



## Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Return On Equity* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Emiten Ritel Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)

Nanin Pattingalloang<sup>1\*</sup>, Wastam Wahyu Hidayat<sup>2</sup>, Gilbert Rely<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

E-mail: [naninpattingalloang22@gmail.com](mailto:naninpattingalloang22@gmail.com)<sup>1</sup>, [wastam.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:wastam.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id)<sup>2</sup>, [gilbertrely@gmail.com](mailto:gilbertrely@gmail.com)<sup>3</sup>

\*Korespondensi penulis: [naninpattingalloang22@gmail.com](mailto:naninpattingalloang22@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to examine the factors that affect the company's value. There are several factors used, including company size, return on equity, and leverage. The purpose of this study is to empirically test whether company size, return on equity, and leverage, affect the value of companies in retail issuers on the Indonesia Stock Exchange. This study uses secondary data from the annual financial statements of retail issuers of the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020-2023 period. There were 15 issuers that were sampled or as many as 60 observations that met the criteria in the research sample using the purposive sampling method. The analysis methods used are Descriptive Statistical Analysis, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, and Hypothesis Test. The results of the study show that company size, return on equity, and leverage have a significant effect on the value of the company.*

**Keywords:** *Company Size, Company Value, Leverage, Return On Equity.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang digunakan antara lain ukuran perusahaan, *return on equity*, dan *leverage*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris apakah ukuran perusahaan, *return on equity*, dan *leverage*, berpengaruh nilai perusahaan pada emiten ritel Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan keuangan tahunan emiten ritel Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023. Terdapat 15 emiten yang menjadi sampel atau sebanyak 60 jumlah observasi yang memenuhi kriteria pada sampel penelitian dengan metode purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *return on equity*, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *Leverage, Nilai Perusahaan, Return On Equity, Ukuran Perusahaan.*

### 1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin meningkat di era globalisasi saat ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan politik, ekonomi, sosial, dan kemajuan teknologi. Perusahaan dituntut untuk mengelola fungsi-fungsi manajemen yang dimiliki dengan baik serta mampu membaca situasi yang terjadi agar dapat beradaptasi dengan dunia ekonomi internasional dan nasional (Sofia Prima Dewi, 2021). Persaingan yang ketat dalam industri mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk- produknya agar lebih dikenal di masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan membutuhkan dana yang lebih besar, sehingga menjadi salah satu faktor perusahaan untuk masuk ke bursa efek atau yang sering disebut *go public*. Melalui *go public*, perusahaan berupaya meningkatkan nilai mereka untuk menarik minat investor (Maryamah & Mahardhika, 2021). Tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan.

Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan (R. M. Harahap *et al.*, 2022).

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. PBV merupakan alat yang berguna untuk menentukan nilai perusahaan karena menunjukkan seberapa besar nilai yang dapat diciptakan perusahaan untuk modal yang dinilai tidak pasti. Perbedaan dengan Penelitian sebelumnya mengandalkan jarak waktu (Mahardikari, 2021).

Beberapa Emiten Bursa Efek Indonesia memiliki investor yang cukup banyak, salah satunya adalah perusahaan sub sektor perdagangan ritel yaitu perusahaan yang menjual barang atau jasa dalam jumlah satuan atau eceran kepada konsumen untuk mengonsumsinya atau menggunakannya secara pribadi dan tidak menjualnya kembali.

Industri ritel di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Industri Ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat (Prakoso *et al.*, 2022).

Nilai perusahaan ditentukan oleh besar kecilnya ukuran suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan ukuran perusahaan yang besar mempermudah suatu emiten perusahaan dalam memasuki dunia pasar modal (Wirdayanti *et al.*, 2022). Perusahaan dapat memiliki kehandalan dalam perubahan yang adaptif juga dapat mempermudah emiten untuk mencari dana baik dari keuntungan yang dihasilkan atau penerbitan kepemilikan saham dan efek utang (Wirdayanti *et al.*, 2022). Kemudahan dalam memasuki dunia pasar modal tersebut digunakan oleh perusahaan dalam merencanakan perencanaan yang cermat dan taktis, perluasan bisnis perusahaan serta mengembangkan bisnis perusahaan untuk keuntungan perusahaan dan menambah nilai perusahaan (Wirdayanti *et al.*, 2022). Dalam mengukur ukuran perusahaan menggunakan proksi *Firm size* dengan rumus  $\ln(\text{Total Asset})$ .

*Leverage* merupakan suatu resiko keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan utang. Penelitian dari (Rudangga & Sudiarta, 2016) menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian dari (Lestari *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Untuk menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi dan maksimal. terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang harus dipertimbangkan.

Ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang berhubungan dengan peluang dan kemampuan untuk masuk ke pasar modal dan jenis pembiayaan eksternal lainnya yang dimana menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meminjam (W. W. Hidayat, 2019).

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Return On Equity*. ROE merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan memberikan gambaran bagi investor mengenai tingkat pengembalian atas modal yang telah diinvestasikan terhadap perusahaan (Rahmantio dkk, 2018). Semakin besar tingkat ROE maka laba bersih yang dihasilkan dari modal sendiri juga semakin besar, ini menunjukkan perusahaan mampu mencetak laba yang tinggi dan hal ini tentunya dapat akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada emiten tersebut karna perusahaan tersebut bisa dikatakan mempunyai kinerja yang baik dan menyebabkan saham pun akan ikut tinggi. Hal tersebut menjadi berpengaruh positif untuk dapat meningkatkan nilai di suatu perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Leverage*. Dalam konteks keuangan, *Leverage* adalah acuan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan pembayaran utangnya baik dalam utang jangka waktu yang cepat dan jangka panjang (Wirdayanti *et al.*, 2022). Peningkatan *leverage* berpotensi menurunkan nilai perusahaan karena dapat meningkatkan beban dan risiko bisnis. *Leverage* negatif merupakan hasil dari rata-rata *leverage* tahunan yang tinggi dan tidak menentu, sedangkan rasio yang sehat dihasilkan oleh perpaduan modal dan utang yang seimbang (Rejeki & Haryono, 2021). Selain itu *leverage* adalah salah satu alat ukur yang digunakan investor dalam mempertimbangkan investasinya, Keputusan investor dalam melakukan investasi berkemungkinan meningkatkan nilai perusahaan (Andrianti & Dara, 2022). Dalam mengukur *leverage* pada penelitian ini menggunakan rasio DER (*Debt To Equity Ratio*). Alasan di balik pemilihan indikator DER untuk perhitungan *leverage* karena indikator ini memberikan wawasan mengenai kemampuan perusahaan dalam hutangnya yang digunakan untuk membiayai asset dan biaya operasional lainnya pada perusahaan. Selain itu, perusahaan publik biasanya memasukkan DER dalam laporan keuangan publikasi mereka (Talundima & Kelen, 2022). Rasio DER dilakukan dengan membandingkan seluruh utang, termasuk utang lancar, dengan seluruh ekuitas perusahaan atau Total Utang/Total Ekuitas (Talundima & Kelen, 2022).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### **Signaling Theory (Teori Sinyal)**

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) di dalam penelitiannya yang berjudul Job Market Signaling. Ross (1977) menyimpulkan dengan mengirimkan sinyal, pemilik informasi berusaha agar informasi tersebut tersedia bagi penerimanya. Penerima kemudian menyesuaikan perilakunya berdasarkan pemahamannya terhadap sinyal. Sinyal ini datang dalam bentuk informasi mengenai apa yang telah dilakukan manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik. Informasi yang dipublikasikan suatu perusahaan penting karena mempengaruhi keputusan investasi pihak luar. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena pada hakikatnya merupakan informasi, catatan, atau penjelasan mengenai kondisi masa lalu, masa kini, dan masa depan serta dampaknya terhadap perusahaan bagi kelangsungan hidupnya (Brigham & Houston, 2019).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah harga suatu perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor apabila dijual, dalam Novari (2017) memberikan pengertian nilai perusahaan (*value of the firm*) adalah ukuran keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menjalankan operasi bisnis di masa lalu dan prospek bisnis di masa yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham. Bagi perusahaan terbuka harga saham yang diperjual belikan di pasar modal merupakan indikator nilai Perusahaan.

### **Ukuran Perusahaan**

Brigham & Houston (2019) menyatakan bahwa, ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset dan total ekuitas. (R. M. Harahap *et al.*, 2022) mengatakan ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan.

### ***Return On Equity (ROE)***

ROE merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih (Rahmanita, 2020). Rasio ini menunjukkan tingkat presentase yang dapat dihasilkan ROE sangat penting bagi para pemegang saham dan calon investor, karena ROE yang tinggi berarti pula dan kenaikan ROE akan menyebabkan kenaikan saham. Semakin tinggi ROE maka semakin baik juga perusahaan tersebut akan menghasilkan laba bersih yang akan dikaitkan dengan pembayaran deviden semakin meningkat dan akan terjadi kecenderungan naiknya harga saham. ROE adalah laba atas modal sendiri dan mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba ekuitas. ROE dihitung dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas atau modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham (Anthoni & Yusuf, 2022).

### ***Leverage***

Rasio solvabilitas atau rasio *Leverage* dalam arti luas, mengukur kapasitas perusahaan untuk menyelesaikan semua kewajiban saat ini dan masa depan. Sebuah perusahaan dikatakan *solvable* jika memiliki kekayaan atau aset yang cukup untuk melunasi semua utangnya Kasmir (2019). Semakin tinggi nilai *Leverage* menunjukkan jumlah utang yang dimiliki perusahaan semakin besar dibandingkan dengan modalnya, sehingga biaya yang harus ditanggung perusahaan untuk memenuhi kewajiban akan semakin besar (Huang & Shang, 2019). Semakin tinggi rasio ini maka semakin berisiko perusahaan tersebut karena semakin besar kewajibannya, begitu pula sebaliknya semakin kecil rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki risiko yang rendah (Anwar, 2019).

## **3. METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dengan menggunakan angka-angka dan analisis menggunakan statistik dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu dan mengambil populasi yang diteliti. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder. Sugiyono (2019), data sekunder merupakan data yang diperoleh dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain-lain. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) atau laporan keuangan yang diterbitkan secara berturut-turut selama tahun 2020-2023 pada emiten ritel BEI.

Alat analisis serta pengujian yang digunakan berupa uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda dengan menggunakan IBM SPSS versi 27. Desain penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu nilai perusahaan sebagai variabel terikat, ukuran perusahaan, *return on equity* dan *leverage* sebagai variabel bebas.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh emiten sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebanyak 45 emiten. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel dari suatu populasi, cara pengambilan ini disebut dengan teknik sampling. Emiten sektor ritel Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023 yang memenuhi kriteria sebanyak 15 perusahaan atau 60 sampel data.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Uji Akurasi

##### Uji normalitas

Untuk melihat apakah nilai residu untuk data berdistribusi secara normal, maka dilakukan pengujian normalitas. Residu yang terdistribusi secara normal dapat diartikan estimasi yang didapatkan baik untuk melihat apakah nilai residu untuk data berdistribusi secara normal, maka dilakukan pengujian normalitas. Residu yang terdistribusi secara normal dapat diartikan estimasi yang didapatkan baik Berikut hipotesis uji asumsi normalitas.

$H_0 : \varepsilon_i \sim N(0; \sigma^2)$  atau  $\varepsilon$  berdistribusi normal

$H_1 : \varepsilon_i \not\sim N(0; \sigma^2)$  atau  $\varepsilon$  tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengambilan Keputusan : Terima  $H_0$  P-value  $> \alpha$  Berikut hasilnya:

**Tabel 1. Uji Normalitas Data dengan Kolmogrov-smirnov**

|                                  |                | <i>Unstandardized Residual</i> |
|----------------------------------|----------------|--------------------------------|
| N                                |                | 45                             |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                       |
|                                  | Std. Deviation | 54.20337763                    |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .084                           |
|                                  | Positive       | .084                           |
|                                  | Negative       | -.076                          |
| Test Statistic                   |                | .059                           |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>            |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil analisis normalitas dengan menggunakan kolmogrov-smirnov menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.200 atau  $> 0.05$  dengan demikian hipotesis nol diterima, menunjukkan bahwa model memiliki residual yang menyebar mengikuti distribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas Ghozali (2018), memiliki tujuan utama untuk mengevaluasi apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi yang signifikan antar variabel bebas (independen). Dalam konteks ini, model regresi yang dianggap baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi yang signifikan di antara variabel bebasnya. Uji ini melibatkan pengecekan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk mengukur sejauh mana tingkat korelasi antar variabel bebas tersebut. Pertama-tama, nilai *tolerance* digunakan sebagai indikator kemampuan suatu variabel bebas untuk tidak terkorelasi dengan variabel lain dalam model. Ghozali (2018), nilai *tolerance* yang dianggap memenuhi standar seharusnya berada di atas 0,10 atau setara dengan 10%. Jika nilai *tolerance* rendah, hal ini dapat menandakan tingkat multikolinearitas yang tinggi dan dapat mempengaruhi interpretasi hasil regresi. Selanjutnya, VIF digunakan untuk mengevaluasi seberapa banyak varians suatu koefisien regresi dapat meningkat karena adanya korelasi antar variabel bebas. Ghozali (2018), menetapkan standar bahwa nilai VIF seharusnya kurang dari 10. Jika nilai VIF melebihi angka ini, dapat dianggap sebagai indikasi bahwa terdapat multikolinearitas yang cukup signifikan, yang dapat mengurangi keakuratan interpretasi hasil regresi. Asumsi multikolinearitas dilakukan untuk melihat korelasi antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

$H_0 : \rho_{ij} = 0$  untuk  $i \neq j$  (tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas)

$H_1 : \rho_{ij} \neq 0$  untuk  $i \neq j$  (terdapat multikolinearitas antar variabel bebas)

Berdasarkan hasil analisis multikolinearitas pada tiga model sebagai berikut

**Tabel 2. Uji Multikolinearitas**

| Model |                   | Collinearity Statistics |       |
|-------|-------------------|-------------------------|-------|
|       |                   | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)        |                         |       |
|       | Ukuran Perusahaan | .110                    | 9.066 |
|       | ROE               | .102                    | 9.714 |
|       | Leverage (DER)    | .241                    | 4.136 |

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan hasil analisis tampak bahwa nilai VIF dari *variable independent* ukuran perusahaan, ROE, dan *leverage* yang digunakan dalam penelitian yang dihasilkan memiliki nilai VIF < 10 sehingga hubungan antara *variable independent* dalam mempengaruhi *variable dependent* nilai perusahaan dalam model regresi tidak terdapat permasalahan multikolinearitas, diasumsikan tidak ada saling keterkaitan antara variabel bebas atau independen dan asumsi multikolinearitas sudah terpenuhi.

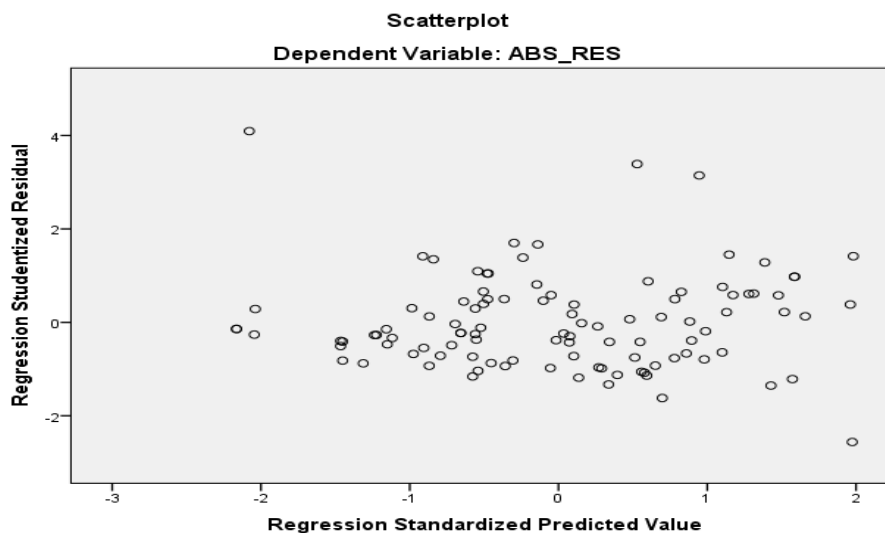
### Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Syarat asumsi heteroskedastisitas pada model panel yang terpenuhi bila variance residual menyebar secara homogen. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan langsung antara *variable independent* dengan residual. Bila tidak memiliki hubungan secara signifikan maka asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Dengan demikian, *variable independent* atau model terbebas dari permasalahan heteroskedastisitas.

hipotesis uji heteroskedastisitas:

$$H_0: E(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = \sigma^2 \quad i=j; \text{ atau } \text{var}(\varepsilon_i^2) = \sigma^2; \text{ data homoskedastis}$$

$$H_1: E(\varepsilon_i, \varepsilon_j) \neq \sigma^2 \quad i=j; \text{ atau } \text{var}(\varepsilon_i^2) \neq \sigma^2; \text{ data heteroskedastis}$$



Gambar 1. Scatterplot uji heteroskedastisitas



**Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas**

| Model |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)        | 19.606                      | 126.322    |                           | .155  | .877 |
|       | Ukuran Perusahaan | .881                        | 5.532      | .119                      | .159  | .874 |
|       | ROE               | 344.850                     | 141.881    | 1.493                     | 1.431 | .051 |
|       | Leverage (DER)    | 27.262                      | 10.702     | 1.325                     | 1.547 | .055 |

a. *Dependent Variable: ABS\_RES*

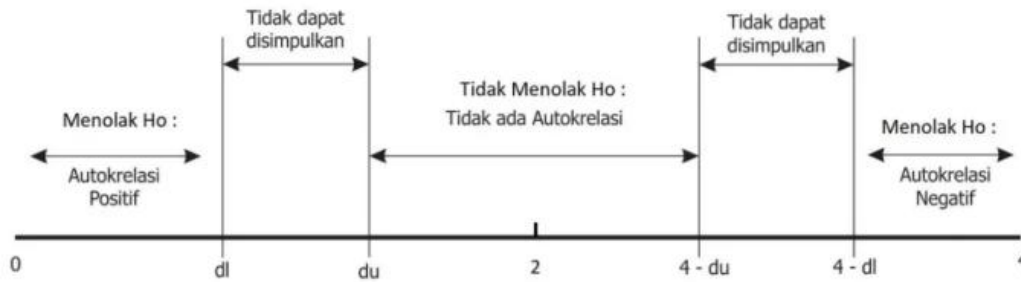
Pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan gletjer pada model regresi dimana variabel independen ukuran perusahaan, ROE, dan *leverage* memiliki nilai sig > 0.05 atau menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap abs residual model regresi, menunjukkan bahwa model regresi tidak terdapat permasalahan heteroskedastisitas terhadap nilai residual nilai perusahaan. Bila dilihat dari sebaran data residual model terhadap menunjukkan bahwa sebaran data tergolong homogen.

### Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antar variabel pada periode t dengan periode t-1 dalam persamaan regresi linear. Autokorelasi seringkali muncul dalam regresi yang melibatkan data *time-series*, seperti data bulanan atau tahunan, sehingga uji ini memiliki kekhususan terkait dengan dimensi waktu. Autokorelasi dapat mengindikasikan pola hubungan antara observasi pada waktu tertentu dengan observasi pada waktu sebelumnya. Untuk mendeteksi autokorelasi, uji Durbin-Watson (D-W) seringkali digunakan, dan hasilnya menentukan apakah model regresi mengandung autokorelasi atau tidak. Uji autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai Durbin Watson, dengan hipotesis yaitu:  $H_0 = \text{Tidak terdapat autokorelasi}$   $H_1 = \text{Terdapat autokorelasi}$  *Decision Rule: Reject H<sub>0</sub> apabila:* 1)  $0 < DW < DL$  = ada autokorelasi positif 2)  $4 - DL < DW < 4$  = ada autokorelasi negatif 3)  $2 < DW < 4 - DU$  atau  $DU < DW < 2$  = tidak ada autokorelasi 4)  $DL \leq DW \leq DU$  atau  $4 - DU \leq D \leq 4 - DL$  = tidak dapat disimpulkan 5)  $DU < DW < 4-DU$  = tidak ada autokorelasi. Asumsi autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya kesalahan pengganggu pada periode saat ini dengan periode pada tahun sebelumnya.

$H_0 : \rho = 0$  ; atau ;  $E(\varepsilon_i , \varepsilon_j) = 0$ ; Tidak ada korelasi (Non Autokorelasi)

$H_1 : \rho \neq 0$  ; atau  $E(\varepsilon_i , \varepsilon_j) \neq 0$  ; Ada korelasi, baik positif maupun negatif (Autokorelasi)



**Gambar 2**

**Tabel 4. Uji Autokorelasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .981 <sup>a</sup> | .962     | .959              | 56.15142212                | 1.987         |

a. Predictors: (Constant), Leverage DER, ROE, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai perusahaan (PBV)

Berdasarkan hasil analisis model regresi dengan variabel dependen nilai perusahaan (PVB), memiliki nilai durbin warson test sebesar 1.987, antara  $du$  (1.662) hingga  $4-du$ , sehingga hipotesis nol diterima artinya tidak terdapat masalah autokorelasi pada model regresi.

## Pengujian Hipotesis

### Uji Statistik F

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji simultan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Kriteria pengujian uji simultan adalah apabila probabilitas kurang dari taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika probabilitas lebih dari taraf signifikansi maka variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Peneliti melakukan pengujian data untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh antara variabel independen yang secara bersama-sama terhadap variabel dependen melalui uji F. Hasil pengujian hipotesis secara uji F, sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$  (tidak ada satu variabel pun yang berpengaruh/model tidak fit)

$H_1$  : Minimal ada satu  $\beta_j \neq 0$  (minimal 1 variabel yang berpengaruh, model fit) Suatu model dikatakan fit/ tolak  $H_0$  apabila nilai F statistik  $>$  F tabel atau nilai probabilitasnya  $<$  alpha.

**Tabel 5. Uji simultan**

|   | Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|---|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 3282987.838    | 3  | 1094329.279 | 347.078 | .000 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 129272.270     | 41 | 3152.982    |         |                   |
|   | Total      | 3412260.108    | 44 |             |         |                   |

a. *Dependent Variable:* Nilai perusahaan (PBV)

b. *Predictors:* (*Constant*), *Leverage* (DER), ROE, Ukuran Perusahaan

Dari hasil di dapat F statistik dan nilai probability value=0.000 < 0,05, sehingga tolak  $H_0$  dan disimpulkan dengan tingkat kesalahan 5 persen modelnya fit/ sesuai pada model regresi, secara bersama variabel independen (ukuran perusahaan, ROE, dan *leverage*) mempengaruhi secara linier signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur sejauh mana variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh keseluruhan variabel independen dalam suatu model regresi.  $R^2$  memberikan indikasi persentase variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, semakin besar pula kemampuan model untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Sebaliknya, nilai  $R^2$  yang mendekati 0 menunjukkan bahwa model memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  dapat memberikan pandangan yang berguna tentang seberapa baik model regresi sesuai dengan data yang diamati (Ghozali, 2018). Jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Jika nilai  $R^2$  mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tergolong rendah.

**Tabel 6. Uji Koefisien determinasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .981 <sup>a</sup> | .962     | .959              | 56.15142212                | 1.987         |

a. *Predictors:* (*Constant*), *Leverage* (DER), ROE, Ukuran Perusahaan

b. *Dependent Variable:* Nilai perusahaan (PBV)

Peneliti melakukan pengujian koefisien determinasi atau uji R square untuk melihat presentase dari kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen model regresi. Hasil dari uji R square adalah 0.962, kontribusi secara bersama pada variabel independen (ukuran perusahaan, ROE, dan *leverage*) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar 96.2%.

## Uji Statistik T

Uji t secara umum dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana dampak individu dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi (Ghozali, 2018). Proses uji t dilaksanakan dengan membandingkan probabilitas dengan taraf signifikansi yang umumnya ditetapkan pada  $\alpha = 0,05$ . Dalam kriteria pengujian uji t, penilaian dilakukan terhadap probabilitas (p-value) dari variabel independen, dimana apabila nilai p-value dari variabel independen lebih rendah dari taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika probabilitas dari variabel independen lebih tinggi dari taraf signifikansi 0,05, maka variabel independen tersebut dianggap tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, uji t memberikan petunjuk tentang signifikansi kontribusi individu variabel independen dalam suatu model regresi. Dalam konteks ini, penetapan taraf signifikansi 0,05 digunakan sebagai batasan umum untuk mengevaluasi signifikansi statistik dari dampak variabel independen dalam model regresi tersebut. Penulis melakukan pengujian signifikansi hipotesis secara parsial (uji T).

$H_0 : \beta_j = 0$  (variabel ke-j tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan )

$H_1 : \beta_j \neq 0$  (variabel j berpengaruh terhadap nilai perusahaan)

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Tolak  $H_0$  jika  $stat > t\ tabel$  (1.96) atau jika  $P\text{-value}/2 \leq 0.05$

**Tabel 7. Uji Parsial (Uji T)**

|   | Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|---|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|   |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 | (Constant)        | -1564.133                   | 243.232    |                           | -6.431 | .000 |
|   | Ukuran Perusahaan | 67.652                      | 10.653     | 1.041                     | 6.351  | .000 |
|   | ROE               | 1008.840                    | 273.190    | .498                      | 3.693  | .001 |
|   | DER               | 77.436                      | 20.607     | .429                      | 3.758  | .001 |

a. *Dependent Variable:* Nilai perusahaan (PBV)

Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig.)

Berdasarkan tabel 7 Uji Parsial (Uji T) diatas diketahui nilai Signifikansi (Sig.) variabel Ukuran Perusahaan (X1) sebesar 0.000. Karena nilai Sig.  $0.000 < \text{probabilitas } 0.05$ , maka  $H_1$  diterima. Artinya Ukuran Perusahaan (X1) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y), dapat dilihat dari kolom (Sig.). Begitu juga dengan X2 dan X3 karena nilai Sig.  $\leq 0.05$ , maka  $H_2$  dan  $H_3$  nya di terima. Artinya X2 dan X3 berpengaruh positif terhadap Y.

Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel (Uji t)

Berdasarkan tabel 7 Uji Parsial (Uji T) diatas diketahui nilai t hitung variabel Ukuran Perusahaan (X1) sebesar 6.351. Karena nilai t hitung  $6.351 > t$  tabel 1.96, maka H1 diterima. Artinya Ukuran Perusahaan (X1) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Y), dapat dilihat dari kolom t hitung. Begitu juga dengan X2 dan X3 karena nilai t hitungnya  $> t$  tabel (1.96), maka H2 dan H3 nya di terima. Artinya X2 dan X3 berpengaruh positif terhadap Y. Berdasarkan hasil analisis hipotesis model regresi (nilai perusahaan) dengan menggunakan uji-T menunjukkan bahwa :

- 1) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 1.041$ , karena memiliki nilai t hitung sebesar 6.351 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.000 atau  $< 0.05$ , peningkatan Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 1.041.
- 2) ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 0.498$ , karena memiliki nilai t hitung sebesar 3.693 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.001 atau  $< 0.05$ , peningkatan ROE berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 49.8%.
- 3) *Leverage* (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 0.429$ , karena memiliki nilai t hitung sebesar 3.758 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.001 atau  $< 0.05$ , peningkatan *Leverage* berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 42.9%.

### **Diskusi dan Pembahasan**

Berdasarkan *signaling theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal pada pengguna laporan keuangan, terkhusus para investor yang akan melakukan investasi. Sinyal ini merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor dipasar modal sebagai alat analisis pengambilan keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal baik (*good signal*) atau sinyal buruk (*bad signal*) bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik terhadap kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula. Hasil didukung Putra & Gantino (2021) yang menyatakan bahwa *leverage*,

profitabilitas, dan ukuran perusahaan bersama-sama berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan.

### **H1 : Pengaruh Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 1.041$ , karena memiliki nilai t hitung sebesar 6.351 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.000 atau  $< 0.05$ , peningkatan Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 1.041.

Besar kecilnya ukuran perusahaan melalui total aset, akan berpengaruh juga pada tinggi rendahnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa ukuran perusahaan dapat menunjukkan prestasi dari suatu perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki ukuran yang besar dianggap mampu mengelola perusahaan yang baik dan memiliki kinerja yang baik pula, sehingga perusahaan akan lebih mudah menarik investor karena para investor cenderung akan lebih percaya kepada perusahaan yang memiliki ukuran yang besar dengan kinerja yang baik dalam menanamkan modalnya, hal ini akan meningkatkan harga saham yang berpengaruh pada meningkatnya nilai perusahaan (Rachmawati & pinem, 2015)

Ukuran perusahaan yang meningkat menunjukkan ukuran perusahaan yang baik. Peningkatan yang terjadi mengindikasikan bahwa perusahaan terus mengalami perkembangan usaha sehingga menghasilkan laba yang tinggi. Pada perusahaan yang berukuran besar, manajer akan berusaha memaksimalkan kemampuannya mengelola perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena pada perusahaan besar cenderung menjadi sorotan masyarakat (Putra & Gantino, 2021). Selain itu pula ukuran perusahaan yang besar dapat lebih mudah masuk ke pasar modal. Perusahaan memiliki kemampuan mendapatkan dana dari pihak eksternal karena akses ke pasar modal lebih fleksibilitas, pada saat perusahaan memiliki kemudahan aksesibilitas ke pasar modal berarti fleksibilitas dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. ukuran perusahaan yang besar akan lebih mudah memperoleh utang dari pihak eksternal, utang yang diperoleh perusahaan digunakan untuk berinvestasi, namun persepsi investor tidak mau mengambil risiko pada saat perusahaan memiliki utang yang berlebih oleh sebab itu nilai perusahaan menurun (Oktaviani et al 2019)

Jannah & Yuliana (2021) bahwa ukuran perusahaan yang tinggi mampu memberikan kemudahan terhadap perolehan modal perusahaan yang mampu menjadi penambahan nilai perusahaan dimasa mendatang. Dengan kenaikan aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan dapat memaksimalkan aset tersebut menjadi pendanaan jangka panjang yang nantinya diharapkan dari banyaknya aset tersebut maka perusahaan mampu memberikan keuntungan dimasa yang akan datang dengan adanya penambahan nilai perusahaan. Semakin

tinggi perusahaan dalam memperoleh modal asing maupun dalam negeri, cenderung modal tersebut dialihkan kepada keperluan produksi.

Ukuran perusahaan dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu perusahaan berskala besar, menengah, kecil, dan mikro. Perusahaan dengan skala menengah mencerminkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan sehingga dapat lebih banyak memperoleh peluang laba yang tinggi, semakin tingginya tingkat perolehan laba akan meningkatkan harga saham perusahaan yang juga akan membawa dampak pada tingginya nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dicerminkan dari total aset yang dimiliki perusahaan pada laporan posisi keuangan. Perusahaan besar yang memiliki total aset yang tinggi akan membuat investor tertarik dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Jika ukuran perusahaan atau skala perusahaan semakin besar maka perusahaan dapat memberikan sinyal positif yang akan meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan menengah cenderung memiliki kondisi yang stabil. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal, sehingga ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang diterapkan perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan (Susanto & Suryani, 2024)

## **H2 : Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan (PBV)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 0.498$ , karena memiliki nilai t hitung sebesar 3.693 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.001 atau  $< 0.05$ , peningkatan ROE berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 49.8%.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari kegiatan penjualan terkait operasional maupun dalam hal pengelolaan aset terkait masa depan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi maka perusahaan dapat menarik investor dalam menanamkan modalnya, dengan demikian profitabilitas yang tinggi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Prospek masa depan perusahaan dapat tercermin dari profitabilitas. Oleh karena itu profitabilitas yang tinggi mencerminkan prospek masa depan perusahaan yang baik. Prospek masa depan perusahaan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka Panjang dengan menjadikan biaya yang dikeluarkan lebih kecil sehingga laba yang diperoleh lebih besar. Besar kecilnya laba perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan *signalling theory* tingginya tingkat profitabilitas menjadi sinyal positif kepada investor tentang kinerja baik yang telah dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan (Susanto & Suryani, 2024).

Besar kecilnya tingkat profitabilitas yang diproksikan melalui total laba bersih terhadap total ekuitas, dapat berpengaruh pada tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. Semakin besar tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga kemampuan perusahaan dalam membayar dividennya juga baik, hal ini yang dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut sehingga harga saham perusahaan dapat meningkat dan akan mempengaruhi pada kenaikan nilai perusahaan (Rachmawati & pinem, 2015). Apabila hasil pengembalian aset tinggi maka semakin besar juga laba yang diperoleh dari dana yang tertanam pada aset tersebut. Demikian sebaliknya, semakin kecil hasil pengembalian aset maka semakin kecil laba yang diperoleh dari dana yang tertanam pada aset tersebut. Tingginya hasil pengembalian akan berpengaruh terhadap nilai suatu perusahaan, karena seberapa besar laba yang diperoleh perusahaan tersebut akan mempengaruhi investor dalam menanamkan modalnya (Jaya, 2020), hal yang serupa dikemukakan oleh (Kusumaningrum & Iswara, 2022) bahwa semakin tinggi profitabilitas dalam perusahaan, maka untuk kelangsungan hidup untuk perusahaan akan berjangka panjang dan berpengaruh sangat baik dimasa yang akan datang. Variabel profitabilitas mampu menjadi pengaruh terhadap nilai perusahaan sebab perusahaan akan menggambarkan kondisi baiknya dan akan menambah kepercayaan terhadap investor yang akan menanamkan modalnya kepada perusahaan.

### **H3 : Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan (PBV)**

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 0.429$ , karena memiliki nilai t hitung sebesar 3.758 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.001 atau  $< 0.05$ , peningkatan *Leverage* berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 42.9%.

*Leverage* merupakan pemakaian utang yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan dan dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi, *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat *leverage* tinggi dan sebaliknya *leverage* dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat *leverage* perusahaan rendah, ini mengindikasikan bahwa *leverage* yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham, *leverage* perusahaan dapat dimanfaatkan untuk memperoleh profit yang lebih tinggi dengan menggunakan modal yang berasal dari utang atau asset yang dibiayai oleh utang dengan itu perusahaan dapat secara maksimal menjalankan usahanya sehingga profit yang diperoleh perusahaan meningkat. Selain itu tingginya *leverage* cenderung tidak



mempengaruhi harga saham di pasar modal, dengan perolehan profit yang tinggi yang maka akan meningkatkan kepercayaan pihak luar perusahaan tersebut, *signalling theory* tingginya peningkatan pada leverage didalam melakukan investasi perusahaan dimasa mendatang dianggap mampu memberikan sinyal positif dan membuat para investor tertarik untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut (Susanto & Suryani, 2024)

Besar kecilnya tingkat *leverage* yang diprosikan melalui total utang terhadap total aktiva, tidak berpengaruh pada tinggi rendahnya nilai perusahaan (Rachmawati & pinem, 2015). Tinggi dan rendahnya DER dapat memberi sinyal kepada para investor terkait dengan informasi pemenuhan kewajibannya berupa utang, yang akan berpengaruh kepada nilai perusahaan itu sendiri, DER akan meningkatkan kinerja dari suatu perusahaan dan berdampak pada laba yang dihasilkan akan meningkat (Putra & Gantino, 2021). Kusumaningrum & Iswara (2022), DER yang tinggi akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan nilai perusahaan artinya bagi pengguna utang yang tinggi akan menjadi faktor dalam nilai perusahaan. Penggunaan utang yang efektif dan rasional untuk kebutuhan perusahaan akan menjadi dampak yang baik bagi perusahaan dan akan menghasilkan keuntungan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Fiorentina (2022) penggunaan utang yang tinggi dinilai sebagai sinyal yang positif. Semakin banyak utang akan menimbulkan pandangan sebagai perusahaan yang yakin akan prospek perusahaan yang akan datang. Perusahaan yang berhasil mendapatkan pinjaman berarti pihak pemberi pinjaman sudah terlebih dahulu menilai kondisi perusahaan tersebut apakah layak untuk diberikan pinjaman atau tidak. Jika perusahaan tersebut layak maka menunjukkan bahwa suatu perusahaan tersebut dapat dikatakan mampu memenuhi kewajiban dimasa mendatang sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan oleh pihak pemberi pinjaman. Investor beranggapan jika perusahaan memiliki banyak utang akan mempunyai kesempatan dalam menggunakan modalnya untuk ekspansi atau pengembangan. Sehingga investor dengan harapan semakin berkembangnya sebuah perusahaan akan semakin meningkat maka investor tertarik untuk membeli saham perusahaan.

## 5. PENUTUP

### Simpulan

- 1) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan sebesar  $\beta = 1.041$ . Hal tersebut karena memiliki nilai t hitung sebesar 6.351 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.000 atau  $< 0.05$ , peningkatan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 1.041.

- 2) ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 0.498$ . Hal tersebut karena memiliki nilai t hitung sebesar 3.693 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.001 atau  $< 0.05$ , peningkatan ROE berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 49.8%.
- 3) *Leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebesar  $\beta = 0.429$ . Hal tersebut karena memiliki nilai t hitung sebesar 3.758 atau  $> \pm 1.96$ , serta memiliki probabilitas sebesar 0.001 atau  $< 0.05$ , peningkatan *Leverage* berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan sebesar 42.9%.

## Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah:

- 1) Proksi yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan (PBV) dapat menggunakan rumus lain seperti Tobin's Q, *market value added* (MVA) dan *Price Earning Ratio* (PER).
- 2) Disarankan menambah jumlah sampel dengan menggunakan perusahaan sektor lain seperti sektor aneka industri dan sektor lainnya pada BEI, selain itu sebaiknya memperpanjang periode penelitian, sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih bervariasi dan lebih maksimal terhadap pengaruh nilai perusahaan
- 3) Saran kepada investor guna ada beberapa hal yang harus perlu diperhatikan untuk menanamkan modalnya untuk berinvestasi karena keputusan yang tepat adalah dengan berinvestasi diperusahaan besar yang sudah bisa mengakses ke seluruh pasar modal.

## REFERENSI

- Andrianti, S., & Dara, S. R. (2022). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015–2018. *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 3716–3727.
- Fiorentina, P.G.. (2022). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu riset dan akuntansi* 11(5), 1-19
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>

Jannah, S.M., & Yuliana, I. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel *intervening*. *Jurnal manajemen dan bisnis sriwijaya* 19(3), 1-16

Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan Perusahaan. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Lestari, I. D., Yuli, );, Anggraeni, P., Ayu, );, & Octavia, N. (2023). Pengaruh *Return On Assets, Return On Equity* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 566–578.

Mahardikari, A. K. W. (2021). Pengaruh *Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend Policy, Firm Size, Dan Firm Growth* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.

Maryamah, A., & Mahardhika, A. S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(4), 747–764.

Novari, P. M. & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan *Real Estate*.

Prakoso et al. (2022). Dampak *Capital Struktur, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan.

Putra & Gantino. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan (12th ed.). PT Rajagrafindo Persada.

Kusumaningrum & Iswara. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.  
<https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3>

R. M. Harahap et al. (2022). Analisis Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v5i1.1040>

Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia (Vol. 3).

Rudangga & Sudiarta. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Sofia Prima Dewi, F. H. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Susanto & Suryani. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Wirdayanti, W., Reniati, R., & Saputra, D. (2022). *The Effect Of Leverage, Company Size, Inflation Rate, And Cash Holding On Company Value (In Hotel, Restaurant, and Tourism Sub-Sector Companies Listed on the IDX for the 2017-2020 period)*. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 2(4), 367–380.  
<https://doi.org/10.-52218/ijbtob.v2i4.212>