

Pengaruh Firm Size, Profitability, Sales Growth, Dan Leverage Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2015-2017

Richard Emanuel dan Rosmita Rasyid
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Tarumanagara, Jakarta
email: richardemanuel07@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research is to obtain empirical evidence about the effects of firm size, profitability, sales growth, and leverage on firm value of the manufacturing companies listed in the Indonesia Stock Exchange in the period of 2015-2017. The research is conducted by taking 192 samples using purposive sampling method. The result of this research shows that all the independent variables have effects on firm value (Tobin's Q), this result is prove by simultaneously test (F test). The t test results showed that firm size and sales growth have a significant negative effect on firm value, while profitability and leverage have no significant effect on firm value.*

Keywords: *firm value, firm size, profitability, sales growth, leverage.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh *firm size*, *profitability*, *sales growth*, dan *leverage* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015–2017. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 192 data sampel yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan dapat memprediksi *firm value* (Tobin's Q) dengan dibuktikan dengan hasil uji F. Hasil uji t menunjukkan bahwa *firm size* dan *sales growth* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *firm value*, sedangkan *profitability* dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *firm value*.

Kata kunci: nilai perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, *leverage*.

LATAR BELAKANG

Berlangsungnya kehidupan suatu perusahaan merupakan hal yang penting bagi pihak-pihak yang memiliki kaitan dengan perusahaan tersebut. Perusahaan tidak akan mampu untuk berdiri sendiri tanpa ada pihak-pihak yang membantu pendanaan perusahaan. Pendanaan yang dilakukan tersebut akan memberikan kompensasi yang sesuai bagi para investor maupun kreditor dimasa yang akan datang.

Untuk meyakinkan para investor dan kreditor, setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan tersebut dengan semaksimal mungkin, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan para pemegang saham. Pada saat ini, perkembangan bisnis yang sangat pesat membuat banyak perusahaan baru muncul. Hal tersebut mengarah kepada suatu persaingan

yang ketat antara perusahaan, karena itu untuk mempertahankan operasi bisnis dan juga untuk melakukan persaingan dengan perusahaan lain banyak hal yang dibutuhkan dan perlu disiapkan seperti strategi, kepercayaan pelanggan, ide-ide baru, bahkan yang paling penting adalah modal. Salah satu cara untuk mendapatkan modal adalah dengan menggunakan pinjaman, dan untuk memberikan kepercayaan investor dan kreditor perusahaan harus meningkatkan nilai perusahaannya.

Nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Realisasi nilai perusahaan dari perusahaan yang belum *go public* akan terlihat dengan harga yang akan dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang telah *go public* maka nilai perusahaan akan tercermin pada harga saham yang diperjual-belikan di bursa efek. Apabila harga saham suatu perusahaan meningkat, maka akan meningkatkan nilai perusahaan dengan hal ini dapat dikatakan bahwa perusahaan juga meningkatkan kemakmuran para pemegang sahamnya. Salah satu proksi untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan rumus TOBIN'S Q yaitu dengan membandingkan jumlah antara *market value of equity* dan *total debt* dengan *total assets* (Raharja dan Putra, 2016).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara *firm size*, *profitability*, *sales growth*, dan *leverage* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2017, karena terdapat hasil yang berbeda dari pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian sebelumnya. Peneliti memilih perusahaan manufaktur karena perusahaan tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian negara dan informasi laporan keuangan perusahaan tersebut disajikan secara detail dan lengkap.

KAJIAN TEORI

Teori keagenan (*agency theory*) adalah suatu teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara pemegang saham, yang sering dikenal dengan sebutan prinsipal (*principal*) dengan manajemen perusahaan yang dikenal sebagai agen (*agent*). Hubungan agensi ini dapat diartikan sebagai suatu kontrak dimana satu individu atau lebih (*principal*) melakukan perjanjian dengan pihak lain (*agent*) untuk melakukan jasa tertentu.

Teori sinyal adalah suatu teori yang menyatakan bahwa pihak ekskulif dalam suatu perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk memberikan informasi tersebut kepada calon investor. (Jama'an, 2008) menyatakan bahwa *signalling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan.

Menurut (Jensen dan Meckling, 1976), teori agensi adalah suatu teori yang menjelaskan suatu hubungan keagenan yang timbul karena adanya perjanjian atau kontrak antara prinsipal yang menggunakan agen untuk melakukan jasa yang menjadi kepentingan prinsipal, dalam hal terjadinya pemisahan kepemilikan dan kontrol perusahaan. Informasi asimetri menjelaskan bahwa pemegang saham dan manajer tidak mempunyai akses informasi yang sama. Terdapat informasi yang diketahui manajer tetapi tidak diketahui pemegang saham. Manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan. Jadi ada informasi yang tidak simetris.

(Noerirawan, 2012) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini."

(Indriyani, 2017) menyatakan ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang

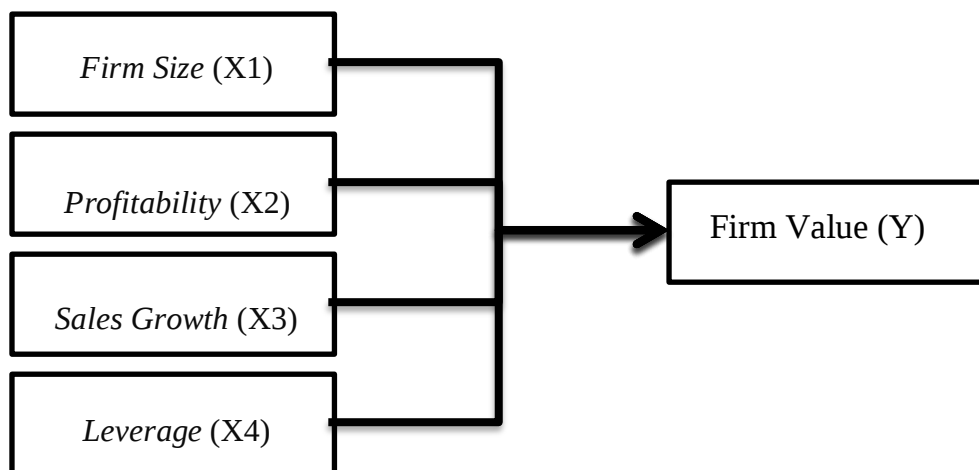
diukur dengan menggunakan total aktiva perusahaan, dimana ukuran perusahaan tersebut dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin memudahkan perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. (Thesman dan Juniarti, 2014; Khumairoh, Kalbuana, dan Mulyati, 2017) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *firm size* dengan *firm value*, sedangkan (Suwardika dan Mustanda, 2017; Pantow, Murni, dan Trang, 2015; Indriyani, 2017; Dharmawan, 2015) menyatakan bahwa *firm size* tidak memiliki pengaruh terhadap *firm value*.

(Harahap, 2009) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. (Pantow, Murni, dan Trang, 2015; Indriyani, 2017; Dharmawan, 2015; Lubis, Sinaga, dan Sasongko, 2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *profitability* dan *firm value*, sedangkan (Khumairoh, Kalbuana, dan Mulyati, 2017; Salempang, Sondakh, dan Pusung, 2016; Noviana, Suhadak, dan Handayani, 2013) menyatakan tidak terdapat pengaruh antara *profitability* dengan *firm value*.

(Subramanyam, 2014) menjelaskan pertumbuhan penjualan adalah “*Analysis of trends in sales by segments is useful in assessing profitability. Sales growth is often the result of one or more factors, including price change, volume changes, acquisitions or divestitures, and changes in exchange rates. A company’s Management’s Discussion and Analysis section usually offers insights into the causes of sales growth.*” (Sukaenah, 2015; Pantow, Murni dan Trang, 2015) menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang positif

dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Thesman dan Juniarti (2014) menyatakan tidak terdapat pengaruh antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan.

Definisi *leverage* menurut (Hanafi dan Halim, 2012) rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. (Sukaenah, 2015) menyatakan terdapat pengaruh negatif antara *leverage* dengan nilai perusahaan, sedangkan (Thesman dan Juniarti, 2014) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *leverage* dan nilai perusahaan. Model penelitian dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Hipotesis

Hipotesis dari model penelitian dibangun adalah sebagai berikut:

Ha₁: *Firm Size* memiliki pengaruh negatif terhadap *Firm Value*.

Ha₂: Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap *Firm Value*.

Ha₃: *Sales Growth* memiliki pengaruh positif terhadap *Firm Value*.

Ha₄: *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *Firm Value*.

METODOLOGI

Penelitian yang dilakukan difokuskan pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2017 yang laporan keuangannya didapat dari situs www.idx.co.id. Dalam penelitian ini teknik pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling method* dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan dalam pengambilan sampel yang antara lain adalah (1) Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian. (2) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dan menggunakan mata uang Rupiah. (3) Perusahaan manufaktur yang tidak melakukan merger. (4) Perusahaan Manufaktur yang mengalami pertumbuhan total penjualan selama tahun 2015-2017. (5) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan tahunan. Jumlah data yang memenuhi syarat diatas adalah sebanyak 64 perusahaan manufaktur.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Firm Value*. Sedangkan, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *firm size*, *profitability*, *sales growth*, dan *leverage*. Dalam penelitian ini Variabel dependen yaitu *firm value* diukur dengan menggunakan rumus TOBIN'S Q yang dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{MVE + Debt}{Total Assets}$$

MVE : closing price x outstanding shares

Sedangkan *firm size* sebagai variabel independen pertama dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *log* dari total asset perusahaan dengan formula sebagai berikut:

$$Firm Size = \log (Total Assets)$$

Variabel independen kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah *profitability* ydg diproksikan dengan ROA dengan formula:

$$ROA = \frac{Net Income After tax}{Total Assets}$$

Variabel independen ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sales growth* yang nilainya didapat dengan membandingkan selisih antara penjualan tahun ini dan tahun sebelumnya dengan penjualan tahun sebelumnya, berikut adalah formulanya:

$$Growth of Sale = \frac{S(t) - S(t-1)}{S(t-1)}$$

$S(t)$ = penjualan tahun ini

$S(t-1)$ = penjualan tahun sebelumnya

Variabel independen terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage* yang diproksikan dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER), yang diformulakan sebagai berikut:

$$DER = \frac{Total Debt}{S(t-1)}$$

Penelitian ini menggunakan uji statistik deksriptif untuk menguji data sampel, kemudian dilakukan uji pemilihan model yang terbaik untuk digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari uji Chow dan uji Hausman. Kemudian akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji F, uji Koefisien Determinasi, dan Uji t.

HASIL UJI STATISTIK

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan bentuk karakteristik umum dari data sampel dengan lebih rinci sehingga bisa diketahui nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Variabel ukuran perusahaan (FIRM_SIZE) memiliki nilai minimum atau terkecil adalah 11,12640 dari perusahaan Lionmesh Prima Tbk. (LMSH) pada tahun 2015, sedangkan nilai maksimum atau terbesarnya adalah sebesar 14,47080 dari perusahaan Astra Internasional Tbk. (ASII) pada tahun 2017. Adapun rata-ratanya (*mean*) sebesar 12,38723 dengan standar deviasi sebesar 0,695095. Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum atau terkecil sebesar 0,0002 dari perusahaan Voksel Electric Tbk. (VOKS) pada tahun 2015 dan nilai maksimum atau terbesarnya adalah 0,52670 dari perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) pada tahun 2017. Adapun rata-ratanya (*mean*) sebesar 0,081337 dengan standar deviasi 0,081286. Variabel *sales growth* (SALES_GROWTH) memiliki nilai minimum atau terkecil sebesar -0,5314 dari perusahaan Delta Djakarta Tbk. (DLTA) pada tahun 2017 dan nilai maksimum atau terbesarnya adalah 0,6852 dari perusahaan Intan Wijaya Internasional Tbk. (INCI) pada tahun 2017. Adapun rata-ratanya (*mean*) sebesar 0,051727 dengan standar deviasi 0,140996. Variabel *leverage* (DER) memiliki nilai minimum atau terkecil sebesar 0,0781 dari perusahaan Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk. (SIDO) pada tahun 2015 dan nilai maksimum atau terbesarnya adalah 4,5469 dari perusahaan Indal Alumunium Industri Tbk. (INAI) pada tahun 2015. Adapun rata-ratanya (*mean*) adalah 0,810444 dengan standar deviasi 0,695079. Variabel *Firm Value* (TOBIN'S Q) memiliki nilai minimum atau terkecil sebesar 0,3011 dan nilai maksimum atau terbesar yaitu 42,8526. Adapun rata-ratanya (*mean*) adalah 4,873605 dengan standar deviasi 6,122535. Uji pemilihan model dilakukan untuk memperoleh model data panel mana yang paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Uji pemilihan model dilakukan untuk memilih antara *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*. Uji pemilihan model yang dilakukan adalah uji Chow dan uji Hausman. Uji Chow dilakukan untuk memilih model data panel yang tepat antara *common effect model* dan *fixed effect model* hasil uji Chow menunjukkan bahwa nilai dari probabilitas *cross-section F* adalah sebesar 0,0000. Hasil probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan dalam penelitian ini yaitu 0,05, jadi *fixed effect model* merupakan model estimasi yang tepat untuk penelitian ini jika dibandingkan dengan *common effect model*. Kemudian dilakukan uji Hausman untuk memilih model data panel antara *fixed effect model* dan *random effect model*. Hasil uji Hausman menunjukkan nilai probabilitas yang terdapat pada *cross-section F* sebesar 0,1768 dimana nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan nilai signifikansi yang telah ditentukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *random effect model*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan pokok-pokok temuan penelitian secara keseluruhan.

Hasil analisis regresi berganda, dapat disimpulkan dengan persamaan model regresi sebagai berikut:

$$\text{TOBIN'S Q} = 45,15015 - 3,281176 \text{ firm_size} + 2,507501 \text{ ROA} - 2,426540 \text{ SG} + 0,357446 \text{ DER} + e$$

Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta pada persamaan regresi linear berganda tersebut sebesar 45,15015. Hal ini berarti jika seluruh variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan angka nol, maka nilai *Y* yaitu *Firm Value* akan mendapatkan nilai konstanta yaitu sebesar 45,15015.

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji keterkaitan secara simultan (bersamaan) antara seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dengan variabel dependennya. Berdasarkan hasil pengujian uji F, nilai Prob. adalah sebesar 0,000001, dimana nilai tersebut lebih rendah dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan dalam penelitian ini yaitu sebesar 5% yang berarti bahwa penelitian ini telah lulus uji F. Berdasarkan hasil penelitian di atas juga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara bersamaan (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Uji Koefisien Determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini berarti variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh dan mampu untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen sebesar 14,16% dan sisanya sebesar 85,84% dapat dijelaskan oleh variabel independen lain di luar dari variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji keterkaitan secara individu antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk menguji hipotesis nol ditolak atau diterima titik tolaknya adalah bila nilai *Prob* < atau > dari 0,05, artinya jika nilai *Prob* dari variabel independen dibawah 0,05 maka hipotesis yang diajukan akan diterima dan sebaliknya apabila nilai *Prob* dari variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya ditolak. Hasil dari pengujian-pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Dependent Variable: TBQ
Cross-sections included: 64
Total panel (balanced) observations: 192

	TOBIN'S				
	Q	FIRM SIZE	ROA	SALES GROWTH	DER
Mean	4.873605	12.38723	0.081337	0.051727	0.810444
Maximum	42.8526	14.47080	0.5267	0.6852	4.5469
Minimum	0.3011	11.12640	0.0002	-0.5314	0.0781
Std.Dev	6.122535	0.695095	0.081286	0.140996	0.695079

Sumber: Hasil Pengolahan EViews 10

Tabel 2. Hasil Uji *Chow*

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: FIXED
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	69.454336	(63,124)	0.0000
Cross-section Chi-square	689.561733	63	0.0000

Sumber: Hasil Pengolahan EViews 10

Tabel 3. Hasil Uji *Hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: RANDOM
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.314887	4	0.1768

Sumber : Hasil Pengolahan EViews 10

Tabel 4. Hasil Uji *Random Effect Model*

Dependent Variable: TBQ
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 64
 Total panel (balanced) observations: 192

Variable	Coefficient	Std. Error	t-	Prob.
C	45.15015	9.170923		0.0000
SIZE	-3.281176	0.733434	-	0.0000
ROA	2.507501	2.844703		0.3792
SG	-2.426540	0.737838	-	0.0012
DER	0.357446	0.371796		0.3376
	0.961403			
Effects Specification				
		S.D.		Rho
Cross-section random		5.576793		0.9597
Idiosyncratic random		1.142446		0.0403
Weighted Statistics				
R-squared	0.159580	Mean dependent var		0.572432
Adjusted R-squared	0.141603	S.D. dependent var		1.240689
S.E. of regression	1.149495	Sum squared resid		247.0905
F-statistic	8.876927	Durbin-Watson stat		1.493534
Prob(F-statistic)	0.000001			

Sumber : Hasil Pengolahan EViews 1

DISKUSI

Berdasarkan hasil dari uji analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *firm value* adalah *Firm Size* dan *Sales Growth*. Sementara hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lainnya yaitu *profitability* dan *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *firm value*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *firm size* (SIZE), *profitability* (ROA), *sales growth* (SG), dan *leverage* (DER) terhadap *firm value* (TBQ) dengan tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 95%.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *firm size* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*. *Profitability* tidak memiliki pengaruh terhadap *firm value*. *Sales Growth* memiliki pengaruh yang negatif terhadap *firm value*, dan *Leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *firm value*.

Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan empat variabel independen yaitu *Firm Size*, *Profitability*, *Sales Growth*, dan *Leverage*. Penelitian ini juga hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017 saja.

Setelah menjelaskan keterbatasan di atas, maka beberapa saran bagi penelitian selanjutnya adalah menambahkan variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai

perusahaan, serta menggunakan perusahaan lain tidak hanya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan juga menambah rentang periode yang digunakan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muid, Moch. Ronni Noerirawan, (2012). Pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi* Vol.1 No.2, hal.4
- Dharmawan, F. (2015). Analisis pengaruh profitabilitas, size dan sales growth terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *e- journal UNDIP* , 1-17.
- Hanafi, Mahduh dan Abdul Halim, (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: (UPP) STIM YKPN.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2009). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* , 333-348.
- Jensen, M., and W. H. Meckling. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior agency cost, and ownership structure. *Journal of Finance Economics*. Vol. 3. No. 4. Hal. 305-360.
- Khumairoh, N. K. (2016). Pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Syariah Paper Accounting FEB UMS* , 71-81.
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., Sasongko, H., (2017). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* , 458-465.
- Mawar Sharon R. Pantow, S. M. (2015). Analisa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, return on asset, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang tercatat di indeks LQ 45. *Jurnal EMBA* , 961-971.
- Raharja, K. A. H., dan Putra, I. M. P. D. (2016). Risiko kredit sebagai pemoderasi pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 645-674.
- Salempang, L. E., J. J. (2016). Pengaruh return on asset, debt to equity ratio, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sektor real estate dan properti yang terdaftar di BEI tahun 2013-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* , 813-824.
- Subramanyam, K.R. (2014). *Financial Statement Analysis*. Eleventh Edition. Singapore: Mc Graw Hill.
- Sukaenah. (2015). Pengaruh earning per share (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2013. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran*, 1-18.
- Suwardika, I. N. A., dan Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Thesman, C., J. (2014). Pengaruh family control terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada sektor pertanian. *Business Accounting Review*, 190-199.
- Noviana, V. H., S. S. (2013). The influence of profitability, solvability, asset growth, and sales growth toward firm value. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-11.