



**PENGARUH *COMPANY SIZE*, *COMPANY GROWTH* DAN  
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus pada perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar  
di BEI periode 2017-2019)**

**Skripsi**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**LOVIANA RISCA MANDAGI**

**NPM. 21701081126**



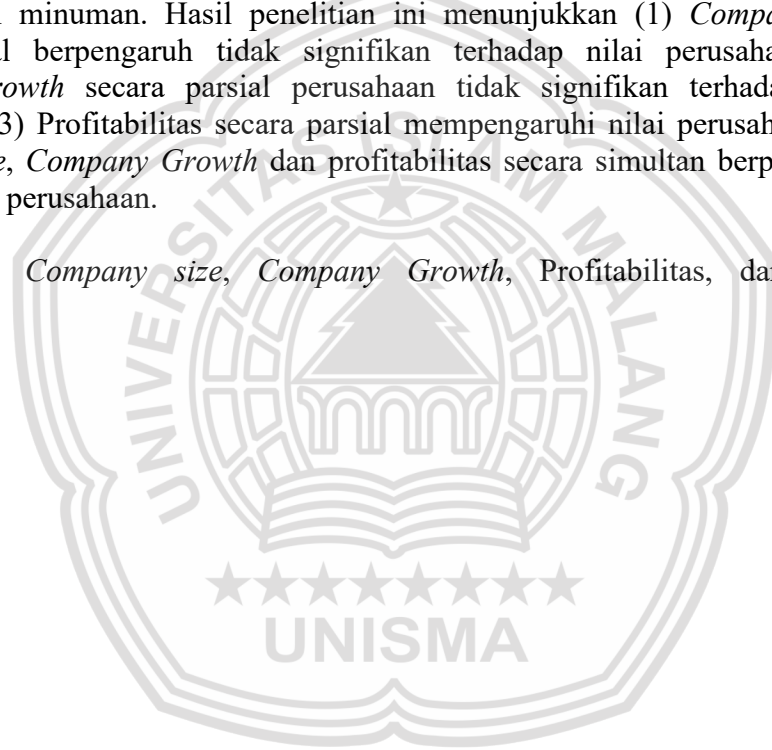
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG**

**2021**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengaruh *company size*, *company growth*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang meliputi analisis uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2017-2019 yaitu 26 perusahaan. Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 18 yang memenuhi kriteria pada perusahaan subsektor makanan dan minuman. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) *Company size* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) *Company Growth* secara parsial perusahaan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Profitabilitas secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan. (4) *Company size*, *Company Growth* dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

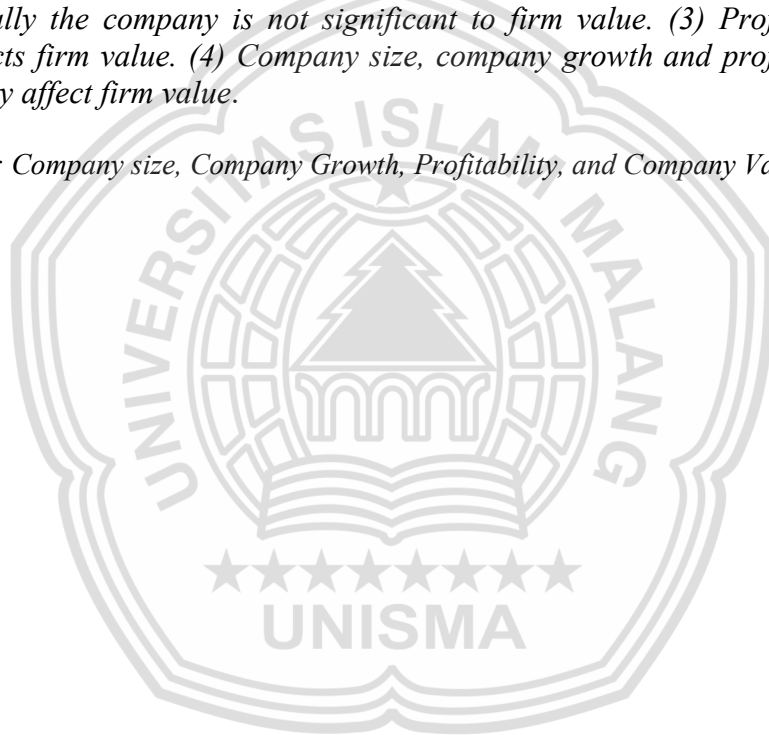
Kata Kunci: *Company size*, *Company Growth*, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan.



## ABSTRACT

*This study aims to see the influence of company size, company growth, and profitability on firm value in food and beverage companies listed on the IDX for the 2017-2019 period. The analysis method used in this research is descriptive analysis and multiple linear regression analysis which includes classical assumption test analysis and hypothesis testing. The population in this study were the food and beverage sub-sector companies listed on the IDX for the 2017-2019 period, namely 26 companies. In this study, the sample selection used a purposive sampling technique, in order to obtain 18 that meet the criteria in the food and beverage sub-sector company. The results of this study indicate (1) Company size partially has no significant effect on firm value. (2) Company growth partially the company is not significant to firm value. (3) Profitability partially affects firm value. (4) Company size, company growth and profitability simultaneously affect firm value.*

*Keywords: Company size, Company Growth, Profitability, and Company Value.*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia. Keadaan politik dalam negeri juga mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Perekonomian telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam negeri saat ini. Persaingan membuat semua perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tetap tercapai. Secara normatif salah satu tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan (Wiagustini, 2014:9). Tujuan utama perusahaan yang berorientasi pada laba salah satunya adalah meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham.

Pada umumnya suatu perusahaan berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang misalnya mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham, maupun tujuan jangka pendek misalnya memaksimalkan laba perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki. Perusahaan *go public* cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana dan Mustanda, 2016 : 561-594). Banyak perusahaan yang berlomba-lomba agar perusahaan yang belum *go public* menjadi *go public*. Karena dengan persaingan yang semakin

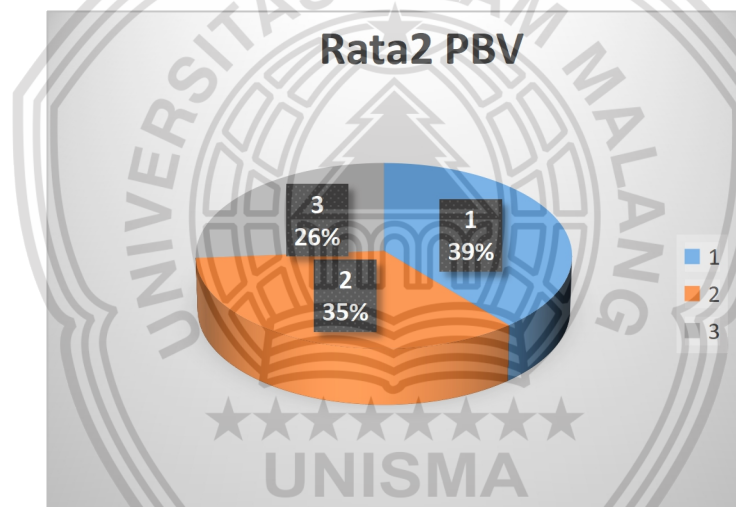
ketat, perusahaan harus terus meningkatkan usahanya agar mampu bertahan dalam seleksi persaingan pasar yang ketat seperti sekarang ini.

Ada beberapa alasan yang mendasari perusahaan menjadi *go public*, salah satunya yaitu pemikiran yang muncul jika perusahaan *go public* maka citra perusahaan akan meningkat. Tetapi terdapat alasan lain yang mendasari suatu perusahaan menjadi *go public*, yaitu karena perusahaan membutuhkan persediaan modal yang cukup besar dengan biaya modal yang tidak banyak (sedikit). Maka dari itu perusahaan menjual sahamnya kepada masyarakat di pasar modal. Karena ketika perusahaan menjual sahamnya kepada masyarakat, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan tambahan dana untuk memperkuat modal dalam mencapai tujuan yang dirancang oleh perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama perusahaan (Fama dan French, 1998 : 819-843). Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga pasar sahamnya. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Apabila pergerakan harga saham tidak stabil, maka calon investor akan ragu untuk melakukan investasi. Begitupun sebaliknya, apabila harga saham suatu perusahaan itu stabil maka calon investor tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya atau berinvestasi kepada perusahaan tersebut.

Husnan (2014:7) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah menawarkan saham ke publik, maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode yang akan datang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi.

**Gambar 1.1 Rata-rata PBV Tahun 2017-2019**



Sumber: Data diolah, 2020

Keterangan angka 1 menunjukkan tahun 2017, angka 2 menunjukkan tahun 2018, dan angka 3 menunjukkan tahun 2019. Rata-rata PBV yang diambil dari harga saham perusahaan sub sektor *food and beverage* yang menjadi sampel dalam penelitian (18 perusahaan) terlihat dari tahun 2017 yaitu sebesar 39%, tahun 2018 sebesar 35%, dan tahun 2019 sebesar 26%. Dapat dijelaskan bahwa rata-rata PBV Pada tahun 2017-2019 mengalami

penurunan. Rata-rata PBV di dapat dari hasil perhitungan harga saham dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Untuk harga saham dan jumlah saham yang beredar diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.investing.com](http://www.investing.com).

Banyak perusahaan yang tidak berhasil untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut kemungkinan terjadi dikarenakan pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Ketika pemegang saham mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada pihak lain, para pemilik saham mengharapkan pihak manajemen akan berjuang untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan sebaik mungkin, yang akhirnya nanti akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Pemegang saham membayar jasa pihak manajemen untuk mengedepankan kepentingan pemegang saham yaitu kesejahteraan pemegang saham.

Faktor-faktor seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan merupakan faktor dari nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham. Kondisi fundamental perusahaan yaitu kondisi yang berkaitan dengan kondisi internal perusahaan. Faktor fundamental erat kaitannya dengan kondisi perusahaan seperti kondisi dalam perusahaan yang dicerminkan melalui kinerja keuangan suatu perusahaan. Apabila suatu perusahaan hendak melakukan analisis fundamental dibutuhkannya data fundamental perusahaan yang berasal dari laporan keuangan perusahaan, seperti penjualan, dividen yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya (Jogiyanto, 2016:188).

Nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, sehingga penting untuk mengeksplorasi semua kemungkinan faktor yang akan berdampak pada nilai perusahaan. Hartono *et al.* (2013:9-18) mengatakan bahwa beberapa variabel yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, namun dalam penelitian ini akan membahas tiga faktor yang dianggap dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu *company size*, *company growth*, dan profitabilitas.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Company Size*. *Company Size* dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Setiadharna dan Machali (2017:4-8), perusahaan besar memiliki saham yang sangat luas, tetapi akan membuat saham kurang terkontrol atau didominasi oleh pihak-pihak tertentu. Di sisi lain, saham yang dimiliki oleh perusahaan kecil hanya didistribusikan di daerah-daerah kecil. Perusahaan besar cenderung banyak mengambil risiko dalam menjual saham mereka untuk mempertahankan kebutuhan pertumbuhan penjualan.

*Company size* merupakan variabel besar maupun kecilnya perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya penjualan, ekuitas maupun total aktiva perusahaan. Perusahaan yang sudah mencapai tahap kedewasaannya yaitu perusahaan yang kemungkinan memiliki gambaran nilai total aktiva yang semakin besar dan pertumbuhan penjualan yang baik. Perusahaan yang telah berada di tahap kedewasaannya yaitu perusahaan yang telah memiliki arus



kas yang positif dan diperkirakan mempunyai aspek yang menguntungkan dalam kurun waktu yang relatif lama. Rai dan Merta (2016:1572-1598) mengatakan bahwa besar kecilnya total aktiva maupun modal yang digunakan perusahaan merupakan cerminan dari ukuran perusahaan.

Total penjualan yang dimiliki oleh suatu perusahaan menunjukkan ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah untuk mendapatkan sumber dana internal atau eksternal, yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri. Perusahaan-perusahaan besar telah mendorong untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi perusahaan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Company Growth*. *Company Growth* merupakan perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset perusahaan dimana pertumbuhan aset tahun lalu menggambarkan profitabilitas yang akan datang dan pertumbuhan yang datang (Taswan, 2003:162-181). Pertumbuhan perusahaan akan mencerminkan bahwa perusahaan akan berkembang atau tidak. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat akan memperoleh hasil yang positif dalam artian perusahaan tersebut akan lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain dengan adanya pertumbuhan yang cepat tersebut. Perusahaan yang tumbuh dengan cepat akan menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang tumbuh dengan cepat juga akan menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh. Tetapi perusahaan yang tumbuh dengan cepat harus ekstra hati-hati, karena semakin tinggi

kesuksesan yang diperoleh maka menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu negatif. Pertumbuhan perusahaan adalah suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Suwardika dan Mustanda, 2017:1248–1277).

Menurut Syardiana dkk, (2015:119–134) pertumbuhan perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian yang semakin tinggi karena pertumbuhan memiliki aspek yang menguntungkan bagi pihak investor. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan potensial yang tinggi cenderung perusahaan tersebut akan menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang, dan kapitalisasi pasar yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas yaitu kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang didapat oleh suatu perusahaan. Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting di dalam semua aspek bisnis karena profitabilitas dapat menunjukkan efisiensi dari suatu perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor.

Perusahaan yang mampu menghasilkan laba semakin tinggi menunjukkan bahwa kinerja suatu perusahaan yang semakin baik, sehingga dapat menghasilkan tanggapan baik dari para investor yang berdampak pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan (Purnama dan Abundanti, 2014:1427-1441). Investor yang menanamkan saham pada perusahaan pastinya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi suatu perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar *return* yang diharapkan oleh para investor sehingga mengakibatkan nilai suatu perusahaan tersebut meningkat.

Sub sektor *food and beverage* dipilih karena perusahaan makanan dan minuman semakin tumbuh pesat di berbagai daerah Indonesia. Berbagai macam bisnis dapat dijadikan investasi salah satunya yaitu dalam bentuk saham. Sub sektor *food and beverage* dipilih sebagai studi kasus karena memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen karena sub sektor *food and beverage* bergerak dalam bidang konsumsi. Pertumbuhan jumlah penduduk yang meningkat di Indonesia, mengakibatkan kebutuhan makanan dan minuman mengalami peningkatan.

Karakteristik masyarakat yang gemar berbelanja makanan dan minuman dapat membantu dalam mempertahankan sektor *food and beverage* dengan baik. Hal tersebut mengakibatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya pada sub sektor *food and beverage*, karena prospek yang cukup bagus dan cenderung lebih banyak diminati oleh para investor. Dari latar belakang maka penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH COMPANY SIZE, COMPANY GROWTH DAN PROFITABILITAS**

## TERHADAP NILAI PERUSAHAAN” (Studi Kasus pada perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2017-2019).’

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh *company size* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019?
2. Bagaimana pengaruh *company growth* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019?
4. Bagaimana pengaruh *company size*, *company growth* dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang ada maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *company size* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *company growth* secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *company size*, *company growth* dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.

#### 1.4 Manfaat Penelitian:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penambah wawasan, pengetahuan dan referensi penulisan mengenai pengaruh *company size*, *company growth*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi manajemen perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para manajer dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan sebagai tujuan utama perusahaan.

### 3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi pada investor yang ingin menanamkan dananya dengan melihat pada *company size*, *company growth*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaannya.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. *Company size* berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.
2. *Company growth* berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.
3. Profitabilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.
4. *Company size*, *company growth* dan profitabilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019.

#### 5.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang

akan datang dalam menyempurnakan penelitiannya. Karena penelitian ini sendiri memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Jumlah sampel yang hanya 18 perusahaan, tentunya kurang untuk menggambarkan hasil penelitian yang baik.
2. Objek penelitian hanya difokuskan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI sehingga ruang lingkupnya lebih kecil.
3. Dalam penelitian ini menganalisis selama 3 tahun (dari tahun 2017-2019) sehingga data yang digunakan terbatas.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian atau kesimpulan diatas dan keterbatasan dalam penelitian ini maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu melakukan penelitian ini dengan menambah jumlah sampel pada perusahaan yang akan diteliti, objek penelitian tidak hanya difokuskan pada sektor *food and beverage* dan penelitian menggunakan tahun terbaru setelah tahun 2019.

2. Bagi Akademisi

Lebih menggali mengenai nilai perusahaan serta faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Serta



banyak menambah wawasan melalui buku atau jurnal-jurnal mengenai nilai perusahaan beserta faktor-faktor yang mempengaruhi.

### 3. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan diharapkan dapat menerapkan profitabilitas yang baik dalam perusahaan. Sedangkan bagi perusahaan yang telah menerapkan *company size* dan *company growth* perusahaan yang baik dalam perusahaan, diharapkan penerapan tersebut sesuai dengan tujuan yaitu terciptanya perusahaan yang sehat dan bersih meskipun tidak mempengaruhi nilai dalam perusahaan itu sendiri.

### 4. Bagi Investor

Perlu memahami *company size*, *company growth* dan profitabilitas atau faktor lainnya untuk mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Karena seorang investor harus mengetahui terlebih dahulu bagaimana kondisi perusahaan sebelum melakukan investasi di dalam perusahaan manapun

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Dewi. 2004. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia. Hal.36
- Brigham, Eugene dan Joel F Houston. 2001. *Manajemen Keuangan II*. Jakarta: Salemba Empat. Hal.233
- Dewi, Ayu Sri Mahatma<sup>1</sup> dan Ary Wirajaya<sup>2</sup>. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4.2(2013): 358-372.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta. Hal.138
- Fakhrudin dan Hadianto, Sopian. 2001. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal, Buku satu*. Jakarta: Elex Media Komputindo. Hal.68
- Fakhrudin, Hendy M dkk. 2011. *Pasar Modal di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Fama, Eugene dan French, Kenneth (1998). "Taxes, Financing Deci-sion, and Firm Value". *The Journal of Finance* Vol. LIII No 3, June, pp 819-843.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gill, A., dan Obradovich, J. (2012). The Impact of Corporate Governance and Financial Leverage on the Value of American Firms. *International Research Journal of Finance and Economics*, (91), 1450– 2887.
- Hartono, U., Bambang Subroto, Djumahir, and Gugus Irianto. 2013. Firm Characteristics, Corporate Governance and Firm Value. *International Journal of Business and Behavioral Sciences*. 3(8): Hal: 9-18.
- Horne, James C. Van, John M. Wachowicz, JR. 2005. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan (Buku 2)*. Terjemahan oleh Dewi Fitriasaki & Deny Arnos Kwary 2010. Jakarta: Salemba Empat.

- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Eny. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 5, Yogyakarta UPP STIM YKPN. Hal:233
- Husnan, Suad. 2014. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE. Hal.7.
- Irham, Fahmi. 2012. *Pengantar Pasar Modal*. Bandung : Alfabeta. Hal.69
- Jogiyanto, Hartono. 2016. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta: BPFE.
- Kusumajaya, Dewa Kadek Oka. 2011. “Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”. *Disertasi Denpasar*. Universitas Udayana. Hal.9
- Mahatma Dewi AS dan Wirajaya A. 2014. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*. Universitas Udayana Vol. 4. No. 2. Hal.1-15
- Martini Putu, Ni N. G., Moeljadi, Djumahir, and Atim Djazuli. 2014. Factor Affeting Firms Value of Indonesia Public Manufacturing Firms. *International Journal of Business and Management Invention*. 3(2): pp: 35-44.
- Mishkin, Frederic S. 2008. *Ekonomi Uang Perbankan, dan Pasar Keuangan*. Edisi Sembilan, Jilid 2. Jakarta : Salemba Empat. Hal.306
- Moeljono, Djokosantoso. 2005. *Good Corporate Culture Sebagai Inti Good Corporate Governance*. Jakarta: Elex Media Komputindo. Hal.14
- Pradana, Herdiawan Rudi. 2013. *Pengaruh Risiko Bisnis, Struktur Asset, Ukuran dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal*. Hal.64-70
- Pramana, I G N Agung Dwi dan I Ketut Mustanda. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan SIze Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(1): h: 561-594.

- Purnama, Sari Pt Indah dan Nyoman Abundanti. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Journal Management of Finance*. h: 1427-1441.
- Novari, Putu Mikhy dan Lestari, Putu Vivi. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan sektor Properti dan Real Estate. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali*. 5(9): 5671-5694.
- Rai, N K Prastuti dan 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): h: 1572- 1598.
- Saidi. 2004. Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan manufaktur go public di BEJ tahun 1997-2002. Dalam *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 11(1):h: 44-58.
- Saputri Dewi, Yuniarta GA dan Tungga Atmadja AW. 2014. Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ 45 di BEI Periode 2008-2012. *E-Journal SI Ak Univ. Pendidikan Ganesha Vol.2 No.1*.
- Setiadharna, dan Machali, M. (2017). The Effect of Asset Structure and Firm Size on Firm Value with Capital Structure as Intervening Variable. *Journal of Business & Financial Affairs*, 6(4), 4–8.
- Setiyadi. 2007. Pengaruh Company Size, Profitability dan Institutional Ownership terhadap CSR Disclousure. *Jurnal Ekonomi*. Universitas Padjajaran Bandung.
- Subramanyam, K.R; Wild, J.J; and Halsey, R.F. 2005. *“Financial Statement Analysis”*. 8th Edition. Jakarta: Salemba Empat. Hal.317
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga. Hal.23

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal.250.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharli, Michell. 2006. Studi Empiris Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public di Indonesia. *Dalam Jurnal Manajemen Akuntansi*, 6(1): h: 23-24.
- Sujoko dan Soebiantoro, Ugy. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ektern terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9 No. 1. Hal.41-48
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *EJurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277
- Taswan. 2003. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang dan Dividen terhadap Nilai Perusahaan serta Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2. Pp.162-181.
- Wiagustini, Ni Luh Putu. 2014. *Manajemen Keuangan*. Cetakan Pertama. Denpasar: Udayana University Press.
- Wijaya, Bayu Irfandi dan I. B. Panji Sedana.(2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4(12): h: 4477-4500.
- Yulius, Christiawan., & Tarigan. (2007). “Kepemilikan Manajerial Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Volume 1 Mei 2007. Hal: 3.



[www.edusaham.com](http://www.edusaham.com)

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.investing.com](http://www.investing.com)

