Leverage	0,124	0,034	0,367	3,410	0,004
	Ukuran	0,204	0,144	0,260	1,944	0,046
	Perusahaan					

Sumber: data olahan, 2023

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda pada Tabel 5 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebesar 0,204 yang berarti arahnya positif, sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,046 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Nilai koefisien pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0,188 yang berarti arah hubungannya positif, sedangkan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,024 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Nilai koefisien pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,124 yang berarti arah hubungannya positif, sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,004 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,557 ^a	0,150	0,125	0,23820

Sumber: data olahan, 2023

Berdasarkan hasil uji determinasi, diketahui nilai R Square sebesar 0,557 (55,7%), ini menunjukkan bahwa dengan model regresi berganda yang didapatkan dimana variabel bebas yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* simultan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan sebesar 55,7% sedangkan sisanya 44,3% dipengaruhi oleh variabel independen lain di luar penelitian ini.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Bahwa nilai koefisien ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebesar 0,204 yang berarti arahnya positif, sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,046 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada *signaling theory*, hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan biasanya dianggap relevan dan berpengaruh. Teori tersebut menyarankan bahwa karakteristik atau tindakan tertentu dari suatu perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal bagi investor atau pemangku kepentingan, memberikan informasi tentang nilai atau kualitas yang mendasari perusahaan. Sinyal ini dapat membantu mengurangi asimetri informasi dan ketidakpastian di pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herdiani et al., 2021; Rachmawati & Pinem, 2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Bahwa nilai koefisien pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0,138 yang berarti arah hubungannya positif, sedangkan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,024 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada *signaling theory*, profitabilitas berfungsi sebagai sinyal penting bagi pasar mengenai kinerja dan prospek perusahaan. Ketika sebuah perusahaan secara konsisten menunjukkan profitabilitas, itu membangun kepercayaan investor dan meningkatkan reputasinya. Profitabilitas positif menarik perhatian analis, investor institusional, dan pemegang saham potensial, yang mengarah pada peningkatan permintaan saham perusahaan. Permintaan yang lebih tinggi untuk saham dapat menaikkan harga saham, menghasilkan penilaian yang lebih tinggi untuk perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kalbuana & Juniar, 2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Bahwa koefisien pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,124 yang berarti arah hubungannya positif, sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,004 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* merupakan salah satu usaha peningkatan laba usaha yang

juga dapat menjadi tolak ukur dalam melihat perilaku manajer dalam aktivitas manajemen laba. Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya leverage yang dihasilkan oleh perusahaan (Novari & Lestari, 2016). Menurut signaling theory, tingkat leverage dapat berfungsi sebagai sinyal bagi investor tentang kualitas perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati & Pinem, 2015; Yusmaniarti et al., 2019) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.046.
2. Bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.024.
3. Bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.004.
4. Bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara bersamaan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di aming coffee podomoro sebesar 55.7%, sedangkan sisanya 44.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z. (2005). *Teori Keuangan dan Pasar Modal*. Ekonisia.
- Ghozali Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan). In *Semarang, Universitas Diponegoro*. Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2013). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (8th ed.). BPFE.
- Herdiani, N. P., Badina, T., & Rosiana, R. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 87–106. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.157>
- Isfenti, S. (2010). *Manajemen Keuangan*. USU Press.
- Kalbuana, N., & Juniar, U. (2017). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan*.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Keown, A. J. (2014). *Foundations of Finance: The Logic and Practice Of Financial Management* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Khafa, L., & Laksito, H. (2015). Pengaruh Csr, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Keputusan Investasi Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/9575>
- Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 8(2), 1338–1367. <https://doi.org/10.21067/jrma.v8i2.5232>

- Novari, P. M., & Lestari, dan P. V. (2016). PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Mempertahankan kontinuitas perusahaan adalah elemen penting yang harus dipertahankan oleh perusahaan , terutama men. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Equity*, 18(1), 1–18. <https://doi.org/10.34209/equ.v18i1.456>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Wardhani, W. K., Titisari, K. H., & Suhendro, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 37. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.264>
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. . P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.
- Yusmaniarti, Setiorini, H., & Pitaloka, L. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(4), 406–418.