
Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia

Ilham Aditya¹⁾, Nurmalia Hasanah²⁾, Diah Armeliza⁴⁾, Mardi⁴⁾

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

ilhamadit1998@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received: August 24, 2021

Accepted: November 31, 2021

Published: December 01, 2021

Keyword:

Firm Size, Leverage Firm, Profitability, Value,

Corresponding Author:

Ilham Aditya

ilhamadit1998@gmail.com

ABSTRACT

Firm value can be influenced by various factors, namely leverage, firm size and profitability. In addition, profitability in this study acts as a variable that mediates leverage and firm size on firm value. The purpose of this study was to determine the effect of leverage and firm size on firm value with profitability as an intervening variable. The unit of analysis is the basic and chemical industry companies listed on the IDX 2016-2019. The research method used is non-participant observation method. The research population is 60 companies. The sample is 31 companies with a total of 124 sample data with purposive sampling as a sampling technique. Data analysis using path analysis and using SPSS 25 application. Based on the results of the study, it was obtained that leverage, firm size, profitability had a significant positive effect on firm value. Leverage has a significant negative effect on profitability. Firm size has a significant positive effect on profitability. Profitability is able to mediate the relationship between leverage and firm value, but profitability is not able to mediate the relationship between firm size and firm value.

ABSTRAK

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi berbagai faktor yaitu leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Selain itu, profitabilitas dalam penelitian ini berperan sebagai variabel yang memediasi leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Unit analisis yaitu perusahaan industri dasar serta kimia yang terdaftar di BEI 2016-2019. Metode penelitian yang digunakan adalah metode observasi non partisipan. Populasi penelitian berjumlah 60 perusahaan. Sampel berjumlah 31 perusahaan dengan total 124 data sampel dengan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Analisis data dengan analisis jalur (path analysis) dan menggunakan aplikasi SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa leverage, ukuran perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Profitabilitas mampu memediasi hubungan leverage terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

How to Cite:

Ilham Aditya, Nurmalia Hasanah, Diah Armeliza, dan Mardi. (2021). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 16(2), 124-152 <https://doi.org/10.21009/wahana-akuntansi/16.02.05>

PENDAHULUAN

Kepercayaan pasar pada perusahaan dapat terlihat dari seberapa besar minat investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, dalam setiap perusahaan pasti memiliki nilai. Nilai tersebut biasanya diberikan oleh para pemangku kepentingan, baik oleh pihak manajemen perusahaan maupun investor. Strategi perusahaan dalam mengelola keuangannya (manajemen keuangan) bisa mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Fungsi dari manajemen yang berkaitan dengan pengelolaan aset, perolehan, serta pendanaan yang bertujuan dengan menyeluruh bisa disebut sebagai manajemen keuangan. Manajer perusahaan diwajibkan untuk memiliki keterampilan dan strategi agar tercapainya tujuan perusahaan. Target utama perusahaan selain memperoleh keuntungan secara maksimal, juga memiliki target untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar dapat dilirik oleh calon investor (Ardiana & Chabachib, 2015). Harga saham perusahaan memperlihatkan nilainya perusahaan. Perusahaan yang harga sahamnya meningkat, maka investor akan memberikan perusahaan tersebut impresi yang baik. Apabila investor telah mempunyai persepsi baik pada perusahaan, investor pun tentu tertarik guna menanamkan modalnya (Istamarwati & Suseno, 2017). Pendapat Octaviany, dkk

(2019) memperkuat hal tersebut dengan mengatakan bahwa rasa kepercayaan yang besar dari golongan yang berkaitan pada perusahaan, maka perusahaan tersebut memiliki nilai tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik.

Menurut Tahu & Susilo (2017) menyatakan bahwa penggunaan informasi keuangan yang disediakan perusahaan biasanya akan dihitung dan dilihat oleh analis dan investor yang biasanya meliputi perhitungan rasio likuiditas, leverage, aktivitas, dan profitabilitas sebagai dasar pertimbangan dalam melakukan suatu investasi. Kinerja keuangan tersebut disebut mampu memperlihatkan nilai perusahaan.

Salah satu variabel bebas yang akan dimanfaatkan oleh peneliti ialah solvabilitas atau leverage. Rasio leverage ini berhubungan erat dengan utang dalam suatu perusahaan. Solvabilitas atau leverage itu juga memiliki arti bahwa bagaimana perusahaan dapat menepati kewajiban finansialnya baik kewajiban jangka panjang ataupun jangka pendek dengan kemampuannya sendiri (Putri & Ukhriyawati, 2016). Oleh sebab itu, rasio leverage ialah rasio yang mengukur pendanaan perusahaan yang memakai unsur hutang sebagai sumber pendanaannya (Brigham & Houston, 2014:140).

Yuniningsih, dkk (2019) menyatakan bahwa keputusan dalam penggunaan utang

tersebut harus dibuat secara baik dan rinci karena nilai perusahaan akan terdampak oleh rasio leverage. Dampak tersebut dapat berupa peningkatan nilai perusahaan jika penggunaan utang dalam perusahaan terjadi pada tingkatan tertentu (wajar), namun hal tersebut juga dapat berdampak menurunkan nilai perusahaan jika penggunaan utang terlalu besar (melewati titik maksimum).

Selain leverage, ukuran perusahaan ialah variabel bebas lainnya yang dianggap bisa mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Istamarwati & Suseno (2017) indikator yang memperlihatkan kekuatan keuangan perusahaan ialah ukuran perusahaan. Gambaran mengenai besar atau kecil ditentukan berdasarkan jumlah penjualan, jumlah aset, rata-rata jumlah aset, serta rata-rata tingkat penjualan merupakan pengertian ukuran perusahaan (Astakoni dkk., 2020). Ukuran perusahaan terbagi atas tiga kategori yakni perusahaan kecil, menengah dan besar. Tingkat profitabilitas serta nilai perusahaannya dapat semakin besar apabila semakin besar ukuran sebuah perusahaan (Octaviany dkk., 2019).

Variabel profitabilitas dimanfaatkan selaku variabel intervening atau mediasi antara variabel bebas serta terikat. Profitabilitas sendiri bisa diartikan keuntungan atau laba yang dapat dihasilkan oleh kegiatan operasi perusahaan. Prospek perusahaan bisa di nilai baik dimasa mendatang jika tingkat profit suatu perusahaan tinggi. Tentu

dengan keuntungan yang tinggi tersebut, maka kemampuan perusahaan membayarkan pengembalian kepada investor berupa dividen juga akan tinggi (Sudarma & Darmayanti, 2017). Pendapat lain yang dikemukakan oleh Kasmir (2010:115) menyatakan bahwa rasio profitabilitas yakni penilaian suatu perusahaan yang dikaitkan dengan kapabilitas perusahaan saat mendapatkan laba. Pandangan mengenai keefektivan manajemen di perusahaan diberikan pada rasio ini. Maka dengan ini dapat dipahami bahwa efektifitas manajemen tinggi dan akan berdampak pada nilai perusahaan tersebut dimata supplier, kreditur, serta investor apabila semakin tinggi rasio profitabilitas sebuah perusahaan.

Penelitian mengenai kemampuan profitabilitas pada memediasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan terjadi ketidakkonsistenan. Dewi & Abudanti (2019) dan diperkuat oleh Astutiningrum (2017) menyatakan profitabilitas bisa memediasi pengaruh leverage pada nilai perusahaan. Hasil berbeda didapatkan oleh Octaviany, dkk (2019) yang menyatakan profitabilitas tidak bisa memediasi pengaruh leverage pada nilai perusahaan. Sehingga dengan adanya hal tersebut, maka peneliti ingin menguji ulang terkait pengaruh tidak langsung antara leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

Penelitian mengenai kemampuan profitabilitas dalam memediasi pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan juga terjadi inkonsistensi hasil penelitian. Octaviany, dkk (2019) mengatakan profitabilitas dapat memediasi pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Sedangkan didapatkan Pratama & Wiksuana (2016) berbeda mengatakan profitabilitas tidak bisa memediasi pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Sehingga peneliti ingin menguji ulang terkait pengaruh tidak langsung antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi mendefinisikan hubungan keagenan seperti hubungan antara satu atau beberapa pemilik perusahaan mempekerjakan agen (manajemen) untuk melakukan beberapa tindakan yang dapat menguntungkan pemilik perusahaan dan memerlukan pendelegasian wewenang terkait pengambilan keputusan tertentu kepada agen. Teori ini mengasumsikan bahwa terdapat hubungan kontraktual dan oleh karena itu kedua pihak yang mengadakan kontrak, satu pihak dapat digambarkan sebagai prinsipal, direktur, supervisor, dan kemudian agen lainnya akan melakukan tindakan tertentu dengan

mengharapkan timbal balik seperti bonus (reward). Sebagai pelaku atau agen yang dianggap orang ekonomi yang rasional dapat dimotivasi oleh kepentingan pribadi, yang mungkin sangat tergantung pada preferensi, keyakinan, dan informasi. Karena pemilik modal diharapkan menyediakan modal dan menanggung risiko, sementara agen diharapkan melakukan tugas, membuat keputusan yang menguntungkan pemilik modal dan mengambil risiko juga. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa individu berpikiran rasional, yang dapat mengutamakan keuntungan mereka sendiri sebelum perusahaan (Boučková, 2015).

Perbedaan kepentingan antar pemegang saham dengan manajemen berdasarkan Rachmawati & Pinem (2015) terjadi dikarenakan manajemen tidak mempunyai saham perusahaan hingga akhirnya manajer tidak berupaya kembali dalam mengoptimalkan profit bahkan lebih condong meraup keuntungan semacam meningkatkan kekayaan pribadi dari beban perusahaan, melaksanakan aktivitas kantor yang berakibat terhadap turunnya laba perusahaan dikarenakan meluapnya biaya yang dikeluarkan dari aktivitas tersebut, serta meningkatkan fasilitas perusahaan. Sementara itu, para pemilik modal pasti menginginkan perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan beban perusahaan.

Keuntungan yang besar akan meningkatkan kemakmuran para pemilik modal.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal yang dinyatakan oleh Brigham & Houston (2011:184) ialah sebuah aksi yang dipilih manajemen perusahaan memberi gelagat ke investor mengenai penilaian manajemen atas peluang baik perusahaan. Menurut Suwardjono (490:2010) salah satu bentuk sinyal perusahaan dapat dilihat melalui laba akuntansi yang diungkapkan pada statemen keuangan. Ditunjukkan melalui berbagai penelitian empiris, harga saham berdampak dari laba persaham yang disebarluaskan dalam statement keuangan. Maka dari itu, keuntungan menjadi fokus utama calon investor dan pemilik modal perhatikan untuk memprediksi laba dan harga saham di masa depan. Jadi, laba mempunyai isi informasi yang berguna dalam pasar modal. Menurut penelitian Rachmawati & Pinem (2015) di dalam keadaan apapun yang dialami perusahaan baik menghadapi kenaikan maupun penyusutan laba, manajemen pun hendaknya bisa membagikan informasi yang persis terkait kondisi perusahaan pada seluruh pihak dimana keadaan ini dikatakan sebagai teori sinyal. Informasi yang sama bertujuan agar bisa dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan terkait investasi sahamnya serta calon

investor dan pemilik modal bisa memandang prospek perusahaan.

Nilai Perusahaan

Harga yang harus dibayar oleh pembeli ketika perusahaan dijual adalah maksud dari nilai perusahaan. Jadi, perusahaan yang memasarkan sahamnya kepada masyarakat, untuk melakukan penilaian perusahaan menggunakan indikator utama berupa harga pasar saham. Harga saham tersebut terkait dengan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam pandangan investor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pandangan investor mengenai nilai perusahaan terlihat berdasarkan harga pasar saham perusahaannya (Sutama & Lisa, 2018).

Proksi yang dapat dipakai sebagai pengukuran nilai perusahaan sangat beragam. Proksi yang dapat digunakan untuk pengukuran nilai perusahaan yaitu dengan proksi EPS, PER, PBV, BVS, *dividend ratio*, dan Tobin's q.

Earning per Share atau laba per saham ialah total laba dihasilkan selama periode berjalan perlembar sahami yang berjalan (Martani dkk., 2016:119). Rasio laba per lembar saham menurut Kasmir (2010:115) ialah rasio guna melakukan pengukuran akan keberhasilan manajemen terhadap pencapaian keuntungan oleh pemegang saham.

PER (Price Earning Ratio) atau harga per laba adalah jumlah yang rela dibayarkan

oleh investor untuk setiap laba yang dilaporkan (Brigham & Houston, 2014:150). Menurut Kieso, et al (2014:214) rasio ini menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar dengan keuntungan yang diterima.

BVS yaitu rasio menjelaskan nilai buku didapat dari investor apabila perusahaan tersebut dilikuidasi (Octaviany & Aprilia, 2014). Menurut Kieso, et al (2014:214) BVS menunjukkan klaim atas setiap lembar saham terhadap modal sendiri.

PBV ialah rasio menganalogikan harga pasar sebuah saham pada nilai bukunya. Hal ini memberikan gelagat penglihatan penanam modal terhadap perusahaan (Brigham & Houston, 2014:151). Sedangkan menurut Putri & Ukhriyawati (2016) yaitu rasio yang mengukur seberapa besar penilaian buku saham di pasar. Rasio ini juga memberikan pengukuran atas potensi pergerakan harga pada suatu saham. *Dividend ratio* menurut Putri & Ukhriyawati (2016) yaitu rasio yang terdiri atas *dividend yield* dan *dividend payout*. Rasio yang melakukan perbandingan dividen per saham dengan harga pasar per saham disebut *dividend yield*. Sementara itu, rasio yang membandingkan dividen per saham dengan pendapatan persaham disebut *dividend payout*.

Proksi *tobin's q* yang diperkenalkan James Tobin akan dimanfaatkan sebagai proksi di penelitian ini. *Tobin's q* ialah cara

kebijakan finansial memberi pengaruh perekonomian lewat pengaruhnya terhadap penilaian ekuitas. Tobin juga mengartikan q sebagai nilai pasar perusahaan. Kemudian dapat membagikan informasi secara baik. Alasannya cukup jelas, rasio ini memasukkan semua unsur di laporan keuangan, yaitu unsur utang, modal saham dan aset perusahaan pada proksinya (Savitri, 2017).

Leverage

Leverage keuangan (*financial leverage*) adalah mengenai sejauh apa utang dimanfaatkan terhadap struktur modal perusahaan. Ketika biaya keuangan suatu perusahaan meningkat akibat pembayaran bunga tetap, maka *leverage* juga pasti meningkat. Dalam keputusannya, perusahaan dapat memilih tingkat *leverage* yang tinggi (utang lebih banyak daripada modal) atau memilih tingkat *leverage* yang rendah (utang lebih sedikit daripada modal) (Adenugba et al., 2016).

Rasio yang melakukan pengukuran bagaimana aset perusahaan ditanggung dengan utang ialah rasio *leverage* atau rasio solvabilitas berdasarkan pendapat Kasmir (2010:112). Solvabilitas, dalam arti luas dapat dimanfaatkan guna melakukan pengukuran atas kapabilitas perusahaan dalam pembayaran semua utangnya, baik jangka panjang ataupun jangka pendek bila perusahaan dilikuidasi. Solvabilitas atau *leverage* yaitu rasio yang

memperbandingkan antara aset yang dimiliki oleh modal sendiri aset bersumber dari kreditur. *leverage* ini menjadi krusial untuk kreditur dan investor. Tingkat keamanan para kreditur dapat ditentukan dengan mengetahui besaran aset yang dimiliki pemegang saham.

Perhitungan atas rasio *leverage* memiliki banyak proksi. Menurut Putri & Ukhriyawati (2016) serta didukung oleh pendapat Kasmiri (2010:112) bahwa rasio *leverage* ini bisa diukur memakai DER, FCC, TIE, LTDtER, serta DAR. Menurut Kurniasari & Wahyuati (2017), DER yaitu rasio utang yang dimanfaatkan guna pengukuran komparasi total modal yang kantor miliki dengan total utang. Hal ini diperkuat oleh Kasmir (2010:112) mengenai pendapat rasio utang terhadap ekuitas DER dimana menurutnya rasio yang dimanfaatkan guna penilaian utang dan ekuitas

Long Term Debt to Equity Ratio ialah dimanfaatkan guna pengukuran membedakan utang jangka panjang atas modal sendiri (Kurniasari & Wahyuati, 2017).

Times Interest Earned (TIE) ialah rasio yang digunakan dalam pencarian jumlah dikali penerimaan bunga. TIE juga dapat dikatakan sebagai kesanggupan perusahaan guna membayar beban bunga (Kasmir, 2010:112).

FCC atau *Fixed Charge Coverage* menurut Putri & Ukhriyawati (2016) disebut juga dengan rasio penutup beban tetap. Lingkup biaya tetap atau FCC menurut Kasmir (2010:113) ialah rasio yang menyerupai TIE, namun FCC dilaksanakan jika perusahaan menyewa aset berdasar kontrak sewa (*lease contracts*) atau mendapatkan utang jangka panjang

Proksi atau rumus yang akan digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan pendekatan *Debt to Aset Ratio*. Rasio utang yang dimanfaatkan guna pengukuran berapa besar utang perusahaan memiliki pengaruh pada manajemen aset atau pengukuran seberapa banyak harta perusahaan yang di danai pada utang merupakan definisi DAR menurut Kasmir (2010:112).

Ukuran Perusahaan

Satu diantara hal penting yang akan diteliti ialah ukuran perusahaan. bentuk dari penetapan besar atau kecilnya perusahaan disebut sebagai ukuran perusahaan. *Firm size* dibagi atas tiga kategori, yakni perusahaan kecil, menengah, serta besar. Penilaian investor untuk melakukan investasi di perusahaan dianggap dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (Astutiningrum, 2017).

Ukuran perusahaan yang besar merupakan dianggap memiliki keadaan stabil serta menunjukkan perkembangan, sehingga memicu minat pemodal guna membeli

saham perusahaan tersebut (Nila & Suryanawa, 2018).

Menurut Rifai, dkk (2015) ukuran perusahaan dapat diukur melalui nilai aset. Selain melalui nilai aset, ukuran perusahaan dapat terlihat dari besaran nilai penjualan (Firda & Efriadi, 2020). Ukuran perusahaan bisa diukur melalui nilai penjualan apabila berdasarkan Putranto & Darmawan (2018), dengan memanfaatkan logaritma natural atas jumlah penjualan. Penulis akan menggunakan proksi Ln (logaritma natural) jumlah aset.

Profitabilitas

Profitabilitas ialah variabel intervening yang akan digunakan dalam penelitian. Rasio profitabilitas berdasarkan Kasmir (2010:115) ialah rasio yang dapat dipakai untuk memberikan penilaian terhadap keuntungan yang diperoleh kantor dan dapat pula memberi ukuran mengenai tingkat keefektifan manajemen disuatu perusahaan. Menurut Mariani, dkk (2016) profitabilitas dapat bertindak sebagai alat ukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Kemampuan perusahaan dalam membayar dividennya akan semakin besar apabila tingkat keuntungan yang didapatkan semakin besar pula.

Rasio profitabilitas terbagi atas berbagai jenis. Menurut Brigham & Houston (2014:146) rasio profitabilitas terbagi menjadi empat jenis. Yakni margin laba

atas penjualan, kemampuan dasar guna memperoleh keuntungan (BEP), pengembalian atas total asset (ROA), serta pengembalian atas ekuitas biasa (ROE). Satu diantara rasio yang dimanfaatkan guna melakukan pengukuran margin laba atas penjualan ialah rasio *profit margin*. Membandingkan antara keuntungan bersih sesudah pajak dengan penjualan bersih dilakukan guna melakukan pengukuran rasio ini (Kasmir, 2010:115).

Hasil pengembalian modal (ROE) menurut Kasmir (2010:115) ialah rasio yang memperlihatkan efisiensi modal perusahaan serta guna melakukan pengukuran keuntungan bersih setelah pajak atas modal sendiri. ROE menurut Brigham & Houston (2014:149) melakukan pengukuran tingkat pengembalian investasii pemegang saham biasa yang perhitungannya.

Proksi yang dimanfaatkan dipenelitian ini ialah dengan menggunakan rasio pengembalian atas total asset (ROA). ROA ialah rasio yang memperlihatkan *return* atau hasil atas aset yang dipakai diperusahaan (Kasmir, 2010:117).

Hipotesis Penelitian

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Dinyatakan oleh Kurniasari & Wahyuati (2017) dan Octaviany, dkk (2019) dimana didapati pengaruh signifikan dalam

hubungan leverage pada nilai perusahaan. Didukung oleh Firda & Efriadi (2020), Dewi & Abundanti (2019), dan Putra & Wiagustini (2019) yang mengatakan didapati korelasi yang positif signifikan antara leverage pada nilai perusahaan. Dapat dirumuskan hipotesis berdasarkan penguraian serta hasil penelitian terdahulu, yakni:

H₁: Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Rachmawati & Pinem (2015) serta dengan dukungan hasil penelitian yang dikerjakan Putra & Lestari (2016), Firda & Efriadi (2020), Dewi & Abundanti (2019), serta Astutiningrum (2017) mengatakan didapati berpengaruh positif signifikan antara ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Bisa dirumuskan hipotesis berdasarkan penjelasan serta hasil penelitian terdahulu, yakni:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian oleh Rachmawati & Pinem (2015) serta dengan dukungan penelitian yang dilakukan oleh Tahu & Susilo (2017) serta Putra & Lestari (2016) dinyatakan profitabilitas memiliki dampak positif signifikan dengan nilainya perusahaan. Dapat dirumuskan hipotesis

berlandaskan hasil penelitian terdahulu, yakni:

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menurut Sinarti & Darmajati (2019), Budiharjo (2020), Putra & Wiagustini (2019) dan Maria, dkk (2019) menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Oleh sebab itu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Dinyatakan oleh Dewi & Abundanti (2019), Ambarwati, dkk (2015), dan Kusumo & Darmawan (2018) dimana ukuran perusahaan mempunyai dampak positif signifikan pada profitabilitas. Berlandaskan penjabarannya, jadi bisa didapat perumusan yakni:

H₅: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Menurut Dewi & Abundanti (2019) serta dengan dukungan penelitian yang dilakukan oleh Astutiningrum (2017) menyatakan dimana pengaruh antara *leverage* pada nilai perusahaan mampu

dimediasi oleh profitabilitas. Dapat dirumuskan hipotesis berlandaskan hasil penelitian terdahulu serta penjabaran di atas, yakni:

H₆: *Leverage* berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas

Menurut Octaviany et al (2019) serta didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Abundanti (2019) dinyatakan dimana profitabilitas mampu memediasi antara pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Maka, dapat dirumuskan hipotesis berlandaskan hasil penelitian terdahulu, yakni:

H₇: Ukuran perusahaan berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi kepustakaan yang diperoleh dari data laporan keuangan perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019. Metode penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis dilakukan dengan statistik. Olah data pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25.

Populasi

Daerah generalisasi ini terdapat objek atau subjek memiliki sifat serta mutu tersebut yang ditentukan penulis guna dipelajari dan dilakukan penarikan kesimpulan merupakan arti dari populasi (Sugiyono, 2018:215). Semua perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar pada BEI selama masa 2016-2019 merupakan populasi pada penelitian ini. Penelitian ini mendapatkan jumlah populasi dengan sebanyak 60 perusahaan.

Sampel

Bagian dari karakteristik serta jumlah yang dipunyai oleh suatu populasi disebut sebagai sampel (Sugiyono, 2018:215). Pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 31 perusahaan. Sampel yang diambil dengan metode *non-probability sampling* atau metode yang mengambil sampel yang tidak membagikan kesempatan yang persis terhadap tiap populasi guna menjadi sampel serta menggunakan teknik purposive sampling yang memilih sampel berdasar sebuah pertimbangan ialah metode mengambil sampel yang dimanfaatkan pada penelitian. Alasan penggunaan teknik ini yakni agar relevan dengan hipotesis penelitian. Kriteria untuk sampel yang kemudian dipakai ialah seperti berikut:

Tabel 1. Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019	60
2	Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang tidak melaporkan laporan keuangan pada tahun 2016-2019	(2)
3	Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang mengalami kerugian pada tahun 2015-2018	(27)
	Total sampel perusahaan	31
	Total data yang diolah (4 tahun)	124

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Operasional Variabel

Variabel Terikat (Y)

Pada penelitian ini variabel terikat ialah nilai perusahaan. Proksi *tobin's q* dimanfaatkan sebagai proksi yang dipakai dalam menghitung nilai perusahaan pada penelitian ini dengan rumus sebagai berikut:

$$q = \frac{(MVS + D)}{TA}$$

MVS = *Market value of all outstanding shares* (nilai pasar seluruh saham beredar).

D = *Debt* (utang).

TA = *Firm assets* (aset perusahaan).

Variabel Bebas (X)

Leverage (X₁)

Proksi atau rumus yang akan digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan pendekatan DAR dengan rumus sebagai berikut:

$$DAR = \frac{Total Debt}{Total Assets}$$

Total Debt = nilai buku keseluruhan utang, baik utang lancar maupun utang jangka panjang.

Total Assets = nilai buku keseluruhan aset perusahaan.

Ukuran Perusahaan (X₂)

Proksi yang akan digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan Proksi (Ln) atau logaritma natural dari *total assets* akan digunakan peneliti dalam pengukuran ukuran perusahaan dengan rumus sebagai berikut:

$$Size = Ln \text{ of } Total Assets$$

Ln = Logaritma natural.

Total Assets = Nilai buku keseluruhan aset.

Variabel Intervening (M)

Pada penelitian ini, variabel *intervening* yang akan digunakan yaitu variabel profitabilitas. ROA atau rasio pengembalian atas total aset akan digunakan sebagai proksi dalam penelitian ini dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Laba Bersih}{Total Aset}$$

Laba bersih = nilai buku laba bersih (laba setelah bunga dan pajak).

Total aset = nilai buku keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan.

HASIL DAN DISKUSI

Uji Statistik Deskriptif

Pada awal pengujian ini terdapat 31 perusahaan dengan total 124 data sampel. Namun ternyata ditemukan *outlier* dalam data penelitian, maka peneliti harus membuang *outlier* tersebut, yakni perusahaan dengan kode IMPC, SMBR, dan TPIA. Dengan demikian, total perusahaan menjadi 28 dengan total 4 tahun pengamatan (2016-2019), sehingga total sampel dalam penelitian ini berjumlah 112 data sampel. Berikut ini adalah tabel 2 yang menyajikan hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini setelah outlier dibuang.

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif

		Statistics			
		LEVERAGE	SIZE	PROFITABILITY	FIRM VALUE
N	Valid	112	112	112	112
	Missing	0	0	0	0
Mean		.44026	28.84029	.05223	.97300
Median		.45750	28.65900	.04300	.89200
Mode		.168 ^a	27.472 ^a	.017 ^a	.679 ^a
Std. Deviation		.194516	1.715411	.039367	.347172
Minimum		.091	25.856	.001	.304
Maximum		.834	32.473	.165	1.963
Sum		49.309	3230.113	5.850	108.976

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sumber: Olah data SPSS 25

Nilai leverage yang paling minimum adalah 0,091 sedangkan yang paling maksimum adalah 0,834. Sementara itu, nilai yang paling sering muncul adalah 0,168 dan rata-rata leverage yang diproksikan oleh DAR dari 28 perusahaan selama 4 tahun (2016 – 2019) ini adalah 0,440.

Dari 28 perusahaan selama 4 tahun, nilai ukuran perusahaan yang paling minimum adalah 25,856 sedangkan yang paling maksimum adalah 32,473. Sementara itu,

nilai yang paling sering muncul adalah 27,472 dan rata-rata ukuran perusahaan yang diproksikan oleh size (ln of total assets) dari 28 perusahaan selama 4 tahun (2016 – 2019) ini adalah 28,840.

Nilai profitabilitas yang paling minimum adalah 0,001 sedangkan yang paling maksimum adalah 0,165. Sementara itu, nilai yang paling sering muncul adalah 0,017 dan rata-rata profitabilitas yang diproksikan oleh ROA dari 28 perusahaan selama 4 tahun (2016 – 2019) ini adalah 0,052.

Dari 28 perusahaan selama 4 tahun, nilai perusahaan yang paling minimum adalah 0,304 sedangkan yang paling maksimum adalah 1,963. Sementara itu, nilai yang paling sering muncul adalah 0,304 dan rata-rata nilai perusahaan yang diproksikan oleh Tobin's Q dari 28 perusahaan selama 4 tahun (2016 – 2019) ini adalah 0,951.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Seperti yang telah disebutkan dalam uji statistik deskriptif, bahwa terdapat outlier data dalam penelitian ini, sehingga harus membuang outlier, yakni perusahaan dengan kode IMPC, SMBR, dan TPIA. Akan tetapi, setelah membuang outlier, tetap saja data belum berdistribusi normal sehingga memerlukan transformasi data, yaitu dengan menggunakan rumus $SQRT(x)$. Setelah dilakukan pembuangan outlier dan transformasi data, kemudian dilakukan uji

normalitas dengan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Berikut ini adalah hasil uji normalitas persamaan satu (*Leverage*, *Ukuran Perusahaan*, dan *Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*) yang disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Uji Normalitas 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11441065
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.062
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.167 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olah data SPSS 25
 Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai signifikansi yang didapat dari uji normalitas yaitu sebesar 0,167. Nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.
 Berikut ini adalah hasil uji normalitas persamaan dua (*Leverage* dan *Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas*) yang disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Uji Normalitas 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.07762048
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.068
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olah data SPSS 25
 Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi yang didapat dari uji normalitas yaitu sebesar 0,057. Nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dilihat dari nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $Variance Inflation Factor (VIF) \geq 10$. Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas persamaan 1 (*Leverage*, *Ukuran Perusahaan* dan *Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*) pada penelitian ini yang disajikan pada tabel 5.

Tabel 5. Uji Multikolinieritas 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.791	.382		-4.685	.000		
	LEVERAGE	.404	.082	.372	4.900	.000	.696	1.4
	SIZE	.418	.075	.382	5.585	.000	.855	1.1
	PROFITABILITY	1.220	.142	.615	8.602	.000	.785	1.2

a. Dependent Variable: FIRM VALUE

Sumber: Olah data SPSS 25

Berlandaskan tabel hasil pengujian tersebut, karena seluruh variabel mempunyai $VIF \leq 10$ serta nilai $tolerance \geq 0,10$ jadi bisa ditarik kesimpulan dimana penelitian ini datanya terbebas dari multikolinieritas.

Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas persamaan 2 (*Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas) yang disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Uji Multikolinieritas 2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.144	.258		-.558	.578		
	LEVERAGE	-.269	.049	-.492	-5.462	.000	.886	1.129
	SIZE	.098	.050	.179	1.992	.050	.886	1.129

a. Dependent Variable: PROFITABILITY

Sumber: Olah data SPSS 25

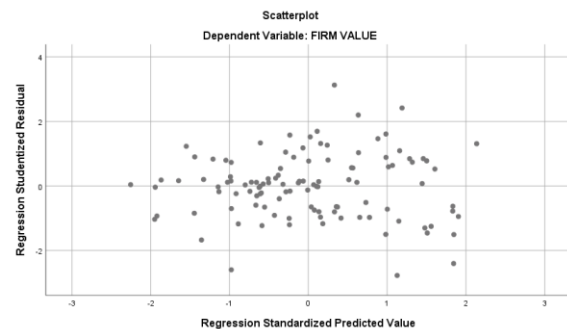
Berlandaskan pengujian tersebut, dikarenakan semua variabel mempunyai nilai $Tolerance \geq 0,10$ serta $Variance Inflation Factor (VIF) \leq 10$, jadi bisa didapatkan simpulan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pola gambar *scatterplots*. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas persamaan 1

(*Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan) pada penelitian ini yang disajikan pada gambar 2.

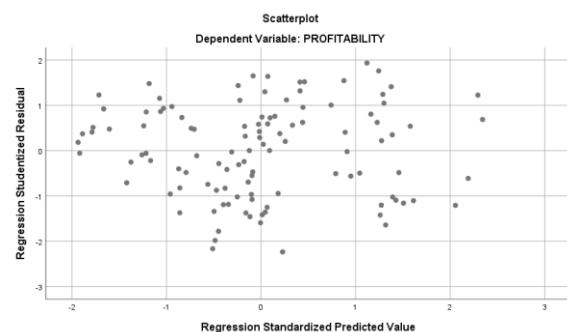
Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas 1



Sumber: Olah data SPSS 25

Berdasarkan gambar 2 hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa titik-titik data menyebar secara rata, baik di atas maupun di bawah angka 0, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas persamaan 2 (*Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas) pada penelitian ini yang disajikan pada gambar 3.

Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas 2



Sumber: Olah data SPSS 25

Berdasarkan gambar 3 hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa titik-

titik data menyebar secara rata, baik di atas maupun di bawah angka 0, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda persamaan satu (*Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan) didapatkan melalui table berikut:

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.791	.382		-4.685	.000		
	LEVERAGE	.404	.082	.372	4.900	.000	.696	1.438
	SIZE	.418	.075	.382	5.585	.000	.855	1.169
	PROFITABILITY	1.220	.142	.615	8.602	.000	.785	1.274

a. Dependent Variable: FIRM VALUE

Sumber: Olah data SPSS 25

Maka berdasarkan hasil tabel tersebut didapati bahwa konstanta memiliki nilai koefisien sebesar, -1,791. Artinya, jika seluruh variabel independen dan *intervening* yakni *Leverage* (X1), Ukuran Perusahaan (X2), serta Profitabilitas (M) dianggap konstan, maka variabel Nilai Perusahaan (Y) bernilai -1,791. Dari tabel 6 didapati bahwa variabel *Leverage* (X1) mempunyai nilai koefisien dengan besar 0,404. Dapat diartikan, apabila variabel nilai perusahaan terjadi kenaikan sebesar 1 satuan, lantas peningkatan pada leverage sebesar 0,404 satuan akan terjadi dengan asumsi *variable independent* yang lain pada model regresi ini bernilai tetap. Menurut tabel 6 diketahui ukuran perusahaan (X2)

mempunyai nilai koefisien dengan angka 0,418. Dapat dirtikan, jika variabel nilai perusahaan merasakan peningkatan sebesar 1 satuan, maka kenaikan sebanyak 0,418 akan terjadi dengan diasumsikan variabel independen yang lain pada model regresi ini adalah tetap. Berdasarkan tabel 6 diketahui dimana variabel profitabilitas (M) mempunyai koefisien dengan nilai 1,220. Hal tersebut memiliki arti, bila variabel nilai perusahaan adanya peningkatan sebesar 1 satuan, maka peningkatan pada profitabilitas dengan nilai 1,220 akan terjadi dengan asumsi variable independen yang lain pada model regresi ini tetap.

Hasil analisis regresi linear berganda persamaan dua (*Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas) didapatkan persamaan berikut:

$$ROA = \alpha + p_4DAR + p_5SIZE + e$$

Tabel 7.

Analisis Regresi Linear Berganda 2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.144	.258		-.558	.578		
	LEVERAGE	-.269	.049	-.492	-5.462	.000	.886	1.129
	SIZE	.098	.050	.179	1.982	.050	.886	1.129

a. Dependent Variable: PROFITABILITY

Sumber: Olah Data SPSS 25

Maka berdasarkan hasil tabel tersebut didapatkan persamaan:

$$M = -0,144 - 0,269 X1 + 0,098 X2$$

a. Berlandaskan tabel 7 diketahui dimana konstanta memiliki nilai koefisien dengan nilai -0,144. Dimana apabila

semua variabel independen yaitu Leverage (X1) serta Ukuran Perusahaan (X2) dianggap konstan, lantas variabel Profitabilitas (M) bernilai -0,144.

- b. Berlandaskan tabel 7 diketahui dimana variabel leverage (X1) mempunyai nilai koefisien -0,269. Dimana apabila variabel profitabilitas terjadi kenaikan/peningkatan sebesar satu satuan, maka penurunan pada leverage dengan nilai -0,269 akan terjadi dengan diasumsikan bahwa variabel independen lain untuk model regresi ini tetap.
- c. Dari tabel 7 dilihat variabel ukuran perusahaan (X2) mempunyai koefisien dengan nilai 0,098. Yang bisa diartikan, jika variabel profitabilitas mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka peningkatan pada ukuran perusahaan sebesar 0,098 satuan akan terjadi dengan asumsi pada model regresi ini variabel independennya adalah tetap.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Persamaan 1

Tabel 8.

Uji Koefisien Determinasi 1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.555	.115989

a. Predictors: (Constant), PROFITABILITY, SIZE, LEVERAGE

b. Dependent Variable: FIRM VALUE

Sumber: Olah Data SPSS 25

Menurut hasil tersebut, bisa dikatakan angka *adjusted* R^2 yang didapat pada uji koefisien determinasi R^2 persamaan satu yaitu sebesar 0,555 atau 55,5%. Artinya, nilai sebesar 55,5% menyatakan dimana variansi variabel dependent yakni nilai perusahaan bisa diterangkan dari kombinasi seluruh variabel *independent* dan *intervening*. Selanjutnya, sisa dari 55,5% yaitu sebesar 44,5% (100%-55,5%), variabel nilai perusahaan bisa diterangkan dari variabel lain yang tidak tergolong pada model regresi pada penelitian ini.

Persamaan 2

Tabel 9.

Uji Koefisien Determinasi 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 ^a	.215	.201	.078329

a. Predictors: (Constant), SIZE, LEVERAGE

b. Dependent Variable: PROFITABILITY

Sumber: Olah Data SPSS 25

Menurut hasil tersebut, dapat diketahui angka *adjusted* R^2 persamaan dua yaitu sebesar 0,201 atau 20,1%. Artinya, nilai sebesar 20,1% tersebut menyatakan bahwa variansi variabel dependent yakni profitabilitas bisa diterangkan dari kombinasi seluruh variabel independent. Selanjutnya, sisa dari 20,1% yaitu sebesar 79,9% (100%-20,1%), variabel profitabilitas dapat dijelaskan atas variabel

lain tidak tergolong pada model regresi pada penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Persamaan 1

Tabel 10. Uji F Persamaan 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.902	3	.634	47.120	.000 ^b
	Residual	1.453	108	.013		
	Total	3.355	111			

a. Dependent Variable: FIRM VALUE

b. Predictors: (Constant), PROFITABILITY, SIZE, LEVERAGE

Sumber: Olah Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui nilai Fhitung dan nilai signifikansi dari model regresi baik pada persamaan satu maupun persamaan dua. Pada persamaan satu, karena jumlah sampel (n) adalah 112 dan jumlah variabel independen (k) adalah 3, maka dengan alpha sebesar 5%, nilai dari Ftabel adalah sebesar 2,69. Dilihat dari tabel di atas, model regresi persamaan satu memiliki nilai Fhitung sebesar 47,120 dan lebih besar dari F tabel ($47,120 > 2,69$). Kemudian, ditunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat diambil keputusan bahwa leverage (X1), ukuran perusahaan (X2), dan profitabilitas (M) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap nilai perusahaan (Y).

Persamaan 2

Tabel 11.

Uji F Persamaan 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.183	2	.092	14.928	.000 ^b
	Residual	.669	109	.006		
	Total	.852	111			

a. Dependent Variable: PROFITABILITY

b. Predictors: (Constant), SIZE, LEVERAGE

Sumber: Olah Data SPSS 25

Pada persamaan dua, karena jumlah sampel (n) adalah 112 dan jumlah variabel independen (k) adalah 2, maka dengan alpha sebesar 5%, nilai Ftabel adalah sebesar 3,08. Dilihat dari tabel 11 di atas, model regresi persamaan dua memiliki nilai Fhitung sebesar 14,928 dan lebih besar dari Ftabel ($14,928 > 3,08$). Kemudian, ditunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat diambil keputusan bahwa H_0 diterima, yang artinya bahwa leverage (X1) dan ukuran perusahaan (X2) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap profitabilitas (M).

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tabel 12. Uji Statistik t (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.791	.382		-4.685	.000
	LEVERAGE	.404	.082	.372	4.900	.000
	SIZE	.418	.075	.382	5.585	.000
	PROFITABILITY	1.220	.142	.615	8.602	.000

a. Dependent Variable: FIRM VALUE

Sumber: Olah Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari masing-masing variabel *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas adalah 0,000

$\leq 0,05$ sehingga variabel *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. *Leverage* memiliki nilai koefisien 0,404 dengan nilai thitung sebesar $4,900 > 1,981$ (ttabel), maka dapat diambil kesimpulan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien 0,418 dengan thitung sebesar $5,585 > 1,981$ (ttabel), maka dapat diambil kesimpulan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki nilai koefisien 1,220 dengan nilai thitung sebesar $8,602 > 1,981$ (ttabel), maka dapat diambil kesimpulan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan 2

Tabel 13. Uji Statistik t (Uji-t)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	-.144	.258		-.568	.578
	LEVERAGE	-.269	.049	-.492	-5.462	.000
	SIZE	.098	.050	.179	1.982	.050

a. Dependent Variable: PROFITABILITY

Sumber: Olah Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 13 tersebut, angka signifikansi *leverage* yaitu $0,000 \leq 0,05$. Angka signifikansi dari ukuran perusahaan yaitu sebesar $0,050 \leq 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* memiliki nilai koefisien sebesar $-0,269$

dengan nilai thitung $5,462 > 1,981$ (ttabel), maka dapat diambil kesimpulan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,098 dengan nilai thitung sebesar $1,982 > 1,981$ (ttabel), maka dapat diambil kesimpulan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

Analisis Jalur

Dua persamaan akan digunakan untuk menghitung pengaruh leverage, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas (Persamaan 1) serta pengaruh leverage dan ukuran perusahaan pada profitabilitas (Persamaan 2), dan juga nilai koefisien (ϵ) untuk setiap persamaan. Nilai ϵ tersebut diperoleh dengan cara sebagai berikut:

$$\epsilon = \sqrt{1 - R^2}$$

$$\epsilon_1 = \sqrt{1 - 0,555} \quad \epsilon_2 = \sqrt{1 - 0,201}$$

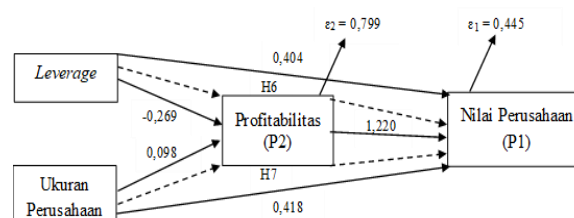
$$\epsilon_1 = 0,445$$

$$\epsilon_2 = 0,799$$

Berikut adalah gambar dari persamaan 1 yaitu diagram jalur pada penelitian ini beserta koefisien jalurnya yang dirincikan berikut ini:

Gambar 4.

Diagram Jalur Persamaan 1



Sumber: Data diolah penulis

Untuk menentukan adanya pengaruh mediasi secara statistik adalah dengan mengetahui besarnya pengaruh langsung dan besaran pengaruh secara tidak langsung yang terjadi pada penelitian ini. Berikut ini adalah tabel perhitungan pengaruh total pada analisis jalur.

- a. Nilai koefisien jalur variabel leverage terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas adalah -0,328, nilai tersebut lebih rendah daripada pengaruh langsung yang terjadi antara leverage terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0,404. Artinya, leverage lebih memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan secara langsung daripada melalui variabel perantara (pengaruh tidak langsung).
- b. Nilai koefisien jalur variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas adalah 0,119, nilai tersebut lebih rendah daripada pengaruh langsung ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0,418. Artinya, ukuran perusahaan lebih memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan tepat secara langsung daripada melalui variabel perantara (pengaruh tidak langsung).

Uji Sobel

Uji Sobel Pertama

Uji sobel pertama ini yaitu mengenai pengaruh profitabilitas dalam mediasi

pengaruh antara leverage pada nilai perusahaan.

$$t_{hitung} = \frac{-0,269 \times 1,220}{\sqrt{(1,220^2 \times 0,049^2) + (-0,269^2 \times 0,142^2) + (0,049^2 \times 0,142^2)}} = -4.626$$

Nilai thitung itu lebih besar daripada nilai ttabel sebesar 1,981 ($4,626 > 1,982$). Dengan demikian, hipotesis keenam (H_6) diterima, yaitu profitabilitas dapat memediasi antara leverage pada nilai perusahaan. Thitung bernilai negatif karena leverage berpengaruh negatif pada profitabilitas.

Uji Sobel Kedua

Uji sobel kedua ini yaitu mengenai pengaruh profitabilitas dalam memediasi pengaruh antara ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Berikut ini adalah perhitungan uji sobel kedua.

$$t_{hitung} = \frac{0,098 \times 1,220}{\sqrt{(1,220^2 \times 0,050^2) + (0,098^2 \times 0,142^2) + (0,050^2 \times 0,142^2)}} = 1.910$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh t_{hitung} sebesar 1,910. Nilai t_{hitung} itu lebih rendah dari nilai t_{tabel} dengan angka 1,981 ($1,910 < 1,981$). Dengan demikian, hipotesis ketujuh (H_7) ditolak, yaitu profitabilitas tidak mampu memediasi ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.

Pengaruh *Levcrage* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut pengujian hipotesis pada subab hasil penelitian sebelumnya, didapatkan hasil bahwa leverage yang diprosikan oleh

DAR memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan yang diproksikan oleh Tobin's Q. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Teori sinyal (*signalling theory*) berkaitan dengan berbagai informasi mengenai prospek di suatu perusahaan. Salah satu informasi yang dapat diungkapkan perusahaan yaitu informasi mengenai jumlah utang dan penggunaan unsur utang di perusahaan. Perusahaan bisa memakai leverage ini guna mendapatkan agar mendapatkan laba yang tinggi serta dapat tingkatkan nilai perusahaan dikarenakan tingginya leverage jadi terdapat perlindungan pajak yang akan didapatkan perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai yang dilakukan oleh Budiharjo (2020), Firda & Efriadi (2020), Dewi & Abudanti (2019), serta Putra & Wiagustini (2019) yang mengungkapkan leverage mempunyai dampak positif serta signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut pengujian hipotesis pada subab hasil penelitian sebelumnya, didapatkan hasil bahwa *size* yang diproksikan oleh \ln *total assets* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan yang diproksikan oleh Tobin's Q. Dengan demikian, hipotesis pertama (H2) diterima. Biaya keagenan dikeluarkan untuk

memberikan insentif kepada agen dan digunakan dalam biaya pemantauan agar agen dapat bekerja sesuai dengan keinginan para pemilik modal, yaitu demi kesejahteraan pemilik modal. Hal ini tentunya berkaitan dengan ukuran perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula resiko kebangkrutan yang akan terjadi jika perusahaan tidak dikelola dengan optimal dan baik. Ukuran perusahaan yang besar dianggap memiliki kondisi yang cenderung stabil sehingga menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar juga menentukan kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana di pasar modal sehingga menyebabkan nilai perusahaan menjadi meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rachmawati & Pinem (2015), Putra & Lestari (2016), Firda & Efriadi (2020), serta Astakoni dkk. (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut pengujian hipotesis pada subab hasil penelitian sebelumnya, didapatkan hasil bahwa profitabilitas yang diproksikan oleh ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan yang diproksikan oleh Tobin's Q. Dengan

demikian, hipotesis pertama (H3) diterima. Teori sinyal (*signalling theory*) berkaitan dengan berbagai informasi mengenai prospek di suatu perusahaan. Sinyal yang diungkapkan perusahaan dapat terlihat melalui laba akuntansi yang diungkapkan pada laporan keuangan. *Profit* yang diumumkan dalam laporan keuangan pastinya memiliki dampak dengan harga saham perusahaan. Profitabilitas menjadi hal yang penting untuk perusahaan karena diperhatikan oleh calon investor dan pemilik modal untuk memprediksi keuntungan dan harga saham pada masa mendatang yang dapat memberikan pengaruh nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan dilakukan oleh Rachmawati & Pinem (2015), Sabrin et. al. (2016), Putra & Lestari (2016), Tahu & Susilo (2017), Martha et. al. (2018), serta Astakoni, dkk (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Berdasarkan pengujian hipotesis, *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada profitabilitas, dan dapat dinyatakan hipotesis keempat (H4) ditolak yaitu bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. *Signalling theory*, berkaitan dengan berbagai informasi mengenai prospek di

suatu perusahaan. Sinyal yang diungkapkan perusahaan melalui tingkat utang perusahaan akan memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan. Semakin tinggi rasio *leverage* dapat semakin tinggi kekayaan perusahaan didanai dari utang. Utang tersebut menyebabkan tingkat profitabilitas perusahaan rendah, karena perusahaan akan berusaha untuk melunasi utang dan biaya bunga sehingga keuntungan menjadi berkurang bagi perusahaan.

Penelitian ini memiliki hasil sesuai dengan yang dilakukan oleh Dewi & Abudanti (2019), Astutiningrum (2017), dan Putra & Badjra (2015) mengatakan *leverage* mempunyai pengaruh negatif signifikan pada profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif pada profitabilitas, serta dapat dinyatakan hipotesis kelima (H5) diterima. Teori sinyal (*signalling theory*), berkaitan dengan berbagai informasi mengenai prospek di suatu perusahaan terutama untuk pihak yang memiliki kepentingan. Contohnya ialah investor, yang akan merespon positif jika perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi. Makin besar perusahaan, maka sinyal informasi yang diberitakan oleh perusahaan juga akan secara luas. Semakin

besar ukuran perusahaan tentunya akan semakin diperhatikan oleh calon investor dan pemilik modal, bahkan hal tersebut juga menjadi semakin baik apabila perusahaan tersebut memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Sehingga, semakin besar perusahaan dengan pengelolaan yang baik, tentunya semakin tinggi pula tingkat profitabilitas yang dimilikinya.

Hasil ini sesuai dengan dilakukan oleh Dewi & Abudanti (2019), Kusumo & Darmawan (2018), dan Ambarwati, dkk (2015), yang mengatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif serta signifikan pada profitabilitas.

Pengaruh *Leverage* melalui Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, leverage berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Variabel profitabilitas disebut bisa memediasi leverage secara negatif pada nilai perusahaan, dan bisa disebutkan bahwa hipotesis keenam (H6) diterima. *Signalling theory* berkaitan dengan berbagai informasi mengenai prospek di suatu perusahaan. Menurut teori tersebut, perusahaan yang memiliki rasio leverage tinggi jadi makin tinggi pula asset perusahaan dibiayai dengan utang. Tingkat leverage yang tinggi akan semakin meningkatkan resiko perusahaan dapat dilikuidasi karena adanya biaya utang yang

besar. Utang yang besar tersebut menyebabkan tingkat profitabilitas perusahaan rendah, karena perusahaan akan berusaha untuk melunasi utang dibandingkan untuk peningkatan produktivitas perusahaan. Selain itu, utang tersebut menjadi beban tetap tanpa memperdulikan besarnya pendapatan sehingga menyebabkan nilai perusahaan menjadi turun.

Hasil ini sama oleh Dewi & Abudanti (2019) serta Astutiningrum (2017) yang menyatakan profitabilitas bisa memediasi pengaruh antara leverage pada nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan melalui Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis jalur, pengaruh langsung ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, dari hasil uji sobel yang bernilai 1,910 tersebut lebih rendah dibandingkan ttabel sebesar 1,981 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2016-2019.

Profitabilitas tidak mampu memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dan bisa disebutkan hipotesis

ketujuh (H7) ditolak. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016) yang mengatakan profitabilitas tidak mampu memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan

Berlandaskan analisis serta hasil dari pembahasaan yang sudah dipaparkan di penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan yakni:

1. *Leverage* berpengaruh secara signifikan dengan arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Tingginya rasio *leverage* akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, rendahnya rasio *leverage* akan menurunkan nilai perusahaan.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan dengan arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula nilai perusahaan. Sebaliknya, semakin kecil ukuran perusahaan maka akan semakin kecil pula nilai perusahaannya.
3. Profitabilitas berpengaruh secara signifikan dengan arah yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar pula nilai perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah tingkat profitabilitas

yang dimiliki perusahaan maka akan semakin kecil pula nilai perusahaannya.

4. *Leverage* berpengaruh secara signifikan dengan arah yang negatif terhadap profitabilitas. Tingginya rasio *leverage* akan menurunkan tingkat profitabilitas perusahaan. Sebaliknya, rendahnya rasio *leverage* akan meningkatkan profitabilitas perusahaan.
5. Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan dengan arah yang positif terhadap profitabilitas. Tingkat profitabilitas perusahaan akan semakin besar apabila ukuran perusahaannya semakin besar juga. Lalu, tingkat profitabilitas akan semakin kecil apabila ukuran perusahaan tersebut juga kecil.
6. Profitabilitas mampu memediasi pengaruh tidak langsung antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.
7. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh tidak langsung antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. H. S. B., Hamid, M. A., & Yatim, P. (2017). The Effect of Enterprise Risk Management on Firm Value: Evidence from Malaysian Technology Firms. *Jurnal Pengurusan*, 49, 1–15.
<https://doi.org/10.17576/pengurusan-2017-49-01>

- Adenugba, A. A., Ige, A. A., & Kesinro, O. R. (2016). Financial Leverage and Firms' Value: a Study of Selected Firms in Nigeria. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 4(1), 14–32. www.idpublications.org
- Ambarwati, N. S., Yuniarta, G. A., & Sinarwati, N. K. (2015). Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 3(1), 11. <https://doi.org/10.23887/jimat.v3i1.4727>
- Ardiana, E., & Chabachib, M. (2015). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI pada Tahun 2012-2016). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–14. <https://doi.org/10.1115/IMECE2012-85714>
- Astakoni, I. M. P., Wardita, I. W., & Nursiani, N. P. (2020). Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Determinan Nilai Perusahaan Manufaktur Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(1), 190–196. <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1851.35-49>
- Astutiningrum, D. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan dan IOS Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Manajemen*. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Boučková, M. (2015). Management Accounting and Agency Theory. *Procedia Economics and Finance*, 25(15), 5–13. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00707-8](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00707-8)
- Brigham, Eugene F.; Houston, J. F. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11th ed.). Salemba Empat.
- Brigham, Eugene F.; Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11th ed.). Salemba Empat.
- Budiharjo, R. (2020). Effect of Firm Size and Leverage on Firm Value with Return on Equity as Intervening Variables. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS)*, 7(4), 148–155. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V7I4P119>
- Chumaidah, & Patuh Priyadi, M. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan

- CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(3).
<https://doi.org/10.37673/jebi.v2i1.50>
- Dewi, N. P. I. K., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 8(5), 3028–3056.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p16>
- Firda, Yulia; Efriadi, A. R. (2020). Pengaruh CSR Disclosure, Firm Size, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Moderasi Perusahaan Pertambangan di BEI. *Indonesian Journal of Economics Application*, 2(1), 34–43.
<https://doi.org/10.32546/ijea.v2i1.369>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Undip.
- IDX. (2020a). *IDX Statistik*.
<https://www.idx.co.id/data-pasar/laporan-statistik/statistik/>
- IDX. (2020b). *Laporan Keuangan dan Tahunan*.
<https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>
- IDX. (2020c). *Pengantar Pasar Modal*.
<https://www.idx.co.id/investor/pengantar-pasar-modal/>
- Indonesia, I. A. (2020). *PSAK 1 Penyajian Laporan Keuangan*.
<http://www.iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/pernyataan-sak-7-psak-1-penyajian-laporan-keuangan>
- Istamarwati, & Suseno, Y. D. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 11(1), 148–162.
<https://doi.org/10.13937/j.cnki>
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2014). *Intermediate Accounting IFRS Edition* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Kurniasari, Mitta Putri; Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas Rasio Aktivitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(8), 1–30.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kusumo, C. Y., & Ari, D. (2018). Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Dan Diversifikasi Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013 – 2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*,

- 57(1), 83–89.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2355>
- Mardi, D., & Si, M. (2011). *Sistem Informasi Akuntansi*. Cetakan 2. Penerbit Ghalia Indonesia Jakarta.
- Martani, D., Siregar, S. V., Wardhani, R., Farahmita, A., & Tanujaya, E. (2016). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK* (E. S. Suharsi (ed.); 2nd ed.). Salemba Empat.
- Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita*, 3(2), 227. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3493>
- Nila, L., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 2145. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i03.p20>
- Octavianty, E., & Aprilia, F. (2014). Pengaruh Earning Per Share (Eps), Book Value Per Share (Bvs), Return on Equity (ROE), Dan Debt to Equity Ratio (DER) Terhadap Harga Saham Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bei. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 6(2), 7–15. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v6i2.529>
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftahudin, M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 30–36. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. G. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17498>
- Putra, AA Ngurah Dharma Adi; Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5, 4044–4070. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p25>
- Putra, A. A. W. Y., & Badjra, I. B. (2015). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 2052–2067.

- <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/12700>
- Putranto, A. D., & Darmawan, A. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Nilai Pasar Terhadap Harga Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 56(1), 110–117.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2325>
- Putri, Raja Wulandari; Ukhriyawati, C. F. (2016). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. 3(1), 52–73.
<https://doi.org/10.33373/bening.v3i1.920>
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Equity*, 18(1), 1.
<https://doi.org/10.34209/equ.v18i1.456>
- Rahmadewi, P. W., & Abundanti, N. (2018). Pengaruh EPS, PER, CR Dan ROE Terhadap Harga Saham Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(4), 2106.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i04.p14>
- Rifai, M., Arifati, R., & Magdalena, M. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2010-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa SI Akuntansi Universitas Pandanaran*, 1(2502–7697), 1–8.
<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/issue/view/20>
- Sabrin, Satria, B., S. D. T., & Sujono. (2016). The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange. *The International Journal of Engineering and Science (IJES)*, 5(10), 81–89.
<http://www.theijes.com/Vol,5,Issue,10.html>
- Savitri, D. A. M. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 8, 29–45.
<http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/130>
- Sinarti, & Darmajati, J. (2019). Pengaruh Leverage, Diversifikasi Produk dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *JOURNAL OF*

- APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 3(1), 97–106.
<https://doi.org/10.30871/jama.v3i1.966>
- Sudarma, I Ketut Gede Adi Mas; Darmayanti, N. P. A. (2017). *Pengaruh CSR, Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan pada Indeks Kompas 100*. 6(4), 1906–1932.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/28212>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X (2), 43–56.
<http://jsma.stan-im.ac.id/pengaruh-leverage-dan-profitabilitas-terhadap-nilai-perusahaan-studi-pada-perusahaan-sektor-manufaktur-food-and-beverage-yang-terdaftar-di-bursa-efek-indonesia/>
- Suwardjono. (2010). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan* (3rd ed.). BPFE-YOGYAKARTA.
- Tahu, G. P., & Susilo, D. D. B. (2017). Effect of Liquidity, Leverage and Profitability to The Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(18), 89–98.
<https://www.iiste.org/Journals/index.php/RJFA/article/view/38758>
- Yuniningsih, Y., Pertiwi, T. K., & Purwanto, E. (2019). Fundamental factor of financial management in determining company values. *Management Science Letters*, 9(2), 205–216.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.12.002>