

PENGARUH LEVERAGE, PRICE EARNING RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN LOGAM YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019

Iin Indarti*, Nurdhiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala
Jalan Sriwijaya, Wonodri, Semarang, Indonesia
iiindarti91@ymail.com, nurdhiana27@gmail.com

Abstrak

Faktor penentu nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah pengaruh leverage, price earning ratio dan profitabilitas. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 45 data dari 15 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 15% yang berarti Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Logam Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sebesar 15%. Dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: leverage, price earning ratio, profitabilitas, nilai perusahaan

Abstract

The determinants of firm value in this study are the influence of leverage, price earning ratio and profitability. The sample in this study amounted to 45 data from 15 companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2019 period. This type of research is quantitative research and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis which is used to determine the effect of each independent variable on firm value. Based on the partial test (t test) Leverage variables, price earning ratio and profitability have no effect on firm value. The coefficient of determination in this study is 15%, which means, Leverage, Price Earning Ratio and Profitability on Firm Value in Metal Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2019 period have an influence on firm value by 15%. And the rest is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: *leverage, price earning ratio, profitability, firm value*

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan didirikan untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan suatu perusahaan sebab memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Nilai perusahaan tercemin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Sudana, 2009).

Weston dan Copeland (1992) berpendapat bahwa perusahaan dengan prestasi yang lebih baik dibanding perusahaan lain, akan

menikmati harga saham yang lebih tinggi dan memperoleh kemudahan untuk menambah dana baru jika diperlukan. Jika dana mengalir ke perusahaan yang memiliki harga saham yang cenderung meningkat, maka sumber-sumber ekonomi akan digunakan dengan cara yang efisien.

Nilai perusahaan merupakan suatu cerminan yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan diakui oleh publik. Nilai perusahaan dapat diproksikan melalui tiga cara yaitu melalui nilai buku, nilai likuidasi ataupun nilai pasar (saham). Variabel dependen diukur dengan menggunakan *price book value* (PBV). *Price book value* (PBV) adalah rasio perbandingan harga saham dan nilai buku (*book value*) suatu perusahaan yang mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada

manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. PBV juga sering dipakai sebagai acuan dalam menentukan nilai suatu saham relative terhadap harga di pasar. Semakin rendah PBV berarti semakin rendah harga saham relative terhadap nilai buku, sebaliknya semakin tinggi PBV maka semakin tinggi harga saham. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang bertumbuh dapat dinilai dari harga saham perusahaan. Tingginya harga saham menggambarkan nilai perusahaan juga tinggi (Mindra dan Erawati, 2014). Weston dan Copeland (1992) berpendapat bahwa perusahaan dengan prestasi yang lebih baik dibanding perusahaan lain, akan menikmati harga saham yang lebih tinggi dan memperoleh kemudahan untuk menambah dana baru jika diperlukan. Jika dana mengalir ke perusahaan yang memiliki harga saham yang cenderung meningkat, maka sumber-sumber ekonomi akan digunakan dengan cara yang efisien.

Penelitian yang meneliti terkait nilai perusahaan telah banyak dilakukan dan masih terdapat perbedaan hasil penelitian, seperti Penelitian Mardiyanti, dkk (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya penelitian oleh Suwarno, Puspito dan Qomariah, menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan penelitian Angga Pratama (2018) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Lain halnya penelitian yang dilakukan oleh Lidya Nafitri Ayu Herawati (2017) menemukan bahwa Leverage dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan sedangkan Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Octavia Languju (2016) menemukan bahwa Ukuran Perusahaan dan Price Earning Ratio tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Lain halnya penelitian yang dilakukan Bhekti Fitri Prasetyorini (2013) menghasilkan Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Leverage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan artinya *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki rasio *leverage* yang lebih kecil.

Leverage merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya bekerja sementara di dalam perusahaan, dan bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut adalah hutang, yang harus dikembalikan. Semakin tinggi hutang yang dimiliki, maka semakin kecil kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya kepada pemegang saham berupa dividen dan semakin buruk penilaian investor sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Dj dkk, 2012). Taswan (2003), *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Mahendra (2011), menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *price earning ratio*, yang menunjukkan rasio dari harga saham terhadap *earning*. Ratio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari *earnings* (Jogiyanto, 2010:146). *Price earning ratio* dipilih karena terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu. Menurut Jogiyanto (2013), *price earning ratio* adalah salah satu pendekatan yang populer yang menggunakan nilai *earning* untuk mengestimasi nilai intrinsik adalah pendekatan PER (*Price Earning Ratio*) atau disebut juga dengan pendekatan *earnings multiplier*. *Price earning ratio* menunjukkan rasio dari harga saham terhadap *earnings*. Ratio ini menunjukkan berapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari *earnings*. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Margaretha dan Damayanti (2008), menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh positif terhadap stock return karena semakin tinggi *price earning ratio* semakin tinggi pula harga per lembar saham suatu perusahaan. Apabila harga per lembar saham dan tingkat pertumbuhan laba suatu perusahaan meningkat, maka *price earning ratio* juga

meningkat dan akan meningkatkan pula nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011:304). Profitabilitas perusahaan yang meningkat, akan meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka investor akan tertarik untuk berinvestasi saham di perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Moniaga (2013) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Rahayu dan Asandimitra (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Seiring maraknya berbagai proyek infrastruktur dan tumbuhnya industri pengguna, kinerja industri logam terlihat gemilang. Ini ditandai dari catatan pertumbuhan sektor industri logam pada tahun 2017 yang menyentuh angka 7,6%, naik dibandingkan pada tahun 2016 dan 2015 yang masing-masing sebesar 6,33% dan 2,35%.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Landasan Teori

Signaling Theory

Jensen dan Meckling (1976) dalam Atmaja (2003), teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkejakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut.

Isyarat atau signal menurut Bringham dan Houston (2001:36) adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Menurut Jama'an dalam Mindra dan erawati (2014) teori signal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai

apa yang sudah dilakukan untuk merealisasikan pemilik perusahaan. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Informasi lain perusahaan dapat berupa laporan keuangan didalamnya terdapat angka-angka akuntansi seperti *Leverage*, *Price Earning Ratio* dan profitabilitas yang mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Sehingga dengan mengetahui informasi tersebut investor akan segera melakukan analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Agency Theory

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*) yang meliputi: pengeluaran untuk memonitor kegiatan agen, pengeluaran untuk membuat struktur organisasi yang merupakan salah satu aspek *corporate governance* dipandang untuk meminimalkan tindakan-tindakan agen yang tidak diinginkan, serta *opportunity cost* yang timbul akibat kondisi dimana manajer tidak dapat segera mengambil keputusan tanpa persetujuan pemegang saham.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Atmaja (2003:12), teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkejakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*) yang meliputi: pengeluaran untuk memonitor kegiatan agen, pengeluaran untuk membuat struktur organisasi yang merupakan salah satu aspek *corporate governance* dipandang untuk meminimalkan tindakan-tindakan agen yang tidak diinginkan,

serta *opportunity cost* yang timbul akibat kondisi dimana manajer tidak dapat segera mengambil keputusan tanpa persetujuan pemegang saham.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka teori agensi mempunyai peran sebagai dasar praktik bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kemakmuran kepada principal. Dalam hal pengambilan keputusan, teori ini berkaitan dengan perilaku atau behaviour dari agent yang lebih mementingkan diri sendiri dibandingkan untuk kepentingan para pemegang saham (Wahyudi dan Pamestri, 2006).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu cermin yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan diakui oleh publik (Mindra dan Erawati, 2014:11). Husnan dan Enny (2002:7), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia di bayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Mengambil keputusan-keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai dan memperhatikan segala kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Jika perusahaan berjalan dengan baik, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan tidak terpengaruh sama sekali. Sebaliknya jika perusahaan berjalan tersendat-sendat, maka hak pemberi hutang akan didahulukan, sedangkan nilai saham perusahaan akan menurun drastis. Jika dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang baik untuk mengukur tingkat efektivitas prestasi perusahaan (Weston dan Copeland, 1986:8).

Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham yang diharapkan akan diperoleh di masa datang. Kemakmuran pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimilikinya meningkat.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan pengukuran *Price book value* menggambarkan seberapa besar pasar

menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *Price book value* yang baik diatas 1, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih dari nilai bukunya Sukirni (2012).

Leverage

Weston & Brigham dalam Jumingan (2011) berpendapat bahwa leverage bertujuan untuk mengukur sejauh mana kebutuhan keuangan perusahaan dibelanjai dengan dana pinjaman.

Leverage merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang-hutang yang berasal dari kreditur, bukan dari pemegang saham ataupun investor (Mindra dan Erawati, 2014).

Sedangkan Sukardi dan Indonajaya (2010) menyatakan, rasio leverage dapat diartikan sebagai besarnya aktiva perusahaan yang didanai dengan pendanaan dari pihak luar. Semakin rendah semakin aman. Rasio yang tinggi menunjukkan perusahaan menggunakan *financial leverage* yang tinggi. Penggunaan *financial leverage* yang tinggi akan meningkatkan rentabilitas modal saham (*return on equity*) dengan cepat. Namun apabila penjualan menurun, rentabilitas modal saham akan cepat menurun pula.

Price Earning Ratio

Menurut Sudana (2009), *price earning ratio* adalah rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan. Menurut Arifin (2004), *price earning ratio* digunakan untuk menilai murah atau mahal sebuah saham, semakin rendah nilai PER sebuah saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan.

Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapakan pertumbuhan laba di masa mendatang. Sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung

mempunyai *price earning ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *price earning ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. *Price earning ratio* menjadi rendah nilainya bisa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. Jadi semakin kecil nilai *price earning ratio* maka semakin murah saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan.

Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut. Menurut Tandelilin (2010), rumus untuk menghitung PER suatu saham adalah dengan membagi harga saham perusahaan terhadap *earning* per lembar saham. Secara matematis, rumus untuk menghitung PER adalah sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning per lembar saham}}$$

Profitabilitas

Rasio profitabilitas menurut Sukardi dan Indonanjaya (2010) kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Sartono (2012), menjelaskan bahwa profitabilitas bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dalam penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Keuntungan yang benar diterima dalam bentuk dividen (Sartono, 2001).

Dalam Nurhayati (2013), semakin besar keuntungan yang dapat diraih perusahaan akan semakin besar dividen yang dibagikan. Dengan demikian semakin besar profitabilitas semakin menghemat biaya modal, oleh karena itu profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang

diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Penelitian tentang nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh variabel-variabel didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang relevan yang pernah dilakukan seseorang sehingga dapat memperkuat hasil penelitian supaya mencapai tujuan yang ditentukan. Penelitian ini didasarkan hasil penelitian relevan yang dilakukan beberapa peneliti.

Penelitian ini diperkuat dari Bhakti Fitri Prasetyorini dipublikasikan Universitas Negeri Surabaya (Vol.1 No.1, Januari Tahun 2013) yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan” dalam penelitiannya yaitu variabel ukuran perusahaan, *price earning ratio*, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

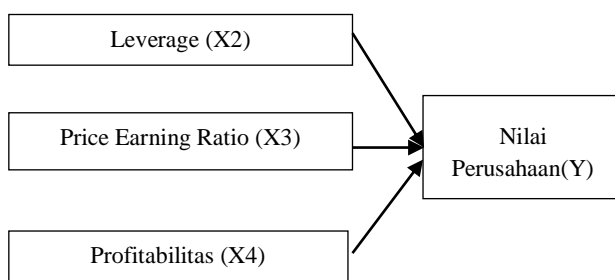
Penelitian ini di dukung dari Angga Pratama dan Wiksuana dipublikasikan Universitas Udayana Bali (ISSN : 2337-3067, Tahun 2018) yang berjudul “Pengaruh *Firm Size* Dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Mediasi” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Firm Size* dan Struktur Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil lainnya menyimpulkan *Firm Size* berpengaruh positif signifikan terhadap Struktur Modal. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap Struktur Modal. Struktur Modal mampu memediasi pengaruh *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan. Struktur Modal tidak mampu memediasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian ini di dukung dari Lidya Nafitri Ayu Herawati dipublikasikan STIE Perbanas Surabaya (Tahun 2017) yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdapat dalam Indeks LQ45” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45,

variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45, variabel Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45, dan variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan indeks LQ45.

Penelitian ini di dukung dari Octavia Languju,dkk, dipublikasikan *Universitas Sam Ratulangi Manado* (Vol.16 No.2, Januari Tahun 2016) yang berjudul “Pengaruh *Return On Equity*, Ukuran Perusahaan, *Price Earning Ratio* Dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan *Property And Real Estate* Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hasil uji F nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *return onequity*, ukuran perusahaan, *price earning ratio* dan struktur modal. Kedua, bahwa hasil uji t secara parsialmenunjukkan bahwa hanya variabel *return on equity* yang berpengaruh terhadap nilai perusahaansedangkan ukuran perusahaan, *price earning ratio* dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kerangka Teoritis



Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan logam yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

Menurut Kasmir (2015) leverage adalah: “Rasio solvabilitas atau leverage ratio merupakan rasio yang digunakan dalam

mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)”.

Kemudian menurut Irham Fahmi (2015) leverage adalah: “ Rasio leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa leverage yang semakin besar menunjukkan bahwa risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki risiko leverage yang lebih kecil. Oleh karena itu apabila 63 investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko leverage nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan asset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya dengan tepat waktu. Tingginya rasio leverage menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvable, dimana total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya (Analisa, 2011).

Beberapa penelitian mengenai nilai perusahaan telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya diantaranya.Herawati dkk (2017) ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan.

H₁: *Leverage* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan logam yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

2. Pengaruh Price Earning terhadap nilai perusahaan pada perusahaan logam yang listed di BEI tahun 2017-2019.

Menurut Sudana (2009:27), *price earning ratio* adalah rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan. Menurut Arifin (2004:87), *price earning ratio* digunakan untuk menilai murah atau mahal sebuah saham, semakin rendah nilai PER sebuah saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan.

Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang. Sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai *price earning ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *price earning ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. *Price earning ratio* menjadi rendah nilainya bisa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. Jadi semakin kecil nilai *price earning ratio* maka semakin murah saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan.

Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut. Menurut Tandelilin (2010:320), rumus untuk menghitung PER suatu saham adalah dengan membagi harga saham perusahaan terhadap *earning* per lembar saham.

Beberapa penelitian mengenai nilai perusahaan telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya diantaranya. Prasetyorini, dkk (2013) ditemukan bahwa *Price Earning Ratio* berpengaruh positif dan signifikan H_2 : *Price earning ratio* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan logam yang listed di BEI tahun 2017-2019.

3. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan logam yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

Rasio profitabilitas menurut Sukardi dan Indonanjaya (2010:239) kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Sartono (2012:122), menjelaskan bahwa profitabilitas kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dalam penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Keuntungan yang benar diterima dalam bentuk dividen (Sartono, 2001:122).

Dalam Nurhayati (2013), semakin besar keuntungan yang dapat diraih perusahaan akan semakin besar dividen yang dibagikan. Dengan demikian semakin besar profitabilitas semakin menghemat biaya modal, oleh karena itu profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

H_3 : Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan logam yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kasual komparatif (*casual comparative research*) yaitu peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel independen).

Definisi Operasional

Nilai Perusahaan (Y)

Perhitungan atau perbandingan antara market value dengan dengan book value suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*. Jika pada analisis *book value*, investor hanya mengetahui kapasitas per lembar saham, pada rasio *Price to Book Value* investor dapat mengetahui kapasitas per lembar dari nilai saham, pada rasio *Price to Book Value* investor dapat mengetahui langsung sudah beberapa kali market value suatu saham dihargai dari book valuenya. Semakin tinggi rasio ini, maka pasar semakin percaya akan prospek perusahaan tersebut (Darmadji, 2006:199). Rumus yang digunakan untuk menghitung PBV pada perusahaan logam yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode

Earning per lembar saham dapat diperoleh dengan earning perusahaan dibagi dengan jumlah saham beredar.

Profitabilitas

profitabilitas bermanfaat untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada kelompok perusahaan logam dan sejenisnya periode 2015-2017. Rumus yang digunakan untuk menghitung profitabilitas dengan menggunakan *return on Asset* adalah sebagai berikut dengan satuan presentase (%) (Sukardi dan Indonanjaya, 2010):

$$ROA (\%) = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

2017-2019 adalah sebagai berikut dengan satuan rupiah

$$PBV (Rp) = \frac{\text{Market Value}}{\text{Book Value}}$$

Leverage

Rasio ini menunjukkan presentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman pada kelompok perusahaan logam dan sejenisnya pada tahun 2017-2017. Dalam penelitian ini, *leverage* tercermin pada *debt equity ratio*. Semakin tinggi *debt equity ratio* akan membuat harga saham semakin menurun. Maka rumus yang digunakan untuk menghitung DER adalah sebagai berikut dengan satuan presentase (%) (Tambunan, 2007):

$$DER (\%) = \frac{\text{Total Debit}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

Price Earning Ratio

Rumus untuk menghitung PER suatu saham adalah dengan membagi harga saham perusahaan terhadap earning per lembar saham. Secara matematis, rumus untuk menghitung PER adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Lembar Saham}}$$

Populasi dan Sampel

Dari semua Populasi dalam penelitian ini adalah semua kelompok perusahaan logam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019 berjumlah 47 data perusahaan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 15 data perusahaan logam periode 2017-2019 yang rutin mempublikasikan laporan keuangan perusahaan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus, yaitu menjadikan semua populasi sebagai sampel.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data documenter. Penelitian ini berupa data yang diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan logam 2017-2019.

Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah

tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data yang digunakan diperoleh dari Bursa Efek Indonesia 2017-2019.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu pengumpulan dilakukan dengan mengumpulkan semua data sekunder yang telah dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia 2017-2019.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	45	7877327.81	-2791.71	874356.00	24612.1262	121937.12164
DER	45	6.98	-1.42	5.27	1.6440	1.59231
PER	45	1074.00	.00	1047.00	31.2553	153.21384
ROA	45	14.77	-8.82	8.05	.8382	3.42359
Valid N (listwise)	45					

Sumber : Data diolah 2021

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		41	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.52435361	
Most Extreme Differences	Absolute	.143	
	Positive	.143	
	Negative	-.052	
Test Statistic		.143	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.007 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.182 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.174
		Upper Bound	.204

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.197	.456		12.010	.000		
	DER	-.033	.153	-.030	-.146	.763	.867	1.032
	PER	-.004	.003	-.053	-.537	.543	.885	1.005
	ROA	.153	.073	.265	1.663	.065	.683	1.254
	Durbin Watson		1.786					

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24521.423	31576.496		.786	.445
	DER	-7309.062	11268.051	-.100	-.621	.451
	PER	-38.165	120.402	-.040	-.423	.653
	ROA	8121.344	5653.504	.254	1.659	.142
	F	3.026				
	Sig.	.035				
	Adjusted R Square	.15				

a. Dependent Variable: NP_Y

Sumber : Data diolah, 2021

Dari tabel 2 terlihat bahwa unstandardized residual memiliki nilai monte carlo sig lebih dari 0,05 sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 3 diatas semua variabel yaitu leverage, Price Earning Ratio dan profitabilitas memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF <10, sehingga semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel 3 diatas nilai Durbin Watson sebesar 1,786, pembandingan menggunakan nilai signifikan sebesar 5%, jumlah sampel 41 (n), dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka di tabel Durbin Watson akan didapat nilai dl sebesar 1,42 dan du sebesar 1,6300. Karena nilai d lebih besar dari batas atas du (1,6300) dan kurang dari 3-

du (2,23), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4 diatas semua variabel yaitu leverage, price earning ratio dan profitabilitas memiliki nilai probabilitas > 0,05, sehingga semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Model

1. Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada table 4 menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali,2006:88). Hasil uji F pada variabel penerapan leverage (X_2), price earning ratio (X_2), dan profitabilitas (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y) diperoleh nilai f hitung sebesar 3,026 dengan nilai sig. 0.035 lebih

rendah dari 0.05 sehingga dapat dikatakan model layak.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model persamaan regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai determinasi adalah nol dan satu. Tabel 4 diatas menunjukkan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,15 hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh variabel independen

(ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio, dan profitabilitas) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) adalah sebesar 15%, sedangkan 85% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Hipotesis

Pengujian pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji t. dasar pengambilan keputusan pada uji t adalah jika nilai sig < 0,05

atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel x terhadap variabel y, sebaliknya jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 5. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.165	.536		12.050	.000
	DER	-.012	.182	-.032	-.125	.783
	PER	-.004	.003	-.054	-.436	.543
	ROA	.143	.053	.254	1.655	.076

a. Dependent Variable: NP_Y

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil perhitungan SPSS dengan bantuan komputer diperoleh tabel diatas, sehingga persamaan regresi penelitian ini adalah:

$$Y = 5.165 - 0,012X_1 - 0,004X_2 + 0,143X_3$$

Pembahasan

1. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan dan gambar tersebut, dimana signifikansi $0,783 > 0,05$; $t \text{ tabel} = -2,054$; $t \text{ hitung} = -0,125$, $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara leverage (X_1) dengan nilai perusahaan (Y).

Menurut Kasmir (2015:151) leverage adalah: "Rasio solvabilitas atau leverage ratio merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivitya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)". Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut". Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa leverage yang semakin besar menunjukkan bahwa risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki risiko leverage yang lebih kecil. Oleh karena itu apabila 63 investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko leverage nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan asset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya dengan tepat waktu. Tingginya rasio leverage menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvable,

dimana total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya (Analisa, 2011).

Leverage merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya bekerja sementara di dalam perusahaan, dan bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut adalah hutang, yang harus dikembalikan. Semakin tinggi hutang yang dimiliki, maka semakin kecil kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya kepada pemegang saham berupa dividen dan semakin buruk penilaian investor sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Dj dkk, 2012). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita (2010), menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan..

2. Pengaruh Price Earning Ratio terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan dan gambar tersebut, dimana signifikansi $0,543 > 0,05$; $t \text{ tabel} = -2,054$; $t \text{ hitung} = -0,436$, $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara price earning ratio (X_2) dengan nilai perusahaan (Y).

Menurut Jogiyanto (2013), price earning ratio adalah salah satu pendekatan yang populer yang menggunakan nilai earning untuk mengestimasi nilai intrinsik adalah pendekatan PER (Price Earning Ratio) atau disebut juga dengan pendekatan earnings multiplier. Price earning ratio menunjukkan rasio dari harga saham terhadap earnings. Ratio ini menunjukkan berapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari earnings.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Octavia Languju (2016) yang menyatakan bahwa price earning ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan dan gambar tersebut, dimana signifikansi $0,076 > 0,05$; $t \text{ tabel} = 2,054$; $t \text{ hitung} = 1,655$, $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima. Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara profitabilitas (X3) dengan nilai perusahaan (Y). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas periode sebelumnya merupakan faktor penting dalam penemuan struktur modal. Dengan laba ditahan yang besar perusahaan akan lebih senang menggunakan hutang. Hal ini sesuai dengan *pecking order theory* yang menyarankan manajer lebih senang pembiayaan dari pertama, laba ditahan, kemudian hutang, dan terakhir penjualan saham baru (Sartono, 2001).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angga Pratama (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Logam yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
2. Price Earning Ratio tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Logam yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
3. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Logam yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.
4. Leverage, price earning ratio, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Logam yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.

Saran

1. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk meningkatkan profitabilitas, maka yang harus dilakukan perusahaan adalah dengan cara *net profit after tax* harus lebih besar dari total aset serta meningkatkan seluruh kemampuan sumber daya yang dimiliki perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya bisa menggunakan model – model penelitian yang lain. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel terbatas. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah data yang lebih banyak dan heterogen dengan menambah variabel-variabel lain seperti pertumbuhan penjualan, struktur modal, ukuran perusahaan dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Ali. 2004. *Membaca Saham*. Yogyakarta : Andi.
- Brigham, E.F., dan Houston, J.F. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Muhammad Ali. 2015. *Statistika Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Herawati, Lidya Nafitri Ayu. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdapat dalam Indeks LQ45*. STIE Perbanas Surabaya.
- Husnan, Suad dan Eny Pudjiastuti. 2002. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

- Indriantoro. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen. Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Indriantoro, dkk. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto. 2010. Teori portofolio dan Analisis Investasi. Yogyakarta: BPFE.
- Jumigan. 2011. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mindra, Sukma dan Teguh Ernawati. 2014. Pengaruh Eraning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi. Vol.2. No.2 Desember 2014.
- Nurhayati, Mafizaton. 2013. Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Pengaruhnya terhadap Kebijakan Deviden dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. Jurnal Keuangan Bisnis. Vol.5 No.2 Juli 2013.
- Oktavia Languju, dkk. 2016. Pengaruh Return On Equity (ROE), Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Property And real Estate terdapat di Bursa Efek Indonesia. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.16. No.2 Tahun 2016.
- Peraturan Otoritas Jaksa Keuangan No.32/PJOK 04/ 2014 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Saham Perusahaan Terbuka.
- Prasetyorini, Bhekti Fitri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Pratama, Angga dkk. 2018. Pengaruh Firm Size dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Mediasi. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali. ISSN: 2337-3067.
- Priyatno, Duwi. 2016. SPSS Handbook. Yogyakarta: Penerbit MediaKom.
- Riyanto, Bambang. 2011. Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan. Yogyakarta:BPFE.
- Sartono, R. Agus. 2001. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Sartono, R. Agus. 2012. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPFE.
- Sudana, Made. 2007. Manajemen Keuangan Perusahaan Perusahaan Teori dan Praktik. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sudana, Made. 2009. Manajemen Keuangan Perusahaan Perusahaan Teori dan Praktik. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sudana, Made. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan Perusahaan Teori dan Praktik. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung:Alfabeta.
- Sukardi, dkk. 2010. Manajemen Investasi: Pendekatan Teknikal dan Fundamental untuk Analisis Saham. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukini, Dwi. 2012. Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Deviden dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan. Accounting Analysis Journal. ISSN. 2252-6765.
- Sulistiyastuti, dkk. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial. Yogyakarta: Gava Media.
- Tambunan, Andy Porman. 2007. Menilai Harga Wajar Saham. Jakarta: Gramedia.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. Analisa Investasidan Manajemen Portofolio, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Tryfino. 2009. Cara Cerdas Berinvestasi Saham. Jakarta: Trans Media Pustaka.S
- Weston, J.F, dan Copeland T.E. 1997. Manajemen Keuangan. Jilid 2. Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit Erlangga.