

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia
periode 2016-2018)**

Intan Kartikawati Ulfa*, Maslichah, Dwiyani Sudaryanti*****

Email : intan.kartika.watii@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufacture sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mulai tahun 2016-2018. Pemilihan sample yang dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* bertujuan untuk mendapatkan sample yang sesuai dengan penelitian. Teknik analisis menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu factor internal yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, factor eksternal yaitu suku bunga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, factor eksternal yaitu Inflasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *Purposive sampling*, faktor internal, faktor eksternal, profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi, suku bunga.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of internal factors and external factors on firm value. The population of this study is food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2016-2018. The sample selection was carried out using the purposive sampling method aimed at obtaining a sample that was in accordance with the research. The analysis technique uses multiple regression. The results showed that one of the internal factors, namely profitability, firm size had an effect on firm value. Furthermore, the external factor, namely interest rates, has an effect on firm value. On the other hand, the external factor, namely inflation, has no effect on firm value.

Keywords : *Purposive sampling, internal factors, external factors, profitability, firm size, inflation interest rates.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada dasarnya, nilai perusahaan menjadi peran penting bagi perusahaan karena nilai perusahaan menjadi acuan utama bagi investor dalam harga pasar saham. Setiap perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas, termasuk tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek, tujuan perusahaan adalah memaksimalkan pendapatan dengan menggunakan sumber daya perusahaan secara keseluruhan, sedangkan dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah mensejahterakan pemilik atau pemegang saham perusahaan dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Tercermin dari harga saham yang ditentukan oleh hubungan penawaran dan permintaan saham tersebut. serta dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, persepsi pasar terhadap kondisi perusahaan, informasi yang dimiliki oleh masyarakat tentang kondisi perusahaan, dan prestasi perusahaan yang diharapkan dimasa mendatang. (Salvatore, 2005)

Tolak ukur yang dipakai adalah *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* (PBV) merupakan ukuran perbandingan harga suatu saham di pasar dibandingkan dengan nilai buku

saham tersebut (Irham Fahmi, 2012:83). Pembentukan harga saham disebabkan adanya permintaan dan penawaran atas saham yang disebabkan banyak faktor (Wulandari, 2013:456).

Secara garis besar, ada 2 faktor yang mempengaruhi harga pasar saham yaitu faktor internal dan faktor eksternal dimana membentuk kekuatan pasar yang mempengaruhi perdagangan saham, sehingga menyebabkan fluktuasi harga saham. Faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan meliputi profitabilitas, ukuran perusahaan. Dan salahsatu faktor eksternal terdapat inflasi dan suku bunga (SBI). Faktor-faktor ini sering digunakan oleh calon investor untuk menilai kemampuan perusahaan dalam usahanya meningkatkan nilai perusahaan.

Obyek penelitian ini menggunakan perusahaan makanan dan minuman yang go publik di BEI, karena perusahaan tersebut adalah jenis kebutuhan pangan, merupakan salah satu kebutuhan dasar (utama) manusia, kecuali sandang dan papan, sehingga setiap orang pasti terkait dengan jenis makanan dan minuman ini. Terlepas dari situasi ekonomi saat ini, setiap orang harus terus makan dan minum untuk memenuhi salah satu kebutuhan dasarnya dan memikirkan kelangsungan hidupnya. Hal ini merupakan salah satu faktor stabilitas dalam industri makanan dan minuman.



Sumber: www.idx.co.id (data yang telah diolah 2017)

Hal ini menunjukkan rata-rata nilai perusahaan dari masing-masing perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam empat periode dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 yang menggunakan PBV di BEI tahun 2012 Nilainya meningkat pada tahun 2014 dan menurun pada tahun 2015. Semakin besar nilai perusahaan, semakin baik pasar tentang prospek perusahaan. Nilai perusahaan yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa harga saham lebih tinggi dari nilai buku per saham. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa nilai rata-rata perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 hingga 2015 selalu melebihi 1, yang berarti pasar penuh dengan kepercayaan terhadap prospek perusahaan makanan dan minuman.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian dengan mengambil judul :“Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018” untuk menganalisis profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi dan suku bunga (SBI) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agency

Agency Theory menggambarkan hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham serta harus bertanggungjawab. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal. Dengan proporsi kepemilikan yang hanya sebagian dari perusahaan membuat manajer cenderung bertindak untuk kepentingan pribadi dan bukan untuk memaksimalkan perusahaan. Inilah yang nantinya akan menyebabkan biaya keagenan (agency cost).

Jensen dan Meckling dalam Ambarwati (2014) mendefinisikan agency cost sebagai jumlah dari biaya yang dikeluarkan prinsipal untuk melakukan pengawasan terhadap agen.

Menurut teori keagenan, konflik antara prinsipal dan agen dapat dikurangi dengan mensejajarkan kepentingan antara prinsipal dan agen serta dapat timbul karena adanya kelebihan aliran kas (excess cash flow). Kehadiran kepemilikan saham oleh manajerial (insider ownership) dapat digunakan untuk mengurangi agency cost yang berpotensi timbul, karena dengan memiliki saham perusahaan diharapkan manajer merasakan langsung manfaat dari setiap keputusan yang diambilnya.

Menurut Bathala et al 1994 dalam Bhekti (2013) terdapat beberapa cara yang digunakan untuk mengurangi konflik kepentingan, yaitu : 1) meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen (insider ownership), 2) meningkatkan rasio dividen terhadap laba bersih (earning after tax), 3) meningkatkan sumber pendanaan melalui utang, 4) kepemilikan saham oleh institusi (institutional holdings)..

Nilai Perusahaan

Menurut Brigham Gapensi dalam Prasetyorini (2013:186): “Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, karena kesejahteraan para pemilik akan meningkat

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya (Chen, 2008). Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut: “Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”.

Inflasi

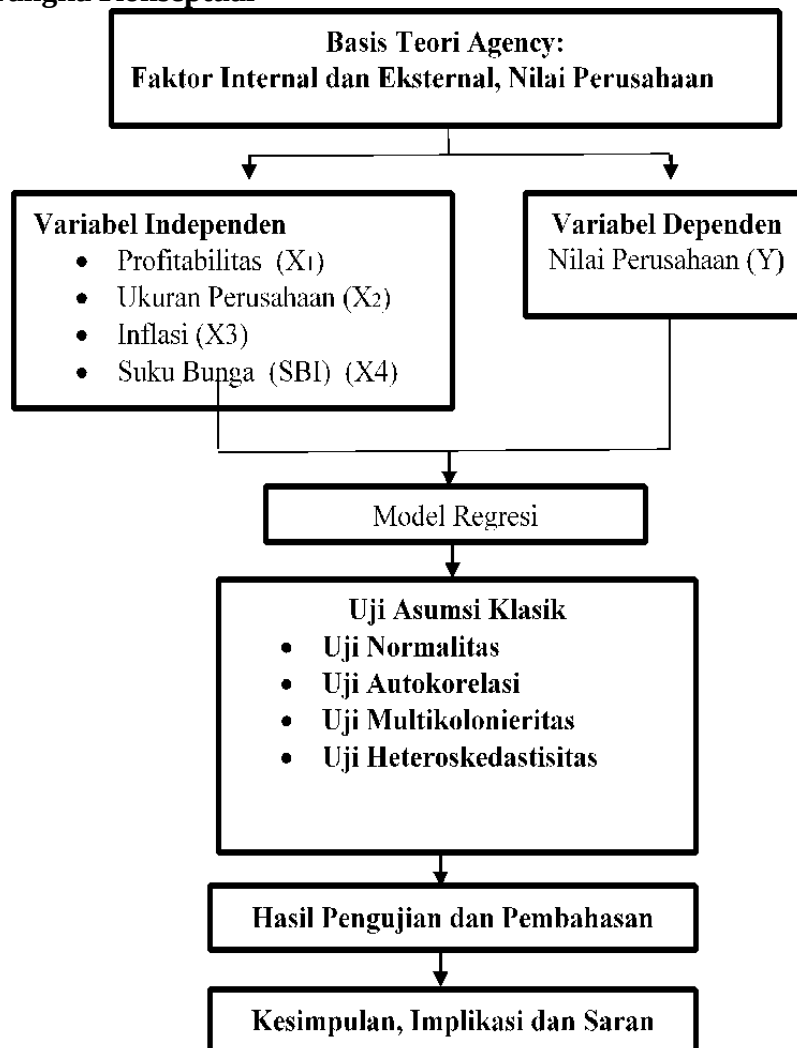
Inflasi adalah indikator ekonomi yang menggambarkan turunnya nilai rupiah, dan kondisi ini ditandai dengan meningkatnya harga barang-barang kebutuhan di pasar. Meningkatnya inflasi dapat menurunkan daya beli masyarakat, karena harga-harga barang kebutuhan meningkat, sedangkan pendapatan masyarakat tetap.

Suku Bunga (SBI)

Menurut Haryanto (2012) tingkat bunga yang tinggi akan dapat menyebabkan investor menarik investasi sahamnya dan memindahkannya pada investasi yang menawarkan tingkat

pengembalian yang lebih baik, seperti deposito yang menawarkan tingkat pengembalian yang tinggi. Tingkat Bunga yang tinggi merupakan sinyal negatif terhadap harga-harga saham.

Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Inflasi Suku Bunga berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H2 = Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 = Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4 = Inflasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H5 = Suku Bunga berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *correlational research*, yaitu tipe penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua buah variabel atau lebih (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diambil di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan alamat situs WWW.IDX.co.id situs resmi Bank Indonesia (www.bi.go.id), serta Badan Pusat Statistik (www.BPS.co.id) untuk data laju inflasi tahunan. Dengan waktu penelitian dimulai pada bulan Mei 2020 sampai dengan selesai.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan adalah perusahaan manufacture sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

Sampel diambil dengan teknik purposive sampling, dengan karakteristik sampel yaitu:

1. Perusahaan makanan dan minuman yang go public dan masih terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016-2018.
2. Perusahaan makanan dan minuman yang memiliki laporan keuangan secara berturut-turut selama periode penelitian 2016-2018.
3. Perusahaan makanan dan minuman yang memiliki laba negatif selama periode penelitian 2016-2018.
4. Perusahaan makanan dan minuman yang menggunakan satuan Rupiah (Rp) selama periode penelitian 2016-2018.

Definisi Operasional Variable

1. Profitabilitas (X1)

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan Return On Equity (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Equity}} \times 100\% \quad (\text{Riyanto, 2012})$$

2. Ukuran Perusahaan (X2)

Logaritma dari Total Aktiva. (Log. Total Aktiva)

3. Inflasi (X3)

4. Suku Bunga (X4)

5. Nilai Perusahaan

$$PBV = \frac{Ps}{BVS}$$

Metode Analisis Data

Penelitian ini di analisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh variable bebas (profitabilitas, ukuran perusahaan, tingkat inflasi dan suku bunga) dengan variable terikat (Nilai Perusahaan). Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

a : Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄ : Koefisien regresi untuk variabel X₁, X₂, X₃, X₄

X₁ : Variabel Profitabilitas

X₂ : Variabel Ukuran Perusahaan

X₃ : Variabel Tingkat Inflasi

X₄ : Variabel Suku Bunga (SBI)

e : Error (variable gangguan)

1. Memilih sampel perusahaan makanan dan minuman serta terdaftar di BEI sesuai dengan kriteria penelitian yang telah ditentukan
2. Mencatat nilai variabel penelitian yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi, suku bunga, dan nilai perusahaan
3. Melakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak
4. Melakukan uji asumsi klasik

5. Melakukan uji hipotesis
6. Data dianalisis menggunakan bantuan software SPSS
7. Penarikan kesimpulan dari hasil analisis data

HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN

Pemilihan sampel penelitian sebanyak 13 perusahaan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4.1
Pemilihan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan Sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	22
2	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan tahunan berturut-turut selama periode 2016-2018 di Bursa Efek Indonesia	(6)
3	Perusahaan makanan dan minuman yang memiliki laba negatif selama periode penelitian 2016-2018	(3)
4	Perusahaan makanan dan minuman yang menggunakan satuan Rupiah (Rp) selama periode penelitian 2016-2018	(0)
Jumlah Sampel		13

UJI HIPOTESIS

Uji T

Adapun hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	43.758	34.587		1.265	.214
	Profitabilitas	.170	.028	.656	6.143	.000
	Ukuran Perusahaan	1.343	.498	.289	2.698	.011
	Inflasi	-10.533	6.068	-.374	-1.736	.092
	Suku Bunga	-5.520	2.644	-.454	-2.088	.044

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber data : Data primer yang diolah

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Dari Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai $t = 6,143$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak artinya Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya profitabilitas mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini juga sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kinerja keuangan atau laba adalah tolok ukur yang memiliki pengaruh dalam menentukan tingkat nilai perusahaan di mata para pemegang saham maupun investor. Profitabilitas yang dihasilkan perusahaan menjadi penentu baik buruknya kinerja keuangan suatu perusahaan. Apakah laba yang diperoleh akan diberikan semua atau sebagiannya ditahan mempunyai implikasi pada naik turunnya harga saham atau nilai perusahaan. Laba yang tinggi akan sangat mempengaruhi pandangan investor terkait kinerja keuangan suatu

perusahaan sehingga membuat harga saham menjadi meningkat. Harga saham yang semakin baik tentunya akan menjadikan nilai perusahaan juga ikut meningkat. Perusahaan yang memiliki tingkat kinerja keuangan yang tinggi tidak akan memerlukan tambahan modal eksternal (hutang) lagi karena kegiatan operasinya cukup dibiayai dengan laba ditahan saja.

b. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Dari Tabel 4.9 menunjukkan nilai $t = 2,698$ dengan signifikansi $t 0,011$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari temuan statistik tersebut dapat dinyatakan ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan. Adapun penelitian menurut Rachmawati dan Hanung (2007) Ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Gill dan Obradovich (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Ningsih & Waspada (2019) size berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh Inflasi terhadap Nilai perusahaan

Dari Tabel 4.9 menunjukkan nilai $t = -1,736$ dengan signifikansi $t 0,092$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya Inflasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Inflasi adalah indikator ekonomi yang menggambarkan turunnya nilai rupiah dan kondisi ini ditandai dengan meningkatnya harga barang – barang kebutuhan di pasar. Saat inflasi meningkat atau tinggi maka akan terjadi penurunan kinerja perusahaan, karena sektor riil tidak berkembang, investasi menjadi lambat, terjadi PHK pada perusahaan dan nilai perusahaan akan menurun. Perusahaan akan kesulitan membayar biaya tenaga kerja dan biaya produksi karena penurunan penjualan. Penurunan penjualan akan mempengaruhi harga saham, karena investor akan memilih investasi yang memberikan keuntungan lebih tinggi, akibatnya jika harga saham turun, maka nilai perusahaan juga mengalami penurunan. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Wirasedana (2018) menyatakan bahwa tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan investor percaya bahwa perusahaan mampu mengatasi masalah inflasi yang dihadapi. sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Sartika., et al (2019) menyatakan inflasi berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya kinerja keuangan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

d. Pengaruh Suku Bunga (SBI) terhadap Nilai perusahaan

Dari Tabel 4.9 menunjukkan nilai $t = -2,088$ dengan signifikansi $t 0,044$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak artinya Suku Bunga berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari temuan statistik tersebut dapat dinyatakan Suku Bunga mampu mempengaruhi kondisi perusahaan atas keputusan investasi investor dan mempengaruhi penawaran dan permintaan investor. Suku bunga yang tinggi akan mendorong orang untuk menanamkan dananya di bank daripada menginvestasikan pada sektor industri atau produksi tertentu. Suku bunga yang

tinggi menyedot banyak uang yang beredar di masyarakat. Namun pada sisi lain tingginya suku bunga akan meningkatkan nilai uang selain menyebabkan besarnya opportunity cost pada sektor industri. Dengan menaikkan suku bunga, jumlah uang yang beredar akan berkurang karena orang lebih senang menabung daripada memutar uang pada sektor-sektor produktif. Sebaliknya, jika suku bunga terlalu rendah, jumlah uang beredar di masyarakat akan bertambah dan memutar uang pada sektor - sektor produktif. Penelitian yang dilakukan oleh Noerirawan & Muid (2012) menyatakan bahwa suku bunga Bank Indonesia berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Ningsih & Waspada (2019) menunjukkan bahwa suku bunga bank Indonesia berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori kenaikan tingkat suku bunga memiliki dampak negatif terhadap setiap emiten karena akan meningkatkan beban bunga kredit dan menurunkan laba bersih. Penurunan laba bersih akan mengakibatkan laba per saham juga menurun sehingga emiten tidak akan membeli saham perusahaan berarti suku bunga memengaruhi nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka kesimpulan yang didapat sebagai berikut:

1. Profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi dan suku bunga (SBI) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di BEI periode 2016-2018.
2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di BEI periode 2016-2018.
3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di BEI periode 2016-2018.
4. Inflasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di BEI periode 2016-2018.
5. Suku bunga (SBI) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang *go public* di BEI periode 2016-2018.

Saran

1. Jumlah sampel hendaknya tidak hanya menggunakan perusahaan makanan dan minuman saja, akan tetapi menggunakan sampel perusahaan manufaktur dengan berbagai sektor industri supaya hasil yang didapatkan lebih baik dan lebih representatif dalam mendukung teori .
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya menggunakan 4 (empat variabel) saja, tetapi menambah beberapa variabel internal dan eksternal seperti rasio kinerja perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, nilai tukar rupiah terhadap dollar, dan lain-lain.
3. Menambah jangka waktu atau periode pengamatan yang lebih panjang dan lebih up to date sehingga penelitian mampu memberikan gambaran riil kondisi perusahaan pada saat dilakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, P. I. P., & Abundanti, N. (2014). *Pengaruh pertumbuhan perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Ramadhan, G. T. (2019). *PENGARUH LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, TERHADAP NILAI PERUSAHAAN* (Studi perusahaan sub sektor batubara yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2016) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Felicia, F. (2020). *Pengaruh Operating Cash Flow, Free Cash Flow, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan* (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh profitabilitas, size terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal siasat bisnis*, 16(2).
- Sari, K. H. W. (2015). *Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia* (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Andianto, A. (2014). Analisis pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI periode 2009-2012. *Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis*.
- Panggabean, M. R. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 26(1), 82-94.
- Sari, R. A. I., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh leverage, profitabilitas, size, dan growth opportunity terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(10).
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. P. (2015). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (kebijakan dividen dan kesempatan investasi sebagai variabel mediasi). *E-Jurnal Manajemen*, 4(12).
- Rakasiwi, F. W., Pranaditya, A., & Andini, R. (2017). Pengaruh Eps, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010–2015. *Journal Of Accounting*, 3(3).
- Ningsih, S., Husnan, L. H., & Suryani, E. (2021). PENGARUH MAKROEKONOMI TERHADAP HARGA SAHAM DENGAN FINANCIAL DISTRESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI: STUDI KASUS PADA KONDISI PANDEMI COVID-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2).
- Dian Wijayanti, K. D., Sulasmiyati, S., & Sulasmiyati, S. (2018). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Daftar Efek Syariah Periode 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(2), 8-14.
- Noerirawan, M., & Muid, A. (2012). *Pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan terhadap nilai perusahaan* (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Sari, M. R. P. A., & Handayani, N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(9).
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan* (Doctoral dissertation, Udayana University).

- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sudiani, N. K. A., & Darmayanti, N. P. A. (2016). *Pengaruh profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan, dan investment opportunity set terhadap nilai perusahaan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Nurminda, A., Isynurwardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *eProceedings of Management*, 4(1).
- Widigdo, I. (2013). Effect of Corporate Social Performance, Intellectual Capital, Ownership Structure, and Corporate Governance on Corporate Performance and Firm Value (Studies on Companies Listed in The Sri Kehati Index). *International Journal of Business, Economics, and Law*, 2(1), 87-106.
- Listyaningsih, N. M. K. A., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN BUMN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *VALUES*, 1(4), 83-93.
- Yatimin, Y., & Syamsiani, Y. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, dan Struktur Aset Terhadap Kebijakan Hutang. *Indonesian Management and Economics Journal*, 1(2), 104-110.
- Suardikha, M. S., & Apriada, K. (2016). Pengaruh struktur kepemilikan saham, struktur modal dan profitabilitas pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 44768.
- Felany, I. A., & Worokinasih, S. (2018). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Padatahun 2012-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 119-128.
- Arif, S. (2015). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 27(1).
- Purwati, C. S., Taty Sariwulan, S. E., & MSi, A. K. (2021). *PENGARUH KOMPENSASI BONUS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEM LABA (Studi kasus pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia pada tahun 2011-2015)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Sukma Kurniawan, D. F. (2019). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang listed di BEI tahun 2016–2017)*.
- Martianawati, T. I. (2019). *Pengaruh Posisi Kas, Perputaran Total Aset Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks Lq45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

*) **Intan Kartikawati Ulfa** adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

) **Maslichah adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang

***) **Dwiyani Sudaryanti** adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang