

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

**Davin Azaria Purnama\* dan Sufiyati**

*Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta*

*\*Email: [davinazaria@gmail.com](mailto:davinazaria@gmail.com)*

**Abstract:** This study is to determine the effect of leverage, company size, return on assets, and earnings per share on the value of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. The sample was selected by purposive sampling method and the valid data were 75 companies. The data processing technique uses multiple regression analysis assisted by the E-views 11 program. The results of this study indicate that all independent variables simultaneously affect firm value. The t test results show that leverage has a positive effect on firm value, firm size has a negative effect on firm value, return on assets and earnings per share have no effect on firm value. The research implication is the need to improve manager's performance to create company success so that the company's value will increase.

**Keywords:** Leverage, Size, Return on asset, Earning per share, Firm Value.

**Abstrak:** Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh leverage, Ukuran Perusahaan, return on asset, dan earning per share terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dan data yang valid adalah 75 perusahaan. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda yang dibantu program E-views 11. Hasil penelitian ini menunjukkan semua variabel independen secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil uji t menunjukkan leverage memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, return on asset dan earning per share tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Implikasi penelitiannya adalah perlunya peningkatan kinerja manajer untuk menciptakan keberhasilan perusahaan sehingga nilai perusahaan akan mengalami peningkatan.

**Kata kunci :** Leverage, Ukuran Perusahaan, Return on asset, Earning per share, Nilai Perusahaan.

### PENDAHULUAN

Melihat perkembangan zaman dan kondisi perekonomian di Indonesia, dapat lihat ekonomi Indonesia mengalami perkembangan pesat setiap tahunnya. Perkembangan ini dapat dilihat dari pertambahan serta pertumbuhan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Menurut Anjasari & Andriati (2016) bahwa perusahaan didirikan dengan tujuan yang jelas yaitu mencapai laba maksimal sehingga menjamin kemakmuran pemilik perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan yang digambarkan pada harga saham yang tinggi. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan akan menghadapi banyak hambatan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Persaingan antar perusahaan dapat dilihat dari harga saham yang dimiliki perusahaan di pasar modal. Perusahaan akan bersaing untuk memiliki harga saham yang maksimal. Dalam bersaing melalui harga saham maka kinerja suatu perusahaan harus memiliki kualitas yang baik maka harga

saham dapat bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menarik para investor dalam menanamkan modalnya, dengan harga saham yang baik maka investor berani untuk berspekulasi bahwa perusahaan kedepannya akan menguntungkan investor.

Nilai perusahaan merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain dimata para investor (Wardhana, 2017a). Nilai perusahaan yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang bagus di masa mendatang. Tidak hanya memiliki prospek di masa mendatang, nilai perusahaan akan memberikan citra baik bagi perusahaan sehingga dapat menarik minat investor maupun calon investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain yaitu *leverage*, *size*, *return on asset*, dan *earning per share*.

Dalam beberapa tahun ini banyak perusahaan baru yang mencatatkan nama perusahaannya di Bursa Efek Indonesia. Ditahun 2017-2019 terdapat beberapa perusahaan yang mencatatkan namanya di Bursa Efek Indonesia seperti Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk, Sentra Food Indonesia Tbk, Madusari Murni Indah Tbk. Dengan munculnya perusahaan baru maka persaingan dalam menciptakan nilai perusahaan yang baik akan menjadi lebih ketat dikarenakan setiap perusahaan baru dan perusahaan yang lama memiliki kualitas yang berbeda. Dalam menaikkan nilai perusahaan perusahaan harus memiliki kinerja manajer yang berkualitas untuk dapat menciptakan nilai perusahaan yang baik. Dengan nilai perusahaan yang tercermin baik maka investor akan menanamkan modalnya di perusahaan yang ia pilih. Dengan mendapatkan modal dari investor maka perusahaan akan mendapatkan suntikan dana untuk mengembangkan perusahaannya sehingga dengan perusahaan yang berkembang pesat dapat menaikkan nilai perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan dan untuk bagi investor untuk dapat melihat nilai perusahaan yang berkualitas baik agar investor dapat mendapatkan pengembalian yang diinginkan.

## KAJIAN TEORI

**Agency Theory.** teori keagenan ialah teori yang menjelaskan dua hubungan agensi yaitu *principal* dan *agent* (Godfrey et al., 2010). Teori keagenan merupakan dasar teori yang digunakan perusahaan dalam menjalankan praktik bisnisnya. Dimana yang dimaksud dengan *principal* dalam perusahaan ialah pemegang saham dan *agent* ialah manajemen perusahaan. Dalam menjalankan praktik bisnis, manajemen perusahaan akan dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja mengelola perusahaan demi kepentingan para pemegang saham (investor). Agent akan membuat laporan keuangan sebagai sarana untuk menyampaikan kinerja serta hasil pencapaian perusahaan kepada *principal*. *Principal* dapat meninjau kinerja agent melalui laporan keuangan tersebut dan mengawasi agent agar tidak mengambil keputusan yang tidak sesuai.

**Signalling Theory.** Teori sinyal ialah suatu teori yang menjelaskan tentang informasi dalam laporan keuangan akan memberikan sinyal kepada investor maupun calon investor yang membutuhkan laporan keuangan perusahaan untuk mengambil keputusan yang tepat (Godfrey et al., 2010). Sinyal tersebut dapat menjadi perhatian bagi investor maupun calon investor untuk mengetahui kondisi perusahaan selama perusahaan tersebut beroperasi sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menanamkan modal. Kualitas perusahaan yang baik akan memberikan potensi sinyal yang baik bagi investor (Lukman & Tanuwijaya, 2020).

**Nilai Perusahaan.** Menurut Wardhana (2017) bahwa nilai perusahaan merupakan salah satu kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain dimata investor. Semakin perusahaan mencerminkan kualitas nilai perusahaan maka dengan nilai perusahaan yang baik akan menjadi sinyal positif bagi para investor.

**Leverage.** Menurut Wiagustini (2014) *leverage* merupakan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban finansial perusahaan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek atau rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Menurut Musayyana *et al* (2019) *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Anugerah & Suryanawa (2019) *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Permatasari & Azizah, (2018) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Ukuran Perusahaan.** Menurut Riyanto (2010) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai total aktivitya. Menurut Musayyana *et al* (2019) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Putri & Mardenia (2018) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan menurut Utomo (2016) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Return On Asset (ROA).** Menurut Musayyana *et al* (2019) *return on asset* adalah indikator kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atas sejumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan, rasio ini digunakan untuk melihat tingkat efisiensi operasi perusahaan dalam menggunakan aset. Menurut Musayyana *et al* (2019) *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Triagustina *et al* (2014) *return on asset* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan Halik (2018) *return on asset* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Earning Per Share (EPS).** *Earning per share* menggambarkan jumlah pendapatan yang diperoleh dari setiap lembar saham dalam waktu periode tertentu (Yuriska & Lukman, 2020) digambarkan sebagai profitabilitas perusahaan pada setiap lembar saham, semakin tinggi nilainya akan membuat pemegang saham senang dikarenakan makin besar laba yang disediakan untuk pemegang saham dan kemungkinan akan meningkatkan jumlah dividen yang diterima pemegang saham (Sitompul *et al.*, 2019). Menurut Musayyana *et al* (2019) *earning per share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Sukaenah (2015) *earning per share* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan Mindra & Erawati (2014) *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Kaitan Antar Variabel**

**Leverage dengan Nilai Perusahaan.** Menurut penelitian Marlina (2013) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketika perusahaan melakukan pendanaan dengan hutang dalam jumlah yang lebih besar akan meningkatkan resiko yang ditanggung oleh pemegang saham. Ketika perusahaan menggunakan lebih banyak hutang maka akan meningkatkan perkiraan pengembalian atas ekuitas. Selama kenaikan laba yang diperoleh lebih besar dari kenaikan resiko yang ditanggung akibat dari naiknya hutang, maka kenaikan hutang akan meningkatkan harga saham akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan menurut Anugerah & Suryanawa (2019) menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan Permatasari & Azizah, (2018) *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.** Menurut Putri & Mardenia (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan berarti semakin

besarnya suatu perusahaan maka semakin banyak dana yang dikeluarkan untuk mendanai kebutuhan perusahaan dalam bentuk utang maka semakin tinggi risiko *insolvent* yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Menurut Musayyana *et al* (2019) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan menurut Utomo (2016) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Return On Asset dengan Nilai Perusahaan.** Menurut penelitian Triagustina *et al* (2014) menunjukkan bahwa *return on asset* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan hal ini menunjukan aset yang tinggi akan mempengaruhi nilai perusahaan yang dikarenakan kinerja manajemen dalam menggunakan aset perusahaan belum dapat dikelola secara efisien dan efektif sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Menurut Musayyana *et al* (2019) *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan Halik (2018) *return on asset* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Earning Per Share dengan Nilai Perusahaan.** Menurut Sukaenah (2015) menunjukkan bahwa *earning per share* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kenaikan *earning per share* disebabkan adanya kenaikan laba perusahaan, investor yang memiliki ekspektasi tinggi akan memandang bahwa informasi kenaikan laba perusahaan sebagai berita buruk. Ini disebabkan Laba perusahaan yang naik tidak sesuai dengan ekspektasi dari investor. Jika banyak yang memandang informasi ini sebagai berita yang buruk maka membuat investor takut menanamkan modalnya sehingga dapat membuat harga saham turun, dengan turunnya harga saham maka mengakibatkan penurunan nilai perusahaan. Menurut Musayyana *et al* (2019) *earning per share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan Mindra & Erawati (2014) *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### Pengembangan Hipotesis

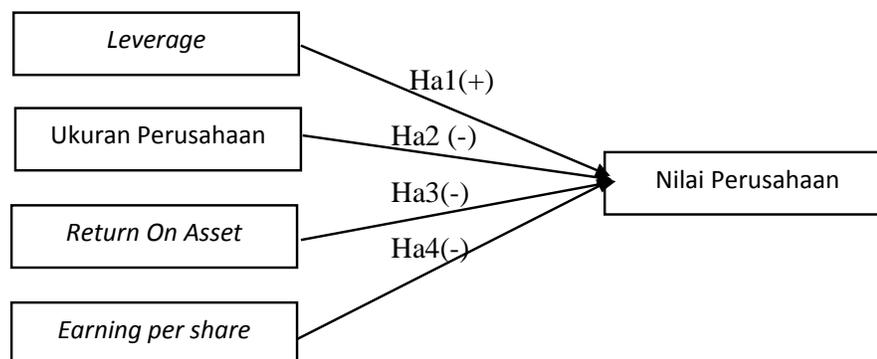
Berdasarkan hasil penelitian menurut Anugerah & Suryanawa (2019) menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil Permatasari & Azizah, (2018) *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Marlina (2013) dan Utomo (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ha1: *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai.

Berdasarkan penelitian menurut penelitian Putri & Mardenia (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Musayyana *et al* (2019) dan Mindra & Erawati (2014) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan menurut Utomo (2016) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Ha2: Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian menurut Musayyana *et al* (2019) dan Lestari & Armayah (2016) *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Triagustina *et al* (2014) menunjukkan bahwa *return on asset* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan Halik (2018) *return on asset* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ha3: *Return on asset* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian menurut Musayyana *et al* (2019) bahwa *earning per share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Mindra & Erawati (2014) *earning per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Menurut Sukaenah (2015) menunjukkan bahwa *earning per share* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ha4 : *Earning per share* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODOLOGI

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dalam periode 2017-2019. Pemilihan sampel, metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan ialah 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2017-2019. 2) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami penghentian perdagangan efek sementara oleh Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2017-2019. 3) Perusahaan manufaktur yang *initial public offering (IPO)* sebelum tahun 2017. 4) Perusahaan manufaktur yang yang tidak mengalami kerugian pada periode tahun 2017-2019. 5) Perusahaan manufaktur yang pelaporannya menggunakan mata uang Rupiah. 6) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan per 31 Desember. Jumlah seluruh sampel adalah 75 perusahaan.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variabel	Ukuran	Skala	Sumber
Nilai Perusahaan	$\frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$	Rasio	Brigham & Houston (2010)
<i>Leverage</i>	$\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio	Wiagustina (2014)
<i>Size</i>	$\ln(\text{Total Asset})$	Rasio	Tjipto & Juniarti (2016)
<i>Return On asset</i>	$\frac{\text{Net Income After tax}}{\text{Total Asset}}$	Rasio	Syamsuddin (2011)

<i>Earning per share</i>	$\frac{\text{Net income after tax}}{\text{Outstanding shares}}$	Nominal	Fahmi (2011)
--------------------------	---	---------	--------------

### HASIL UJI STATISTIK

Uji Asumsi Klasik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji multikolinieritas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi atau sempurna antara variabel independen lain, dan hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai dibawah 0.8 yang berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Hasil uji pengaruh (uji t) dilakukan setelah uji asumsi klasik memenuhi persyaratan, dan hasilnya dalam pengolahannya menggunakan *fixed effect model* yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Periods included: 3  
 Cross-sections included: 75  
 Total panel (balanced) observations: 225

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	102.2850	40.56598	2.521446	0.0128
DER	2.340070	0.793690	2.948341	0.0037
SIZE	-3.511019	1.422203	-2.468719	0.0147
ROA	-0.612009	2.876572	-0.212756	0.8318
EPS	-0.000346	0.000450	-0.768738	0.4433

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
Root MSE	1.801014	R-squared	0.950208
Mean dependent var	3.047677	Adjusted R-squared	0.923606
S.D. dependent var	8.089151	S.E. of regression	2.235795
Akaike info criterion	4.716799	Sum squared resid	729.8216
Schwarz criterion	5.916230	Log likelihood	-451.6399
Hannan-Quinn criter.	5.200894	F-statistic	35.72021
Durbin-Watson stat	2.888590	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Hasil Pengolahan Data E-Views 11

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$PBV = 102.2850 + 2.340070DER - 3.511019SIZE - 0.612009ROA - 0.000346EPS + \epsilon_{i,t}$$

Berdasarkan hasil pengujian, variabel pertama ialah *leverage (DER)* memiliki pengaruh positif dengan koefisien 2.340070 dan signifikan dengan probabilitas 0.0037 terhadap nilai perusahaan, sehingga Ha1 diterima. Variabel kedua adalah ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh negatif dengan koefisien -3.511019 dan signifikan dengan probabilitas 0.0147 terhadap nilai perusahaan, sehingga Ha2 diterima. Variabel ketiga adalah *return on asset* memiliki pengaruh negatif dengan koefisien -0.612009 dan tidak signifikan dengan probabilitas 0.8318 terhadap nilai perusahaan, sehingga Ha3 ditolak. Variabel keempat adalah *earning per share* memiliki pengaruh negatif dengan koefisien 0.000346 dan tidak signifikan dengan probabilitas 0.4433 terhadap nilai perusahaan, sehingga Ha4 ditolak.

Hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R-squared*) menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.923606 yang artinya adalah variabel independen yang terdiri dari *leverage, size,*

*return on asset*, dan *earning per share* memiliki kemampuan sebesar 92.36% untuk menjelaskan variabel dependen berupa nilai perusahaan sedangkan sisanya sebesar 7.64% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak berada dalam penelitian ini.

## DISKUSI

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t), *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kenaikan hutang yang digunakan perusahaan akan berusaha meningkatkan perkiraan pengembalian atas ekuitas dan investor. Selama pencapaian laba yang diperoleh lebih besar dari kenaikan resiko akibat hutang, maka kenaikan ini akan meningkatkan harga saham dan akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan memiliki dampak berupa pembiayaan memenuhi kebutuhan operasional. Pembiayaan yang digunakan dapat berupa hutang, oleh karena itu semakin besar ukuran perusahaan maka dapat menaikkan hutang dalam membiayai kebutuhan operasional. Apabila perusahaan tidak sanggup dalam menjalankan kewajibannya maka akan mempengaruhi investor dalam menanamkan modalnya. Dengan biaya yang dikeluarkan semakin banyak untuk kebutuhan perusahaan maka akan semakin tinggi resiko *insolvent* yang dapat menurunkan nilai perusahaan. *Return on asset* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berapapun kenaikan laba yang mampu dihasilkan suatu perusahaan tidak dapat menambah nilai perusahaan pada sektor manufaktur. Laba tinggi yang dimiliki perusahaan tidak dapat menjadikan penentu harga saham suatu perusahaan karena adanya faktor-faktor eksternal seperti faktor politik, dan ekonomi suatu negara yang dapat mempengaruhi nilai saham suatu perusahaan sehingga kenaikan laba tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. *Earning per share* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kenaikan *earning per share* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini disebabkan adanya persaingan pasar yang tinggi seperti banyaknya perusahaan manufaktur yang baru serta memiliki kualitas perusahaan yang unggul dengan ini investor akan memilih berinvestasi di perusahaan yang lebih berkualitas. Sehingga sebarang kenaikan *earning per share* tidak mempengaruhi kualitas suatu nilai perusahaan.

## KESIMPULAN

Keterbatasan pada penelitian ini adalah ketidak cakupan dari seluruh variabel yang mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini berupa nilai perusahaan sedangkan variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *leverage*, ukuran perusahaan (*size*), *return on asset*, dan *earning per share*, periode dalam penelitian yang dilakukan relatif pendek yaitu hanya selama 3 tahun berturut-turut yakni dari tahun 2017-2019, penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti *corporate social responsibility*, *good corporate governance*, *green accounting*, dan kepemilikan manajerial, penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel lebih dari 3 tahun dan penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan sampel agar tidak terbatas hanya pada perusahaan manufaktur saja sehingga hasil penelitian dapat lebih mencerminkan keadaan pasar yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjasari, S. P., & Andriati, H. N. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 11(2), 52–59.
- Anugerah, K. H. G., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(3), 2324–2352.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan Buku 1*. Terjemahan Ali Akbar Yulianto, Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2011). *Analisis laporan keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Godfrey, J., Hodgson, A., Tarca, A., Hamilton, J., & Holmes, S. (2010). *Accounting Theory 7th edition John Wiley & Sons Australia*.
- Halik, A. C. (2018). Pengaruh Roa Dan Npm Terhadap Nilai Perusahaan. *Scientific Journal Of Reflection*, 1(1), 1–10.
- Lukman, H & Tanuwijaya, H. (2020). The Effect of Financial Performance and Intellectual Capital on Firm Value with CSR as a Mediating Variable in Banking Industry. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 174, p. 252-258. Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020).
- Lestari, S. A., & Armayah, M. (2016). Profitability and Company Value: Empirical Study of Manufacture Companies in Indonesia Period 2009 - 2014. *Information Management and Business Review*, 8(3), 6–10.
- Marlina, T. (2013). Pengaruh Earning Per Share, Return On Equity, Debt To Equity Ratio dan Size Terhadap Price To Book Value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 1(1), 59–72. [http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file\\_artikel\\_abstrak/Isi\\_Artikel\\_715653482132.pdf](http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_715653482132.pdf)
- Mindra, S., & Erawati, T. (2014). Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011). *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 10–22. <https://doi.org/10.24964/ja.v2i2.31>
- Musayyana, M., Mas'ud, M., & Nur, A. N. (2019). Pengaruh Return On Asset, Earning Per Share, Ukuran Perusahaan dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Center Of Economic Student Journal*, 2(3), 41–56. <https://doi.org/10.21107/mediatrend.v15i1.5970>
- Permatasari, D., & Azizah, D. F. (2018). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(4), 100–106. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A100](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A100)
- Putri, K. A. T., & Mardenia, L. (2018). Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 14(2), 156–169. <https://doi.org/doi.org/10.21009/wahana-akuntansi/14.2.04>
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan* (4th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Sitompul, M. J. V., Sisilia, M., Sitompul, M. M., & Situngkir, I. A. U. (2019). Pengaruh Struktur Modal (DER), Earning Per Share (EPS), dan Kebijakan Dividen (DPR) Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Basic Industry Chemicals yang Terdapat di BEI Periode 2014-2018. *Jurnal Neraca Agung*, 19(1), 100–109.
- Sukaenah, S. (2015). Pengaruh Earning Per Share (Eps), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas,

Leverage, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1*(1), 1–18.

- Syamsuddin, L. (2011). Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan. Cetakan kedua belas. *Jakarta: Rajawali Pers.*
- Tjipto, E. P., & Juniarti, J. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Property and Real Estate. *Business Accounting Review, 4*(1), 25–36.
- Triagustina, L., Sukarmanto, E., & Helliana, H. (2014). Pengaruh Return On Asset (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. *Prosiding Akuntansi, 28–34.*
- Utomo, N. A. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Indeks LQ45 Di Bursa Efek Indonesia. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan, 5*(1), 82–94. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/5573>
- Wardhana, P. K. (2017a). Pengaruh Biaya Lingkungan dan Kinerja Keuangan Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Unesa, 6*(1), 1–25.
- Wiagustini, N. L. P. (2014). Dasar-dasar Manajemen Keuangan (1st ed.). Denpasar: Udayana Press.
- Yuriska H, K., & Lukman, H (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Perusahaan Garmen Dan Tekstil Di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2 Edisi Oktober 2020 : 1671- 1679*