

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Nilai Perusahaan

Dalam mengambil keputusan keuangan, manajer keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai. Keputusan keuangan yang tepat dapat memaksimalkan nilai perusahaan sehingga mampu meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Salah satu argumentasi bahwa manajer keuangan harus lebih hati-hati dalam mempertimbangkan biaya kesempatan atas pendanaan persediaan adalah keputusan persediaan harus diperlakukan seperti keputusan aktiva lainnya, dengan memperhitungkan keuntungan dan risikonya dalam kerangka penganggaran modal (Harmono, 2009).

Nilai perusahaan adalah sangat penting, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi juga nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Ernawati, 2015). Rasio penilaian merupakan suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (investor) atau pada para pemegang saham. Rasio ini memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga para investor mau membeli saham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham (Sutrisno, 2017).

Dalam penelitian ini nilai perusahaan dapat diproksikan dengan *Price to 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 relatif terhadap harga di pasar. Semakin rendah PBV berarti semakin rendah harga saham relatif terhadap nilai bukunya, 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. Tujuan normatif yang ingin dicapai oleh manajemen keuangan suatu perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran *stakeholder* (Mindra, 2014).

Stakeholder merupakan semua kelompok yang dapat dipengaruhi atau yang dapat memengaruhi keputusan, kebijakan dan kegiatan suatu organisasi, merupakan lingkungan dimana perusahaan harus berinteraksi. Perusahaan harus berinteraksi dengan dua kelompok *stakeholder*, yaitu pertama *stakeholder* primer meliputi: pemegang saham, kreditor, pemasok, pelanggan, pesaing, penyalur. Kedua *stakeholder* sekunder meliputi: masyarakat lokal, pemerintah domestik, pemerintah asing, kelompok aktivitas sosial, media masa, kelompok, pendukung bisnis dan pendapat umum (Halim, 2015).

Akhir – akhir ini ada pandangan bahwa tujuan normatif yang ingin dicapai dalam manajemen keuangan adalah memaksimalkan kemakmuran *stakeholder*. Adapun *stakeholder* itu adalah pihak – pihak yang berkepentingan terhadap

perusahaan, meliputi: karyawan dan manajemen, kreditur, supplier, masyarakat sekitar, perusahaan, pemerintah dan pemegang saham. Perusahaan tidak mungkin dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dengan mengabaikan kepentingan pihak – pihak lain yang telah dijelaskan sebelumnya. Oleh sebab itu tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat dipandang sebagai tujuan akhir yang harus dicapai oleh manajer keuangan perusahaan (Sartono, 2016).

2. **Leverage**

Secara harfiah arti dari *leverage* adalah pengungkit. Dalam keuangan, *leverage* juga mempunyai maksud yang serupa. *Leverage* dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap. Penggunaan aset atau dana tersebut pada akhirnya dimaksudkan untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham (Azari, 2017).

Leverage adalah gambaran dari pemakaian utang oleh suatu perusahaan untuk membiayai operasional perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting karena tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya perlindungan pajak. *Leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan asset yang tinggi namun risiko *leveragenya* juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Rudangga, 2016).

Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvabel, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya. Karena *leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko *leverage* nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut didapat melunasi kewajibannya tepat waktu (Ernawati, 2015).

Menurut Teori *Signalling*, pengeluaran investasi memberikan signal positif mengenai pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan (Ayem, 2016). Karena itu, perusahaan yang meningkatkan utang bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan dimasa mendatang. Karena cukup yakin, maka manajer perusahaan tersebut berani menggunakan utang yang lebih besar. Investor diharapkan akan menangkap signal tersebut, signal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik. Dengan demikian utang merupakan tanda atau signal positif (Hanafi, 2015).

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dianggap 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 yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Rudangga, 2016).

Teori *Signalling* mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan pemilik saham (Mindra, 2014). Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Halim, 2015).

Ukuran perusahaan adalah rasio yang menunjukkan skala untuk menentukan besar kecilnya ukuran perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total assets yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Jumlah asset yang besara akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen,

kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Maryam, 2014).

Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi di banding pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan di suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Rudangga, 2016).

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam dividen (Sartono, 2016). Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mampu

menunjukkan kinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor (Rudangga, 2016).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Menurut teori *signalling* pada dasarnya membahas adanya ketidaksamaan informasi antara pihak internal dan pihak eksternal perusahaan. Pihak internal (manajer) biasanya memiliki lebih banyak informasi mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya dibandingkan pihak eksternal (investor). Untuk menghindari asimetri informasi pihak internal mengeluarkan laporan tahunan sebagai sinyal kepada para investor mengenai prospek perusahaan kedepannya. Informasi lain perusahaan dapat berupa laporan keuangan yang didalamnya terdapat angka – angka akuntansi seperti ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas yang mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Sehingga dengan mengetahui informasi tersebut investor akan segera melakukan analisis untuk mengambil keputusan investasi (Sari, 2016).

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Ernawati, 2015). Dalam berinvestasi para investor maupun calon investor perlu mengumpulkan informasi sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Indikator yang biasanya digunakan para investor adalah dengan memperhatikan profitabilitasnya karena semakin tinggi laba, semakin tinggi pula return yang akan diperoleh investor (Ayem, 2016).

Penelitian ini akan menghitung profitabilitas dengan *Return on Equity (ROE)*. *Return on Equity (ROE)* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik peegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan dalam perusahaan. *Return on equity* ini sering disebut dengan *rate of return on Net Worth* yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki, sehingga ROE ini ada yang menyebut sebagai *rentabilitas* modal sendiri. Laba yang diperhitungkan adalah laba bersih setelah dipotong pajak atau EAT (Sutrisno, 2017).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dilihat sebagai berikut :

Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

NO	NAMA PENELITIAN/JURNAL	VARIABEL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1	Rudangga dan Sudiarta E-Jurnal Manajemen Unud Volume.5 No.7, 2016 : 4394 - 4422	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2	Ayem dan Nugroho Jurnal Akuntansi Volume.4 No.1 Juni 2016	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014)	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Kebijakan Deviden berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Kebijakan Investasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Secara serentak profitabilitas, struktur modal, kebijakan deviden dan kebijakan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Setiadewi dan Purbawangsa E-Jurnal Manajemen Unud Volume.4 No.2, 2015	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan terhadap Nilai Perusahaan.	Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Profitabilitas, Ukuran Perusahaan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap <i>Leverage</i> , ukuran perusahaan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas mempengaruhi Nilai Perusahaan secara positif signifikan.
4	Azari dan Fachrizal Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA) Volume.2 No.1 (2017)	Pengaruh Asimetri Informasi, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014	Asimetri Informasi, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012-2014. Asimetri Informasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. dan <i>Leverage</i> secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
5	Herawati Jurnal Manajemen	Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh

	Volume.2 No.2	Perusahaan.	tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan hutang berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan
6	Sari dan Priyadi Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume.5 No.10 Oktober 2016	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, <i>Size</i> dan <i>Growth Opportunity</i> terhadap Nilai Perusahaan.	Leverage berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. <i>Size</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
7	Ernawati dan Widyawati Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Volume.4 No.4 (2015)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan variabel Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Variabel <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
8	Dewi dan Wirajaya E-Jurnal Akuntansi (2013)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan.	Struktur Modal berpengaruh negatif dan signifikan pada Nilai Perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada Nilai Perusahaan. Dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh pada Nilai Perusahaan.
9	Mindra dan Erawati Jurnal Akuntansi Volume.2 No.2, Desember 2014	Pengaruh <i>Earning Per Share (EPS)</i> , Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.	Variabel <i>Earning Per Share (EPS)</i> , Profitabilitas (ROE), dan <i>Leverage</i> (DR) secara simultan mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan (PBV). Variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel <i>Earning Per Share</i> dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
10	Rizqia, Dwita Ayu dkk Jurnal Penelitian Keuangan dan Akuntansi Volume.4 No.11, 2013.	Effect of Manajerial Ownership, Financial <i>Leverage</i> , Profitability, <i>Firm Size</i> , and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan peluang investasi berpengaruh terhadap kebijakan dividen, sedangkan <i>financial leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Hasil ini selanjutnya menjelaskan bahwa variabel penelitian, yaitu kepemilikan manajerial, <i>leverage</i> keuangan, profitabilitas, ukuran perusahaan, peluang investasi, dan kebijakan dividen

			mempengaruhi nilai perusahaan.
11	Lim, Thian Cheng Jurnal Ekonomi dan Keuangan Internasional Volume.4 No.3, Maret 2012	Determinants of Capital Structure Empirical Evidence from Financial Services Firms in China	Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, perisai pajak non-hutang, volatilitas pendapatan dan saham tidak beredar merupakan faktor pengaruhnya yang signifikan di sektor keuangan. Selain itu, ukuran perusahaan secara positif terkait dengan rasio <i>leverage</i> perusahaan. Juga ditemukan bahwa karakteristik institusi Tiongkok mempengaruhi keputusan pilihan modal.
12	Mursalim dkk Jurnal Manajemen Informasi dan Tinjauan Bisnis Volume.7 No.2, April 2015	Financial Decision, Innovation, Profitability and Company Value: Study on Manufacturing Company Listed in Indonesia Stock Exchange.	Keputusan investasi mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara positif dan signifikan, Keputusan investasi mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan, Struktur modal mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara positif dan signifikan, Struktur modal mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan, Kebijakan dividen mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara positif dan signifikan, Kebijakan dividen tidak mempengaruhi nilai perusahaan, Inovasi mempengaruhi profitabilitas perusahaan secara positif dan signifikan, Inovasi mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan, Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Berdasarkan hubungan diantara variabel tersebut dapat dimasukkan dalam kerangka pemikiran :

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan adalah rasio yang menunjukkan skala untuk menentukan besar kecilnya ukuran perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total assets yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Jumlah aset yang besara akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkat nilai perusahaan (Maryam, 2014).

Penelitian yang dilakukan Rudangga (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sari (2016) menunjukkan bahwa *size* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, dalam penelitian Mindra (2014) memperoleh hasil *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Pengelolaan *leverage* sangatlah penting karena tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya perlindungan pajak. *Leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan asset yang tinggi namun risiko *leveragenya* juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Rudangga, 2016).

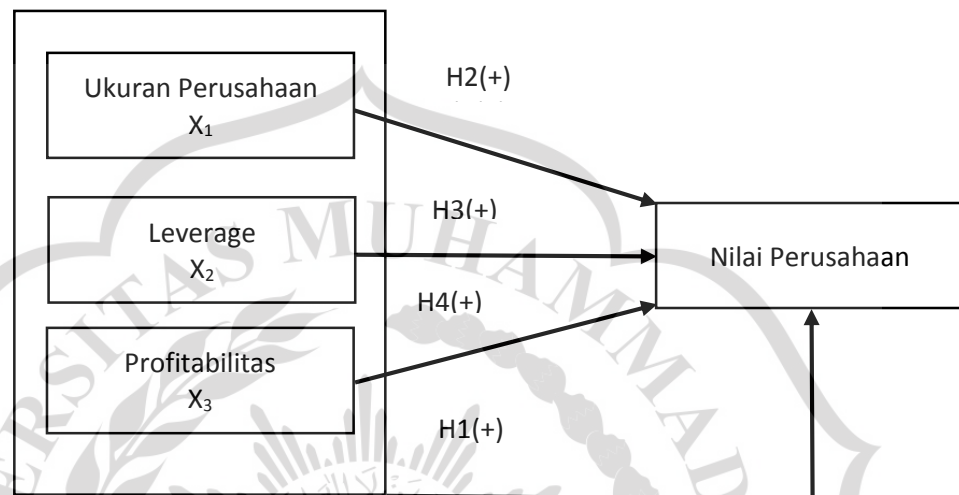
Penelitian yang dilakukan Rudangga (2016) *Leverage* dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sari (2016) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Setiadewi (2015) menyimpulkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen (Sartono, 2016).

Hasil penelitiannya Rudangga (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ayem dan Nugroho (2016) menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan Herawati (2013) yang membuktikan profitabilitas secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H₁ : Secara simultan ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃ : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.