

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG BERGERAK
PADA SEKTOR KERAMIK PORSELIN DAN KACA
YANG TERDAFTAR PADA INDEKS HARGA
SAHAM GABUNGAN PERIODE 2015-2019)**

SKRIPSI

OLEH :

**AYU DEWI SARTIKA
188320252**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/9/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

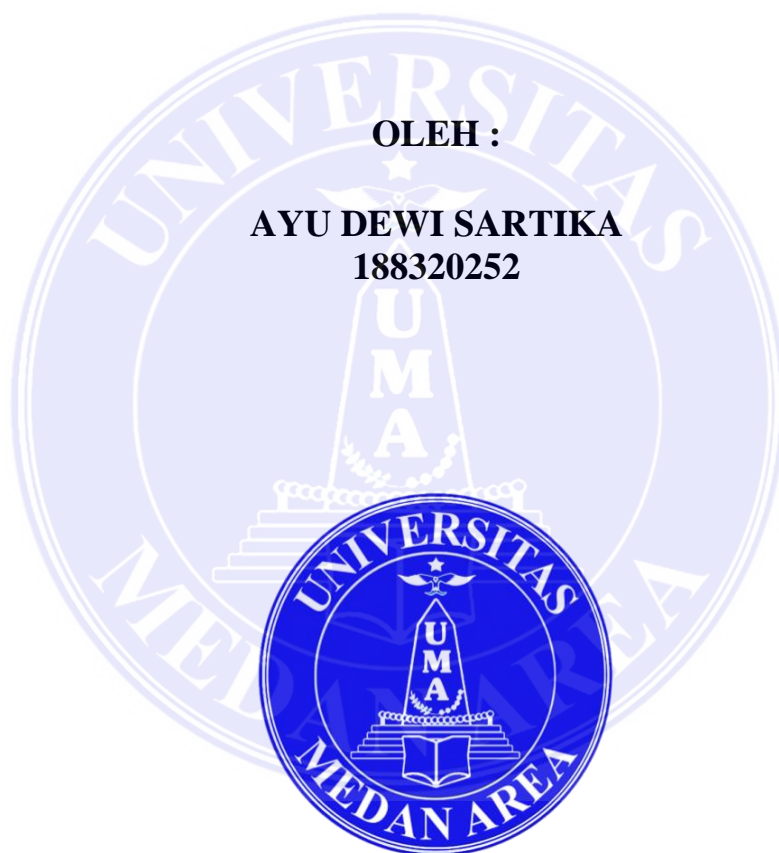
Access From (repository.uma.ac.id)21/9/22

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG BERGERAK
PADA SEKTOR KERAMIK PORSELIN DAN KACA
YANG TERDAFTAR PADA INDEKS HARGA
SAHAM GABUNGAN PERIODE 2015-2019)**

SKRIPSI

OLEH :

**AYU DEWI SARTIKA
188320252**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/9/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/9/22

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG BERGERAK
PADA SEKTOR KERAMIK PORSELIN DAN KACA
YANG TERDAFTAR PADA INDEKS HARGA
SAHAM GABUNGAN PERIODE 2015-2019)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**AYU DEWI SARTIKA
188320252**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/9/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/9/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Yang Bergerak Pada Sektor Keramik Porselin Dan Kaca Yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019)

Nama : **AYU DEWI SARTIKA**

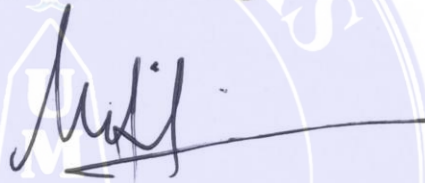
NPM : 188320252

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Ir. M. Yamin Siregar, MM)

Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Robbi, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Dekan



(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 17 Juni 2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/9/22

Access From (repository.uma.ac.id)21/9/22

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 17 Juni 2022



AYU DEWI SARTIKA
NPM : 188320252

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AYU DEWI SARTIKA

NPM : 188320252

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti-Fee Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur yang Bergerak Pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019)**. Dengan Hak Bebas Royalti format-kan, mengelolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penciptadan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 17 Juni 2022
Yang Menyatakan



AYU DEWI SARTIKA
NPM : 188320252

RIWAYAT HIDUP

Penulis ini dilahirkan di Fajar Baru, 30 Juli 1999 dari ayah Alm Ir. Sukardi dan Ibu Sahriyati , penulis merupakan putri bungsu dari dua bersaudara. Pada tahun 2017 penulis lulus dari Madrasah Aliyah Swasta Pembina Maligas Bayu dan pada tahun 2018 terdaftar sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen di Universitas Medan Area.



Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur yang Bergerak Pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai (Perusahaan Manufaktur yang Bergerak Pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019). Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan analisis regresi data panel menggunakan program Eviews 10.00. Populasi dalam penelitian ini adalah 8 Perusahaan yang terdiri dari Laporan Keuangan seluruh Perusahaan Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019). Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 6 Perusahaan Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019 (30 Data Sampel). Berdasarkan hasil nilai thitung variabel Ukuran Perusahaan (X1) diperoleh sebesar $2.523231 >$ dari ttabel 2.05183 dengan arah positif. Nilai signifikansi Ukuran Perusahaan (X1) $0.0198 < 0.05$, maka H_0 ditolak. Artinya Ukuran Perusahaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur yang bergerak pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019. Nilai thitung variabel DER (X2) diperoleh sebesar $-2.075195 <$ dari ttabel 2.05183 dengan arah negatif. Nilai signifikansi DER (X2) $0.0504 > 0.05$, maka H_0 diterima. Artinya DER (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur yang bergerak pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019. Nilai thitung variabel ROA (X3) diperoleh sebesar $3.341614 >$ dari ttabel 2.05183 dengan arah positif. Nilai signifikansi ROA (X3) $0.0031 < 0.05$, maka H_0 ditolak. Artinya ROA (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur yang bergerak pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019. Nilai Prob. F-statistic adalah $0.000000 < 0.05$ dengan arah positif artinya secara bersama-sama variabel Ukuran Perusahaan (X1), DER (X2), dan ROA (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai *R squared* sebesar $0,8037$ yang artinya bahwa Ukuran Perusahaan, DER dan ROA mampu menjelaskan Nilai Perusahaan sebesar sebesar 80.37% .

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

***Effect of Company Size, Leverage and Profitability on Company Value
(Manufacturing Companies Engaged in porcelain and glass ceramics sector
listed on the Composite Stock Price Index for the period 2015-2019)***

ABSTRACT

This research aims to find out the effect of Company Size, Leverage and Profitability on Value (Manufacturing Companies Engaged in the Porcelain and Glass Ceramics Sector Listed on the Composite Stock Price Index for the Period 2015-2019). The type of research used is associative. The data source used in this study was secondary data with regression analysis of panel data using the Eviews 10.00 program. The population in this study is 8 Companies consisting of the Financial Statements of all Porcelain and Glass Ceramic Sector Companies Listed on the Composite Stock Price Index for the Period 2015-2019). The samples in this study amounted to 6 Porcelain and Glass Ceramic Sector Companies Listed on the Composite Stock Price Index for the Period 2015-2019 (30 Sample Data). Based on the results of the value of the Company Size variable (X1) obtained by 2.523231 > from the ttabel 2.05183 with a positive direction. The significance value of the Company Size (X1) of 0.0198 < 0.05, then Ho was rejected. This means that the Size of the Company (X1) has a significant positive effect on the Value of the Company (Y) in Manufacturing Companies engaged in the Porcelain and Glass Ceramics Sector listed on the Composite Stock Price Index for the period 2015-2019. The variable value DER (X2) is obtained at - 2.075195 < from the ttabel 2.05183 with a negative direction. The significance value DER (X2) 0.0504 > 0.05, then Ho is accepted. This means that DER (X2) has no significant effect on the Company's Value (Y) in Manufacturing Companies engaged in the Porcelain and Glass Ceramics Sector listed on the Composite Stock Price Index for the period 2015-2019. The value of the variable ROA (X3) was obtained by 3.341614 > from ttabel 2.05183 with a positive direction. The significance value of ROA(X3) is 0.0031 < 0.05, then Ho is rejected. This means that ROA (X3) has a positive and significant effect on the Value of the Company (Y) in Manufacturing Companies engaged in the Porcelain and Glass Ceramics Sector listed in the Composite Stock Price Index for the period 2015-2019. Prob value. F-statistic is 0.000000 < 0.05 with a positive direction means that together the variables of Company Size (X1), DER (X2), and ROA (X3) have a positive and significant effect on the Company Value, with a squared R value of 0.8037 which means that the Company Size, DER and ROA are able to explain the Company Value of 80.37%.

Keywords: Company Size, Leverage, Profitability, Company Value

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG BERGERAK PADA SEKTOR KERAMIK PORSELIN DAN KACA YANG TERDAFTAR PADA INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN PERIODE 2015-2019)”**. Adapun penyusunan skripsi ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis berusaha menyajikan yang terbaik dengan segala kemampuan yang ada. Namun, penulis menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki sangat terbatas, sehingga dalam penyelesaian skripsi ini banyak memperoleh bantuan dari pihak-pihak tertentu.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Alm. Ayah Ir.Sukardi dan terkhususnya Ibu Sahriyati yang selalu memberikan dukungan berupa meteril, do'a serta moral kepada penulis sehingga penulis bisa berdiri tegak dan menuntut ilmu hingga sampai saat ini. Dalam kesempatan baik ini pula, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.

2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, SE, M.Acc.Ak selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Rizka Amelia, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Ibu Rana Fathinah, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing peneliti dan memberikan masukan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Bapak Drs. Muslim Wijaya, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan peneliti saran sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
10. Bapak Irwansyah Putra, SE, MM selaku Dosen Sekretaris yang telah memberi saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

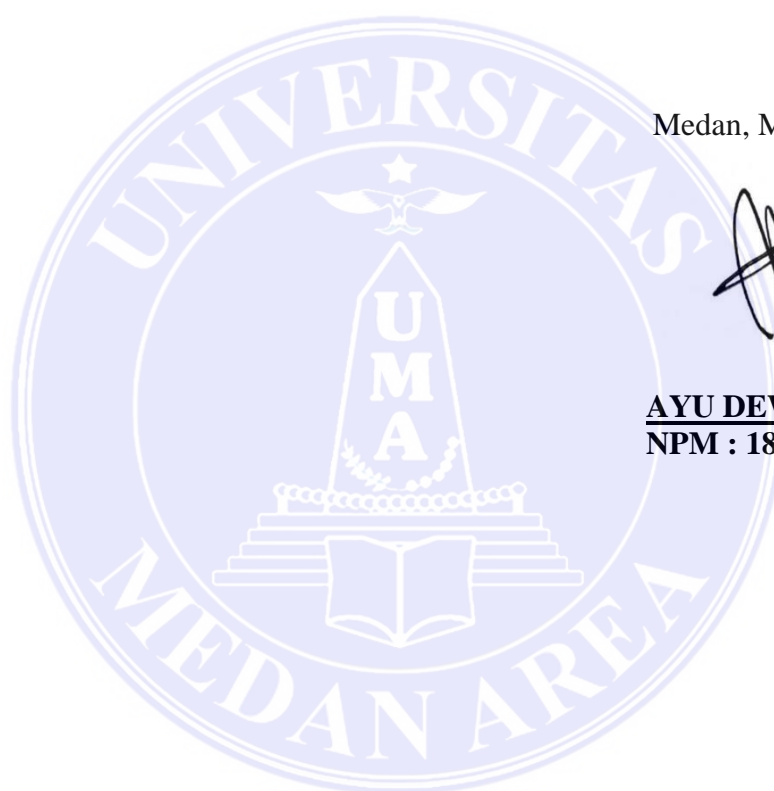
11. Kepada Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dan nasihatnya kepada peneliti selama peneliti menuntut ilmu di Universitas Medan Area.
12. Seluruh Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
13. Untuk Saudara laki-laki yaitu Mas Imam Setiaji yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
14. Kepada Sahabat terdekat yaitu Sona Satriana yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis selama ini.
15. Kepada Sahabat yaitu Manja Sindi Panjaitan, Angelina Kristin Halawa, Rahayu Wulan Ageng, Liza Sampesa Sihombing, Syafitri Wahyuni, Rahmayani dan Marzatillah yang telah menemani, membantu serta mendukung penulis sejak awal masuk kuliah.
16. Kepada Teman terdekat yaitu Devira Yani dan Frika Wiwin Murni yang telah membantu serta mendukung penulis semasa berkerjasama dalam tim kerja.
17. Paling terpenting yaitu untuk Diri Sendiri yang sudah bertahan dan berjuang dalam menghadapi segala rintangan dan halangan dalam penyelesaian penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya, walaupun demikian peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, Maret 2022



AYU DEWI SARTIKA
NPM : 188320252

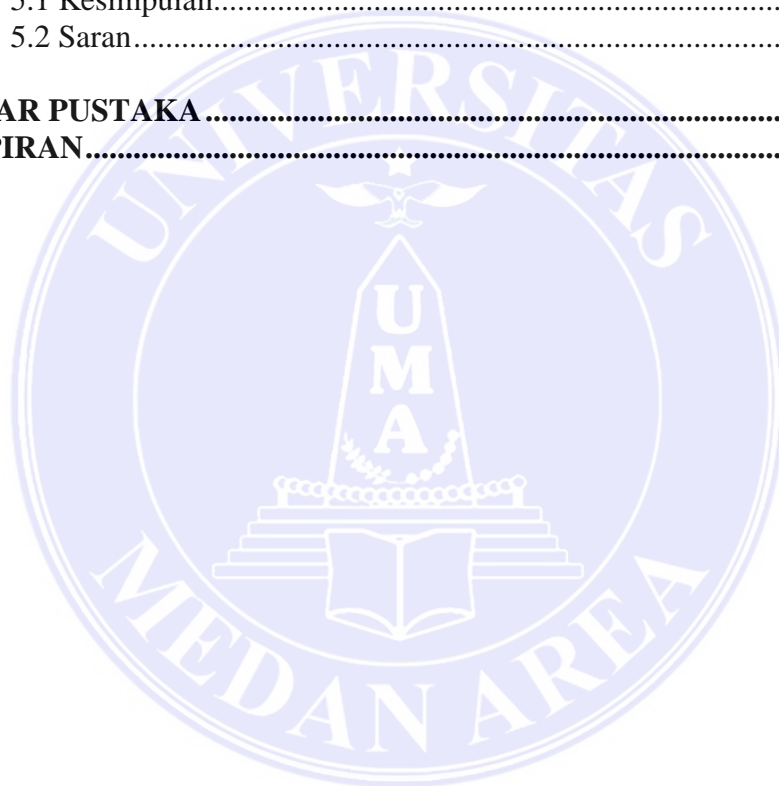


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Nilai Perusahaan.....	16
2.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan.....	16
2.1.2 Faktor-Faktor Nilai Perusahaan.....	17
2.1.3 Indikator Nilai Perusahaan.....	18
2.2 Ukuran Perusahaan.....	20
2.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan.....	20
2.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan.....	21
2.2.3 Indikator Ukuran Perusahaan.....	24
2.3 <i>Leverage</i> (DER).....	25
2.3.1 Pengertian <i>Leverage</i> (DER).....	25
2.3.2 Jenis-jenis <i>Leverage</i> (DER).....	26
2.3.3 Indikator <i>Leverage</i> (DER).....	28
2.4 Profitabilitas (ROA).....	29
2.4.1 Pengertian Profitabilitas (ROA).....	29
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas (ROA) ..	30
2.4.3 Indikator Profitabilitas (ROA).....	31
2.5 Penelitian Terdahulu.....	32
2.6 Kerangka Konseptual Pemikiran.....	34
2.7 Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.1.2 Jenis Penelitian.....	36
3.1.3 Lokasi Penelitian.....	36
3.1.4 Waktu Penelitian.....	37
3.2 Populasi Dan Sempel Penelitian.....	37

3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sempel	38
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	40
3.3.2 Variabel Indenden (Variabel Bebas).....	40
3.4 Jenis Dan Sumber Data	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.2 Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Regresi Data Panel.....	43
3.6.1.1 Pendekatan-Pendekatan Regresi Data Panel.....	43
3.6.1.2 Pemilihan Regresi Data Panel.....	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	47
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	47
3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas	48
3.6.2.4 Uji Autokorelasi.....	48
3.6.3 Uji Hipotesis	49
3.6.3.1 Uji Simultan (Uji F)	49
3.6.3.2 Uji Parsial (Uji t).....	50
3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1 AMFG.....	52
4.1.2 ARNA	55
4.1.3 KIAS	58
4.1.4 MLIA	61
4.1.5 TOTO.....	64
4.1.6 IKAI.....	67
4.2 Hasil Penelitian	70
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	70
4.2.2 Pemilihan Model Analisis Regresi Data Panel.....	73
4.2.2.1 Uji <i>Chow</i>	75
4.2.2.2 Uji <i>Hausman</i>	77
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	78
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	79
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	80
4.2.3.4 Uji Autokorelasi.....	81
4.2.4 Analisis Regresi Data Panel.....	85
4.2.5 Uji Hipotesis	87
4.2.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	88
4.2.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	89

4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi	89
4.3 Pembahasan.....	90
4.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan (X1) Secara Parsial Terhadap Nilai Perusahaan (Y).....	90
4.3.2 Pengaruh Leverage (DER) (X2) Secara Parsial Terhadap Nilai Perusahaan (Y).....	91
4.3.3 Pengaruh Profitabilitas (ROA) (X3) Secara Parsial Terhadap Nilai Perusahaan (Y).....	92
4.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan (X1), Leverage (DER) (X2), Profitabilitas (ROA) (X3) Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan (Y).....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	102

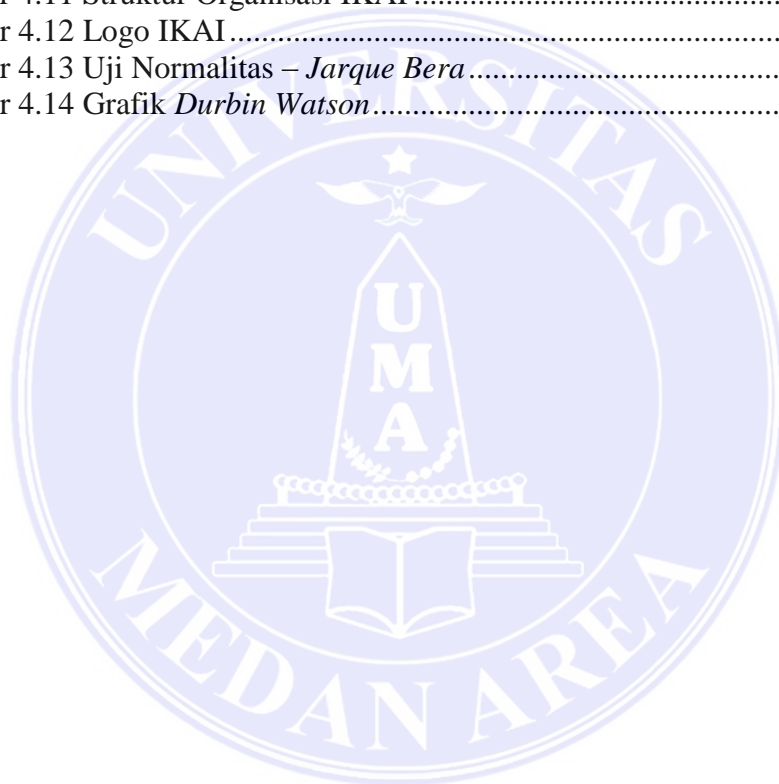


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>), <i>Leverage</i> (DER), Profitabilitas (ROA), Nilai Perusahaan (PBV) Manufaktur yang Bergerak Keramik Porselin dan Kaca yang terdaftar di Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019	5
Tabel 1.2 Perubahan Nilai Masing-Masing Variabel Setiap Periode Penelitian	10
Tabel 2.1 Kriteria Ukuran Perusahaan	23
Tabel 2.2 Review Penelitian terdahulu	32
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	37
Tabel 3.2 Sampel Penelitian.....	39
Tabel 3.3 Variabel dan Definisi Operasional.....	40
Tabel 4.1 Analisis Statistik Deskriptif	71
Tabel 4.2 <i>Commen Effect Model</i>	73
Tabel 4.3 <i>Fixed Effect Model</i>	73
Tabel 4.4 <i>Random Effect Model</i>	74
Tabel 4.5 Uji <i>Chow</i>	76
Tabel 4.6 Uji <i>Hausman</i>	77
Tabel 4.7 Multikolinearitas – <i>Correlation Matrix</i>	79
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas – <i>Glejser</i>	80
Tabel 4.9 Uji Autokorelasi – <i>Durbin Watson</i>	82
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi – <i>Breush Godfrey (LM Test)</i>	84
Tabel 4.11 Regresi Data Panel	85
Tabel 4.12 Uji Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi AMFG	54
Gambar 4.2 Logo AMFG	55
Gambar 4.3 Struktur Organisasi ARNA	57
Gambar 4.4 Logo ARNA	58
Gambar 4.5 Struktur Organisasi KIAS	60
Gambar 4.6 Logo KIAS	61
Gambar 4.7 Struktur Organisasi MLIA	63
Gambar 4.8 Logo MLIA	64
Gambar 4.9 Struktur Organisasi TOTO	66
Gambar 4.10 Logo TOTO	67
Gambar 4.11 Struktur Organisasi IKAI	69
Gambar 4.12 Logo IKAI	70
Gambar 4.13 Uji Normalitas – <i>Jarque Bera</i>	79
Gambar 4.14 Grafik <i>Durbin Watson</i>	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian.....	102
Lampiran 2 <i>Output</i> Hasil Uji Statistika.....	103
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	113



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia sendiri terkhususnya di dalam dunia *entrepreneur*, banyak sekali persaingan di industri manufaktur sehingga setiap perusahaan manufaktur berkompetisi dalam berkontinuitas untuk meningkatkan kinerja serta memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi dari para investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dimana hal tersebut sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi dapat sejalan dengan nilai perusahaan yang juga tinggi, serta meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan pada saat ini dan juga menggambarkan prospek perusahaan masa yang akan datang.

Meningkatnya nilai perusahaan menjadi sebuah *reward* yang diinginkan setiap investor, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para investor juga akan meningkat. 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 PBV. PBV adalah rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku perlembar saham. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya Suwardika & Mustanda (2017:2).

Menurut Hartono (2013:147), ukuran perusahaan merupakan skala yang dapat diklasifikasikan nilainya baik nilai besar maupun kecil perusahaan dengan berbagai cara (total aktiva, *long size*, nilai pasar saham, dan lain-lain). Ukuran perusahaan sangat menentukan tingkat loyalitas investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin banyak dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan memaksimalkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aset dengan nilai aktiva yang cukup tinggi akan menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Dalam hal melihat ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva atau aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan sebagai kegiatan operasi perusahaan. Ukuran perusahaan dapat ditinjau serta diukur dengan menggunakan proksi *SIZE* dalam Widayanti & Yadnya (2020:5).

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tetapi masih menunjukkan hasil yang bervariasi, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Nuraina (2012:110), yang konsisten menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Suwardika & Mustanda (2017:6), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan juga bisa dipengaruhi oleh besar kecilnya *Leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Widayanti & Yadnya (2020:6), mengartikan bahwa *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang.

Leverage dapat dimengerti sebagai sebuah risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya *Leverage* yang semakin besar akan menunjukkan risiko yang besar pula saat berinvestasi. *Leverage* juga perlu dikelola karena penggunaan utang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam mengukur *Leverage* bisa dilakukan dengan DER. Karena rasio ini mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang yang digunakan sebagai pembiayaan aktiva suatu perusahaan Widayanti & Yadnya (2020:6). Beberapa penelitian telah ditinjau mengenai pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan tetapi masih saja menunjukkan hasil yang bervariasi, disebutkan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017:5), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Rai Prastuti & Merta Sudiartha (2016:5), yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Widayanti & Yadnya (2020:6), memaparkan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dalam pengelolaan manajemen. Profitabilitas dapat dihitung dengan membandingkan antara keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu dengan total aset atau modal perusahaan yang dinyatakan dalam persentase. Rasio profitabilitas bisa diukur dengan menggunakan ROA. ROA digunakan untuk mengetahui seberapa tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin tinggi ROA semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tetapi masih menunjukkan hasil yang berbeda, seperti penelitian yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017:7) , yang konsisten menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari bida & Maryati (2019:7) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

IHSG adalah suatu indeks pergerakan saham yang sudah tercatat pada BEI dan IHSG merupakan cerminan dari keseluruhan kondisi saham dipasar modal. Peneliti melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang bergerak pada sektor keramik porselin dan kaca yang perusahaannya terdiri dari 8 perusahaan yang memenuhi kriteria tertentu dan 8 perusahaan ini terliquiditas di Bursa Efek Indonesia. Peneliti melakukan penelitian pada periode 2015-2019 sehingga dari 8 perusahaan sepanjang periode 2015-2019, hanya 6 perusahaan yang bertahan sepanjang periode penelitian, berikut adalah penyajian datanya :

Tabel 1.1
Ukuran Perusahaan (*Size*), *Leverage* (DER), Profitabilitas (ROA), Nilai Perusahaan (PBV) Manufaktur yang Bergerak Keramik Porselin dan Kaca yang terdaftar di Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tahun	SIZE (X1)	DER (X2)	ROA (X3)	PBV (Y)
1.	AMFG	Asahimas Flat Glas Tbk	2015	3,918	0,23	11,70	0,84
			2016	4,270	0,26	7,99	0,83
			2017	5,505	0,53	4,73	0,73
			2018	6,268	0,77	0,62	0,46
			2019	8,190	1,35	-1,11	0,57
2.	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk	2015	1,259	0,38	20,78	4,10
			2016	1,431	0,60	4,98	4,15
			2017	1,543	0,63	5,92	2,44
			2018	1,601	0,56	7,63	2,92
			2019	1,653	0,51	9,57	3,30
3.	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	2015	2,353	0,11	3,92	0,74
			2016	2,124	0,17	-7,71	0,69
			2017	1,860	0,22	-13,58	1,03
			2018	1,768	0,24	-4,83	1,11
			2019	1,735	0,29	-4,55	1,11
4.	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	2015	7,215	4,46	1,73	0,61
			2016	7,126	5,39	-2,19	0,67
			2017	7,724	3,79	0,12	0,53
			2018	5,187	1,96	0,92	0,84
			2019	5,057	1,67	2,82	0,88
5.	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	2015	2,027	0,65	14,49	4,81
			2016	2,440	0,64	11,69	3,26
			2017	2,581	0,69	6,53	2,50
			2018	2,826	0,67	9,87	1,88
			2019	2,841	0,49	8,11	2,20
6.	IKAI	Inti Keramik Alam Asri Industri Tbk	2015	519	1,90	-5,11	1,31
			2016	390	4,65	-27,92	0,50
			2017	265	1,764	-54,85	-0,69
			2018	230	-3,18	-18,96	7,39
			2019	561	1,02	7,51	8,51

Sumber: Data Laporan Keuangan di olah Peneliti (2021)

Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwa nilai PBV pada perusahaan AMFG mengalami penurunan selama 3 tahun berturut ditinjau dari tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (0,01) tahun sebesar 2017 (0,10) tahun 2018 sebesar (0,27) dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 0,11. Pada perusahaan ARNA nilai PBV mengalami kenaikan dari tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 0,05 namun

mengalami penurunan ditahun 2017 sebesar (1,71) dan mengalami peningkatan kembali tahun 2018 sebesar 0,48 serta pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 0,38. Pada perusahaan KIAS nilai PBV mengalami penurunan yang dihitung dari tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (0,05) namun mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar 0,34 dan meningkat pula pada tahun 2018 sebesar 0,08 tahun 2019 nilai PBV pada perusahaan KIAS tetap pada nilai 0,08 bisa dipastikan tidak mengalami peningkatan nilai PBV ataupun penurunan PBV.

Pada perusahaan MLIA nilai PBV meningkat ditinjau pada tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 0,6 namun mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar (0,14) dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2018 sebesar 0,31 serta pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 0,04. Pada perusahaan TOTO nilai PBV mengalami penurunan 3 tahun berturut yang ditinjau dari tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (1,55) pada tahun 2017 (0,76) tahun 2018 (0,62) namun mengalami peningkatan pada tahun 2019 sebesar 0,32. Dan pada perusahaan IKAI nilai PBV mengalami penurunan 2 tahun berturut yang ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (0,81) dan pada tahun 2017 sebesar (0,19) namun mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebesar 6,7 dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2019 sebesar 1,12.

Untuk nilai *SIZE* pada perusahaan AMFG mengalami kenaikan dalam 4 tahun terakhir yang ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 8,98% tahun 2017 sebesar 28,91% tahun 2018 sebesar 13,86% dan pada tahun 2019 sebesar 30,67%. Pada perusahaan ARNA nilai *SIZE* juga mengalami peningkatan dalam 4 tahun terakhir yang ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 13,63% tahun 2017 sebesar 7,86% tahun 2018 sebesar 3,77% dan pada tahun 2019 sebesar

3,22%. Pada perusahaan KIAS nilai *SIZE* mengalami penurunan dalam 4 tahun berturut yang ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (9,70%) tahun 2017 sebesar (12,46%) tahun 2018 sebesar (4,95%) dan pada tahun 2019 sebesar (1,87%). Pada perusahaan MLIA nilai *SIZE* mengalami penurunan yang ditinjau mulai awal tahun 2015 ketahun 2016 sebesar (1,24%) namun mengalami kenaikan pada tahun 2017 sebesar 8,39% dan mengalami penurunan kembali dalam 2 tahun berturut yaitu pada tahun 2018 sebesar (32,85%) dan pada tahun 2019 sebesar (2,49%). Pada perusahaan TOTO nilai *SIZE* mengalami kenaikan dalam kurun waktu 4 tahun terakhir yang ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 20,34% tahun 2017 sebesar 5,82% tahun 2018 sebesar 9,49% dan pada tahun 2019 sebesar 0,54%. Dan pada perusahaan IKAI nilai *SIZE* mengalami penurunan dalam 3 tahun berturut yang ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (24,78%) tahun 2017 sebesar (32,05%) tahun 2018 sebesar (13,28%) dan mengalami kenaikan pada tahun 2019 sebesar 144,29%.

Untuk nilai DER pada perusahaan AMFG mengalami kenaikan dalam 4 tahun terakhir ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 0,03 tahun 2017 sebesar 0,27 tahun 2018 sebesar 0,24 dan pada tahun 2019 sebesar 0,58. Pada perusahaan ARNA nilai DER mengalami peningkatan dalam 2 tahun terakhir ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 0,22 dan tahun 2017 sebesar 0,03 namun mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar (0,07) dan tahun 2019 sebesar (0,05). Pada perusahaan KIAS nilai DER mengalami penigkatan pada 5 tahun terakhir yang ditinjau mulai tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 0,06 tahun 2017 sebesar 0,05 tahun 2018 sebesar 0,02 dan pada tahun 2019 sebesar 0,05.

Pada perusahaan MLIA nilai DER mengalami peningkatan yang ditinjau mulai awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 0,93 namun menurun dalam 3 tahun terakhir pada tahun 2017 sebesar (1,6) tahun 2018 sebesar (1,83) dan pada tahun 2019 sebesar (0,29). Pada perusahaan TOTO nilai DER mengalami penurunan yang ditinjau mulai awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (0,01) namun mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebesar 0,05 dan mengalami penurunan dalam 2 tahun terakhir yaitu pada tahun 2018 sebesar (0,02) dan pada tahun 2019 sebesar (0,18).

Dan pada perusahaan IKAI nilai DER mengalami kenaikan dalam 2 tahun terakhir yang ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar 2,75 dan pada tahun 2017 sebesar 1.759 namun mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar (1.761) dan mengalami kenaikan kembali pada tahun 2019 sebesar 2,16. Dilihat pada nilai ROA pada perusahaan AMFG mengalami penurunan 4 tahun berturut dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (3,71) tahun 2017 sebesar (3,25) tahun 2018 sebesar (4,11) dan tahun 2019 sebesar (1,73). Pada perusahaan ARNA nilai ROA mengalami penurunan ditinjau pada awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (15,8) namun mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebesar 0,94 dan meningkat kembali pada tahun 2018 sebesar 1,71 serta pada tahun 2019 meningkat sebesar 1,94. Pada perusahaan KIAS nilai ROA mengalami penurunan 2 tahun berturut ditinjau pada awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (11,63) tahun 2017 sebesar (5,87) dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 8,75 namun mengalami penurunan kembali pada tahun 2019 sebesar (0,28).

Pada perusahaan MLIA nilai ROA mengalami penurunan yang ditinjau pada awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (3,92) namun mengalami peningkatan 3 tahun terakhir tahun 2017 sebesar 2,07 pada tahun 2018 sebesar 0,08 dan pada tahun 2019 sebesar 1,9. Pada perusahaan TOTO nilai ROA mengalami penurunan 2 berturut ditinjau dari awal tahun 2015 ke tahun 2016 sebesar (2,8) dan pada tahun 2017 sebesar (5,16) pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 3,34 namun mengalami penurunan kembali pada tahun 2019 sebesar (1,76). Dan pada perusahaan IKAI nilai ROA mengalami penurunan daam 2 tahun berturut yang ditinjau pada awal tahun 1015 ke tahun 2016 sebesar (22,81) dan pada tahun 2017 sebesar (26,93) namun mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 35,89 dan pada tahun 2019 sebesar 11,45. Bisa disimpulkan bahwa nilai perusahaan yang rendah dan mengalami fluktuasi tidak akan mendatangkan laba yang maksimal bagi investor, hal ini bisa disebabkan karena perusahaan sedang terlilit banyak utang dan begitu juga sebaliknya. Maka sebagai perusahaan besar yang bergerak dalam sektor industri sangatlah lumrah dalam memiliki nilai perusahaan (PBV) yang tinggi dan mudah dalam menghasilkan keuntungan secara maksimal.

Untuk uraian diatas, peneliti merangkum berupa data perubahan nilai masing-masing variabel setiap periode. Data ini dirangkum berbentuk tabel yang bertujuan dalam memudahkan pembaca dalam memahami persoalan yang ada, berikut adalah datanya :

Tabel 1.2
Perubahan Nilai Masing-Masing Variabel Setiap Periode Penelitian

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tahun	Δ SIZE (X1)	Δ DER (X2)	Δ ROA (X3)	Δ PBV (Y)
1.	AMFG	Asahimas Flat Glas Tbk	2015	-	-	-	-
			2016	8,98%	0,03	(3,71)	(0,01)
			2017	28,91%	0,27	(3,25)	(0,10)
			2018	13,86%	0,24	(4,11)	(0,27)
			2019	30,67%	0,58	(1,73)	0,11
2.	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk	2015	-	-	-	-
			2016	13,63%	0,22	(15,8)	0,05
			2017	7,86%	0,03	0,94	(1,71)
			2018	3,77%	(0,07)	1,71	0,48
			2019	3,22%	(0,05)	1,94	0,38
3.	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	2015	-	-	-	-
			2016	(9,70%)	0,06	(11,63)	(0,05)
			2017	(12,46%)	0,05	(5,87)	0,34
			2018	(4,95%)	0,02	8,75	0,08
			2019	(1,87%)	0,05	(0,28)	-
4.	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	2015	-	-	-	-
			2016	(1,24%)	0,93	(3,92)	0,6
			2017	8,39%	(1,6)	2,07	(0,14)
			2018	(32,85%)	(1,83)	0,08	0,31
			2019	(2,49%)	(0,29)	1,9	0,04
5.	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	2015	-	-	-	-
			2016	20,34%	(0,01)	(2,8)	(1,55)
			2017	5,82%	0,05	(5,16)	(0,76)
			2018	9,49%	(0,02)	3,34	(0,62)
			2019	0,54%	(0,18)	(1,76)	0,32
6.	IKAI	Inti Keramik Alam Asri Industri Tbk	2015	-	-	-	-
			2016	(24,78%)	2,75	(22,81)	(0,81)
			2017	(32,05%)	1,759	(26,93)	(0,19)
			2018	(13,28%)	(1,761)	35,89	6,7
			2019	144,29%	2,16	11,45	1,12

Sumber: Data di olah Peneliti (2021)

Ditinjau dari pemaparan data tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pada masing-masing perusahaan, perubahan nilai perusahaan yang bernilai negatif pada setiap tahunnya 2015-2019. Bisa disimpulkan dari ke-6 perusahaan ini tidak memenuhi syarat dalam penilaian PBV dikarenakan tidak memenuhi karakteristik penilaian PBV yang seharusnya meningkat per tiap tahun penelitian.

Untuk nilai perubahan *SIZE*, terdapat 3 perusahaan yaitu AMFG, ARNA dan TOTO dari 6 perusahaan mengalami perubahan positif selama pertiap tahun penelitian, artinya 50% perusahaan dalam penelitian ini mengalami peningkatan *SIZE*. Perusahaan yang dikatakan sukses adalah perusahaan yang bisa bertumbuh serta berkembang dengan jangka waktu panjang.

Untuk nilai DER terlihat bahwa 2 perusahaan yaitu AMFG dan KIAS dari 6 perusahaan dalam penelitian mengalami kenaikan nilai DER selama periode penelitian. Semakin tinggi nilai DER menunjukkan komposisi jumlah utang atau kewajiban yang harus dibayar, sehingga mengakibatkan beban perusahaan terhadap pihak kreditur semakin besar pula.

Untuk nilai rasio ROA yang bernilai positif dari tahun 2015-2019 belum ada perusahaan yang memenuhi syarat, dikarenakan perusahaan-perusahaan mengalami fluktuasi. Bisa disimpulkan dari kelima perusahaan ini tidak memenuhi syarat dalam penilaian rasio ROA dikarenakan setiap perusahaan belum mampu meningkatkan keuntungan yang maksimal dalam pertiap periodenya.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas bisa disimpulkan bahwa peneliti melihat adanya fluktuasi yang terjadi pada Nilai Perusahaan (PBV), dan masih banyak pula perusahaan dengan nilai PBV menurun artinya harga saham dari perusahaan juga menurun. Hal tersebut dapat membuat para investor ragu dalam berinvestasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di IHSG periode 2015-2019.

Fluktuasi nilai perusahaan yang terjadi disebabkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya, diantaranya variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas. Dengan ini peneliti memutuskan judul “Pengaruh Ukuran perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur yang Bergerak Pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019)”.



1.2 Rumusan Masalah

Ada beberapa nilai variabel penelitian seperti *SIZE*, *DER*, *ROA* dan *PBV* terjadi penurunan yang tidak berpengaruh positif dan signifikan sesuai dengan tujuan nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan teori yang ada. Dari rumusan masalah diatas maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
2. Apakah *DER* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
3. Apakah *ROA* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
4. Apakah Ukuran Perusahaan, *DER*, dan *ROA* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh DER terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan, DER, dan ROA secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti serta menambah pemahaman penerapan teori-teori yang berhubungan dengan Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, DER, dan ROA selama di bangku perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan sumbangan sudut pandang pemikiran terhadap pihak manajemen perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, DER, dan ROA sehingga diharapkan dapat berguna bagi perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca untuk masa yang akan datang.

3. Bagi Pihak-pihak lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat yang membaca terutama untuk menambah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, DER, dan ROA sehingga penelitian ini digunakan sebagai referensi dan bahan masukan pada penelitian yang akan datang dan untuk ilmu pengetahuan yang diperoleh bisa dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

2.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Riany (2018:20), nilai perusahaan merupakan suatu gambaran mengenai kondisi perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, terlihat dalam harga saham perusahaan. Semakin tinggi nilai harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Keputusan manajerial juga akan mempengaruhi nilai perusahaan dengan keputusan keuangan yang tepat dapat memaksimalkan nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kesejahteraan pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan menurut *theory of firm* artinya salah satu tujuan perusahaan, sehingga manajemen keuangan perusahaan harus dapat dijalankan dengan optimal sehingga keberhasilan kinerja perusahaan dapat tercapai.

Menurut Muid dan Noerirawan (2012:10), nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah didapat oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan banyak masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu semenjak perusahaan tersebut didirikan hingga sampai dengan saat ini. 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 PBV.

PBV adalah rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku perlembar saham. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya Suwardika & Mustanda (2017:2).

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Untuk bisa mengambil keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai. Menurut Sutrisno (2013:5), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah :

1. Keputusan investasi

Keputusan Investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana kedalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Bentuk, macam, dan komposisi dari investasi tersebut akan mempengaruhi dan menunjang tingkat keuntungan dimasa depan. Keuntungan dimasa depan diharapkan dari investasi tersebut tidak dapat diperkirakan secara pasti.

2. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan ini sering disebut kebijakan struktur modal. Pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber sumber dana ekonomis bagi perusahaan guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

3. Keputusan Dividen

Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen ini merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham. Keputusan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan untuk menentukan :

1. Besarnya presentase laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk *cash* dividen.
2. Stabilitas dividen yang dibagikan.
3. Dividen saham (*stock* dividen).
4. Pemecahan saham (*stock split*).
5. Penarikan kembali saham yang beredar, yang semuanya ditujukan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

2.1.3 Indikator Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017:145), ada beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan berdasarkan harga saham disebut dengan beberapa istilah di antaranya:

1. *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.
2. *Market to Book Ratio* (MBR) yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham.
3. *Market to Book Assets Ratio* yaitu ekpektasi pasar tentang nilai dari peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu perbandingan antara nilai pasar aset dengan nilai buku aset.

4. *Market Value of Equity* yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan menurut penilaian para pelaku pasar. Nilai pasar ekuitas adalah jumlah ekuitas (saham beredar) dikali dengan harga per lembar ekuitas.
5. *Enterprise Value (EV)* yaitu nilai kapitalisasi *market* yang dihitung sebagai nilai kapitalisasi pasar ditambah total kewajiban ditambah *minority interest* dan saham preferen dikurangi total kas dan ekuivalen kas.
6. *Price Earnings Ratio (PER)* yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. PER dapat dirumuskan sebagai

$$PER = \text{Price per Share} / \text{Earnings per Share}.$$
7. *Tobin's Q* yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan.

Pada penelitian ini Nilai Perusahaan diindikasikan dengan PBV. Menurut Hamidah & Umdiana (2017:15), PBV merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar perlembar saham dengan nilai buku perlembar saham. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat harga saham apakah *overvalued* atau *undervalued*. Dengan melihat PBV atau yang sering disebut rasio harga terhadap nilai buku, kita dapat membandingkan harga-harga saham disektor yang sama. PBV sendiri adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai bukunya (*Book Value*). *Book Value* juga disebut sebagai modal bersih perusahaan yang telah dibagi dengan jumlah saham yang diedarkannya. Rumus PBV, adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}} \times 100\%$$

2.2 Ukuran Perusahaan

2.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono (2013:282), ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain). Leksono et al. (2019:20), menyatakan ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Kemudian menurut Modal et al. (2018:20), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, dan rata-rata penjualan. Selanjutnya Anggraeni & Kayobi (2015:104), mendefinisikan ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan *Firm Size* karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut.

Dalam penelitian Widayanti & Yadnya (2020:18), tingkat kepercayaan investor juga dapat di ukur melalui ukuran perusahaan. Semakin besar perusahaan, maka semakin di kenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva yang tinggi akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dapat di ukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan.

Nurbaety (2014:36), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi, alasan yang berbeda yaitu:

1. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan yang kecil pada umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham.
2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran *special* yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil.
3. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan.

2.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Dalam Undang-Undang No.20/2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan kedalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut. Pengklasifikasian adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih, atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang No.20 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

1. Kriteria usaha Mikro adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih tidak lebih banyak dari Rp50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih banyak dari Rp300.000.000,00.

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih banyak dari Rp50.000.000,00 sampai dengan tidak lebih banyak dari Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00.
4. Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden. Berikut adalah tabel kriteria ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

No.	Ukuran Perusahaan	Kriteria	
		Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
1.	Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 Juta – 2.5 M
3.	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 M	2.5 M – 50 M
4.	Usaha Besar	>10 M	>50 M

Sumber: Pasal 6 Undang-undang No.20 Tahun 2008

2.2.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Adapun indikator dalam ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Total aktiva
2. Nilai pasar saham
3. Total pendapatan

Pada penelitian ini ukuran perusahaan diindikasikan dengan *logaritma natural* dari nilai total aktiva. Mutia Dianti Afifah & Mhd Hasymi, (2020:56), bahwa ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan *Log Natural* total asset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan *Log Natural*, jumlah *asset* dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah *asset* yang sesungguhnya. Menurut Annisa dan Kurniasih (2012:148), ukuran perusahaan dirumuskan dengan:

$$Size = \ln Total Asset$$

Dimana :

$\ln = \text{Logaritma Natural}$

2.3 *Leverage (DER)*

2.3.1 Pengertian *Leverage (DER)*

Menurut Hasibuan et al. (2016:15), utang memiliki pengaruh baik maupun buruk terhadap perusahaan. Perusahaan harus menghasilkan keuntungan agar dapat menutupi kewajibannya. Namun disisi lain banyak perusahaan yang menggunakan utang untuk meningkatkan keuntungannya. Menurut Priharto et al. (2018:16), *Leverage* merupakan seberapa besar dana perusahaan dibelanjai dengan utang. Apabila perusahaan tidak mempunyai *leverage* atau *leverage factor* = 0 artinya perusahaan dalam operasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri atau tanpa menggunakan utang. Semakin rendah *leverage factor*, maka perusahaan mempunyai risiko yang kecil bila kondisi ekonomi merosot.

Menurut Anggraeni & Kayobi (2015:27), *leverage* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang. Besarnya total utang perusahaan akan berdampak pada risiko bisnis yang dihadapi terutama apabila kondisi perekonomian memburuk dan profitabilitas yang akan diperoleh perusahaan karena dana yang dimiliki akan digunakan untuk membayar bunga pinjaman dan hutang pokoknya. Dengan biaya bunga yang semakin besar, maka laba bersih setelah pajak semakin berkurang maka hak investor untuk mendapatkan dividen akan berkurang. Dalam penelitian Suwardika & Mustanda (2017:20), penggunaan utang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan.

Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil. *Leverage* merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (*retained earning*) dan penyusutan (*depreciation*) dan dari eksternal perusahaan yang berupa utang atau penerbitan saham baru Kartika Dewi & Abundanti (2019:20).

2.3.2 Jenis-Jenis *Leverage* (DER)

1. *Leverage* Operasi (*Operating Laverage*)

Leverage operasi (*operating leverage*) terjadi setiap saat perusahaan menggunakan aset yang menimbulkan biaya tetap. Apabila perusahaan tidak menggunakan biaya yang tetap, dengan kata lain semuanya variabel, maka perusahaan akan berada dalam posisi yang menguntungkan. Pada saat perusahaan mengurangi kegiatannya, biayanya juga akan berkurang secara proporsional juga. Selama harga jual masih lebih tinggi daripada biaya variabelnya, perusahaan tersebut akan memperoleh laba. Beda halnya jika perusahaan menanggung biaya tetap, maka akan ada batas minimal perusahaan harus berproduksi (dan menjual) agar tidak menderita rugi.

2. *Leverage* Keuangan (*Financial Leverage*)

Leverage keuangan (*financial leverage*), yaitu perubahan biaya keuangan (yang sifatnya tetap) yang lebih kecil akan mengakibatkan perubahan harga yang besar. Misalnya : biaya bunga, biaya pinjaman dan lain-lain yang berhubungan dengan hutang. *Leverage* keuangan (*financial leverage*) mengacu pada penggunaan sekuritas yang memberikan penghasilan tetap yaitu, hutang dan saham preferen dan resiko keuangan (*financial risk*). Selain itu *leverage* keuangan (*financial leverage*) juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan kewajiban-kewajiban finansial yang sifatnya tetap (*fixed financial cost*) untuk memperbesar pengaruh perubahan EBIT terhadap pendapatan per lembar saham biasa (*Earning Per Share / EPS*).

3. *Leverage* Total (*Total Leverage*)

Bila *leverage* operasi (*operating leverage*) dan *leverage* keuangan (*financial leverage*) digabung maka akan menghasilkan total *leverage*, yaitu perubahan *earning* untuk pemegang saham yang dipengaruhi oleh penjualan. Secara umum total *leverage* dihitung dengan membagi kontribusi *margin* dengan laba operasi dikurangi bunga. Apabila *leverage* keuangan dikombinasikan dengan *leverage* operasi, pengaruh perubahan penjualan terhadap laba per lembar saham menjadi semakin besar. Kombinasi dari kedua *leverage* tersebut meningkatkan penyebaran dan resiko dari berbagai kemungkinan laba per lembar saham.

2.3.3 Indikator *Leverage* (DER)

Pada rasio *leverage* ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *leverage* berdasarkan yang dijelaskan oleh Kasmir dalam bukunya (2013:155) yaitu:

1. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Hutang Terhadap Ekuitas)

Merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. DER atau Rasio Hutang Terhadap Ekuitas ini dihitung dengan cara mengambil total kewajiban hutang (*liabilities*) dan membaginya dengan Ekuitas (*equity*).

2. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya. *Debt Ratio* atau Rasio Hutang ini dihitung dengan membagikan total hutang (*total liabilities*) dengan total aset yang dimilikinya. *Debt Ratio* ini sering juga disebut dengan Rasio Hutang Terhadap Total Aset (*Total Debt to Total Assets Ratio*).

3. *Times Interest Earned Ratio*

Adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan. *Times Interest Earned Ratio* ini juga sering disebut juga *Interest Coverage Ratio*. Cara menghitungnya adalah dengan membagi laba sebelum pajak dan bunga dengan Biaya Bunga.

Dari ketiga rasio yang dapat dijadikan sebagai indikator dari besarnya *leverage*. Penulis memilih menggunakan DER sebagai indikator dari penelitian terhadap *leverage*. *Leverage* dirumuskan dengan :

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

2.4 Profitabilitas (ROA)

2.4.1 Pengertian Profitabilitas (ROA)

Sutrisno (2012:222), mengemukakan bahwa, Profitabilitas merupakan hasil dari kebijakan yang diambil oleh manajemen. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Semakin besar tingkat keuntungan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola laba perusahaan. Menurut Sutantyo (2017:20), profitabilitas merupakan alat untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan, akan menaikkan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan kenaikan harga saham perusahaan.

Menurut Widyanti (2014:19), profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas memiliki peranan penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, dengan memperoleh profitabilitas yang tinggi maka kelangsungan hidup perusahaan akan lebih terjamin. Widayanti & Yadnya (2020:6), memaparkan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan

memperoleh keuntungan dalam pengelolaan manajemen. Profitabilitas dapat dihitung dengan membandingkan antara keuntungan yang diperoleh selama periode tertentu dengan total aset atau modal perusahaan yang dinyatakan dalam persentase. Rasio profitabilitas bisa diukur dengan menggunakan ROA. ROA digunakan sebab guna untuk mengetahui seberapa tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin tinggi ROA semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih.

2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Profitabilitas (ROA)

Menurut Kasmir (2013:89), faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas antara lain, adalah:

1. *Margin* laba bersih
2. Perputaran total aktiva
3. Laba bersih
4. Penjualan
5. Total Aktiva
6. Aktiva Tetap
7. Aktiva Lancar
8. Total biaya

2.4.3 Indikator Profitabilitas (ROA)

Terdapat beberapa indikator profitabilitas menurut Kasmir (2013:145), adalah sebagai berikut:

1. *Gross Profit margin* (profit margin on sale)

Merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur *margin* laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

2. Laba per lembar saham

Merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi.

3. *Return on Asset* (ROA)

Merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas yang ada. ROA atau yang disebut juga ROI diperoleh dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva.

4. *Return on Equity* (ROE)

Merupakan rasio untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Manfaat dari analisa rasio ini yaitu mengukur tingkat penghasilan bersih yang diperoleh pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Profitabilitas perusahaan dapat diukur dengan menggunakan indikator ROA atau disebut juga ROA yang terdiri dari laba sesudah pajak dan total aktiva perusahaan. Yang dapat dihitung dengan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan penelitian sebagai referensi penelitian ini adalah :

Tabel 2.2
Review Penelitian terdahulu

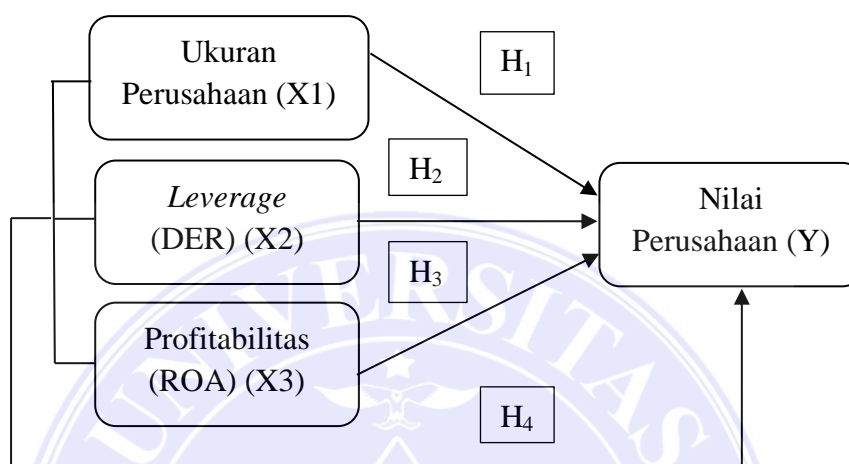
No.	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nadya dan Sri (2015)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Good Corporate Governance</i> , Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan	Secara Parsial: Profitabilitas berpengaruh signifikan sedangkan <i>Leverage</i> , GCG dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Secara Simultan: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , GCG dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2.	Aniela, Deannes dan Annisa (2017)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan	Secara Parsial: Profitabilitas memiliki pengaruh positif sedangkan <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara Simultan: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3.	Selin, Sri dan Viktoria (2018)	Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya di BEI Periode 2013-2017	Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	Secara Parsial: Likuiditas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Sedangkan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Secara Simultan: Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

No.	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Zahra, Ikin dan Maya (2019)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI tahun 2011-2017	Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan perusahaan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.	Secara Parsial: Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebaliknya Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Secara Simultan: Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
5.	Lelyeni (2019)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi yang ada di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017	Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan	Secara Parsial: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan sebaliknya Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Secara Simultan: Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
6.	Dea, Sri dan Dedy (2020)	Analisi Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Perbankan di BEI 2014-2017	<i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan	Secara Parsial: <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan negatif sedangkan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara Simultan: <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Sumber : Jurnal ilmiah (2015, 2017, 2018, 2019, 2020)

2.6 Kerangka Konseptual Pemikiran

Berdasarkan penelitian terdahulu dan beberapa pendapat diatas, maka kerangka konseptual pada penelitian ini adalah :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.7 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
- H2: Diduga DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
- H3: Diduga ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019
- H4: Diduga ukuran perusahaan, DER dan ROA berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor keramik porselin dan kaca di IHSG periode 2015-2019

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan pemaparan yang ditinjau dari variabelnya, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Hubungannya bisa simetris, kasual, atau interaktif. Hubungan pada penelitian ini adalah hubungan kasual, yaitu hubungan yang bersifat sebab-akibat. Salah satu variabel mempengaruhi variabel yang lain.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Keramik Porselin dan Kaca di Indeks Harga Saham Gabungan yang dapat diakses melalui situs resmi pada www.idx.co.id. Sumber data yang dilihat merupakan bentuk dokumentasi laporan keuangan yang rutin diterbitkan setiap tahunnya.

3.1.3 Waktu Penelitian

Rencana waktu penelitian ini terlampir pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No.	Kegiatan Penelitian	Periode 2021/2022									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Penyusunan proposal	■	■	■							
2.	Seminar proposal				■						
3.	Pengumpulan data					■					
4.	Analisis data						■				
5.	Seminar Hasil							■			
6.	Pengajuan Meja hijau								■	■	
7.	Meja Hijau										■

Sumber : Data diolah Peneliti (2021)

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah 8 perusahaan yang terdiri dari Laporan keuangan seluruh perusahaan Manufaktur Sektor Keramik Porselin dan Kaca di Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015:18), sampel adalah bagian dari jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015:85), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ialah tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah peneliti lakukan. Penentuan sampel dipilih berdasarkan beberapa kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan merupakan Perusahaan Manufaktur Sektor Keramik Porselin dan Kaca di Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019.
2. Perusahaan tidak mengalami *delisting* sepanjang tahun penelitian (2015-2019).
3. Perusahaan memiliki laporan keuangan lengkap dengan mata uang rupiah.
4. Laporan keuangan memiliki variabel yang sesuai dengan penelitian dan variabel mendukung hasil penelitian

Tabel 3.2
Sampel Penelitian

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Kriteria I	Kriteria II	Kriteria III	Kriteria IV
1.	AMFG	Asahimas Flat Glas Tbk	√	√	√	√
2.	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk	√	√	√	√
3.	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	√	√	√	√
4.	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	√	√	√	√
5.	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	√	√	√	√
6.	CAKK	Cahayaputra Asa Keramik Tbk	√	X	X	X
7.	IKAI	Inti Keramik Alam Asri Industri Tbk	√	√	√	√
8.	MARK	Mark Dynamics Indonesia Tbk	√	X	X	√

Sumber: Data di olah oleh Peneliti (2021)

Ditinjau dari hasil data diatas setelah dilakukan *purposive sampling*, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 6 Perusahaan Manufaktur Sektor Keramik Porselin dan Kaca di Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019 sesuai dengan kriteria melalui laporan keuangan tahunan perusahaan yang terkait yang dipublikasikan disitus resmi www.idx.co.id. Total data sampel penelitian ini adalah 6 perusahaan x 5 tahun laporan keuangan = 30 data sampel perusahaan.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Sugiyono (2014:4), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

3.3.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen ialah variabel yang mempengaruhi sebab perubahan atau munculnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini ialah: Ukuran Perusahaan, *Leverage* (DER) dan Profitabilitas (ROA).

Tabel 3.3
Variabel dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Rumus	Skala
Nilai Perusahaan	Persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, terlihat dalam harga saham perusahaan. Sumber: Riany (2018:20)	PBV (Y)	$PBV = \text{Market Price per Share} \times 100\% / \text{Book Value per Share}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, <i>log size</i> , nilai pasar saham, dan lain-lain). Sumber: Hartono (2013:147).	Size (X1)	$Size = \text{Ln Total Asset}$	Rasio
<i>Leverage</i>	Seberapa besar dana perusahaan dibelanjai dengan hutang. Sumber: Priharta et al. (2018:16).	DER (X2)	$DER = \text{Total Debt} \times 100\% / \text{Total Equity}$	Rasio

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Rumus	Skala
Profitabilitas	Alat untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Sumber: Sutantyo (2017:20).	ROA (X3)	$ROA = \frac{\text{Earning After Tax} \times 100\%}{\text{Total Assets}}$	Rasio

Sumber : Jurnal ilmiah (2013, 2017, 2018)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Kuantitatif adalah pendekatan dengan menggunakan data yang berbentuk angka pada analisis statistik, dengan hipotesis yang telah disusun terhadap variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini. Menurut sugiyono (2015:14), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

3.4.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Menurut Sugiyono, (2015:137) sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh melalui media perantara yang telah disusun secara resmi dan dipublikasikan pada situs Bursa Efek Indonesia, yang diterbitkan pada tahun 2015 hingga dengan tahun 2019.

Dan data kuantitatif yang terdapat dipenelitian ini ialah daftar dari perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor keramik porselin dan kaca yang telah memenuhi kriteria untuk diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah menggunakan teknik dokumentasi. Teknik ini dilakukan dengan pengumpulan informasi dan dokumentasi yang mendukung penelitian ini adalah melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah terkait dengan pengolahan data yang dilakukan secara statistik deskripsi dengan menggunakan alat bantu Eviews versi 10.0. Alat bantu tersebut digunakan untuk membantu dalam menguji variabel-variabel yang divantumkan dalam penelitian serta membantu dalam membuktikan hipotesis yang telah diperkirakan sebelumnya.

3.6.1 Analisis Regresi Data Panel

Dalam penelitian ini digunakan model regresi data panel. Menurut Juanda dan Junaidi (2012:175), data panel adalah data yang diperoleh dari data *cross section* yang diobservasi berulang pada unit individu (objek) yang sama pada waktu yang berbeda. Dengan demikian, akan peroleh gambaran tentang perilaku beberapa objek tersebut selama beberapa periode waktu.

Atau dengan kata lain data panel merupakan penggabungan data deret waktu (*time series*) dengan *cross section*. Menurut Widarjono (2013:354), jika setiap unit *cross section* mempunyai data *time series* yang sama modelnya disebut model regresi panel data seimbang (*balance panel*) sedangkan jika jumlah observasi *time series* dari unit *crosssection* tidak sama maka disebut regresi panel data tidak seimbang (*unbalance panel*).

3.6.1.1. Pendekatan-Pendekatan Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel berbeda dengan analisis regresi data *time series* atau *cross section*. Hal ini disebabkan data panel pada umumnya akan menghasilkan intersep dan slope koefisien yang berbeda pada setiap perusahaan dan setiap periode waktu. Maka perlu mengestimasi model persamaan regresi dengan data panel. Ada tiga pendekatan yang biasa digunakan, yaitu sebagai berikut :

1. *Common Effect Model*

Menurut Juanda dan Junaidi (2012:180), metode ini merupakan yang paling sederhana. Dalam estimasinya diasumsikan bahwa setiap unit individu memiliki intersep dan slope yang sama (tidak ada perbedaan pada kurun waktu). Dengan kata lain, regresi panel data yang dihasilkan akan berlaku untuk setiap individu. Dengan bentuk model persamaan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it}$$

2. Metode Fixed Effect (Fixed Effect Model/ FEM)

Menurut Juanda dan Junaidi (2012:180), pada Metode FEM, intersep pada regresi dapat dibedakan antar individu karena setiap individu dianggap mempunyai karakteristik tersendiri. Dalam membedakan intersepanya dapat digunakan peubah dummy, sehingga metode ini dikenal juga dengan model *Least Square Dummy Variabel* (LSDV). Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0i + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it}$$

3. Metode Random Effects (Random Effect Model/ REM)

Menurut Widarjono (2013:359), *Metode Random Effects* adalah model yang digunakan untuk mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Dalam menjelaskan *random effects* tersebut diasumsikan setiap perusahaan memiliki perbedaan intersep. Model ini sangat berguna jika individual perusahaan yang kita ambil sebagai sampel dipilih secara random dan merupakan wakil dari populasi. Dengan persamaan sebagai berikut ini :

$$Y_{it} = \beta_0i + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it}$$

Y= Nilai Perusahaan

α = Konstanta

b1= Koefisien Regresi X1

b2= Koefisien Regresi X2

b3= Koefisien Regresi X3

X_1 = Ukuran Perusahaan (*Size*)

X_2 = *Leverage* (DER)

X_3 = Profitabilitas (ROA)

e = *Error of Term*

3.6.1.2 Pemilihan Regresi Data Panel

Dari ketiga model yang telah dijelaskan sebelumnya, selanjutnya akan ditentukan model yang paling tepat untuk mengestimasi parameter regresi data panel. Secara formal terdapat dua macam pengujian yang dapat digunakan, yaitu Uji *Chow*, Uji *Hausman*, dan Uji *Lagrange Multiplier*. Penggunaan kedua pengujian tersebut dalam pemilihan model regresi ditunjukkan sebagai berikut:

1. Uji *Chow*

Uji *Chow* atau dapat disebut juga uji statistik F berguna untuk mengetahui apakah model FEM lebih baik dibandingkan model PLS dapat dilakukan dengan melihat signifikansi model FEM dapat dilakukan dengan uji statistik F. Kriteria penilaian uji chow adalah muncul hasil yang menunjukkan baik *F-test* maupun *Chi-square* jika $p\text{-value} > 5\%$ maka H_0 diterima dan jika $p\text{-value} < 5\%$ maka H_0 ditolak.

H_0 : model mengikuti PLS

H_a : model mengikuti *Fixed*

2. Uji Hausman

Uji hausman digunakan untuk mengetahui apakah model *fixed effect* lebih baik dari model *random effect*. Dengan mengikuti kriteria Wald nilai statistic Hausman ini akan mengikuti distribusi *Chi-square* sebagai berikut:

Kriteria penilaian uji hausman adalah jika muncul hasil yang menunjukkan baik *F-test* maupun *Chi-square* jika *p-value* > 5 % maka H_0 diterima dan jika *pvalue* < 5 % maka H_0 ditolak.

H_0 : model mengikuti Random

H_a : model mengikuti *Fixed*

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji *Lagrange Multiplier* digunakan untuk mengetahui apakah model *random effect* lebih baik dari model *common effect*. Uji LM didasarkan pada distribusi *Chi Squares* dengan *degree of freedom* sebesar jumlah variabel independen. Langkah-langkah dalam uji LM adalah sebagai berikut :

a. Menentukan hipotesis

H_0 : Model mengikuti OLS

H_1 : Model mengikuti *Random Effect*

b. Mengambil kesimpulan, dengan kriteria keputusan sebagai berikut

Jika nilai LM statistik \leq nilai kritis statistik chi squares, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Namun, jika nilai LM statistik > nilai kritis statistik chi squares, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan pada penelitian ini dengan *Jarque-Bera*. Uji *Jarque Bera* adalah salah satu uji normalitas jenis *goodness of fit test* yang mana mengukur apakah *skewness* dan kurtosis sampel sesuai dengan distribusi normal. Uji ini didasarkan pada kenyataan bahwa nilai *skewness* dan kurtosis dari distribusi normal sama dengan nol. Oleh karena itu, nilai absolut dari parameter ini bisa menjadi ukuran penyimpangan distribusi dari normal.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel *independent* Ghozali (2013:110). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam regresi adalah dengan cara sebagai berikut :

- a. Jika nilai koefisien korelasi (R^2) $>0,8$, maka data tersebut menjadi multikolinieritas.
- b. Jika nilai koefisien korelasi (R^2) $<0,8$, maka data tersebut tidak menjadi multikolinearitas.

3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013:111), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain sama maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas, untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser yakni meregresikan nilai mutlaknya, Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada masalah heteroskedastisitas)

$H_0 : \beta_1 \neq 0$ (ada masalah heteroskedastisitas)

Rumus yang akan digunakan dalam pengambilan kesimpulan Uji Glejser adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probability $> 0,05$, maka H_0 ditolak, yang artinya ada masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai probability $< 0,05$, maka H_0 diterima artinya tidak ada masalah heterokedastisitas.

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Apabila nilai $du \leq dw \leq 4-du$, maka tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif.

3.6.3 Uji Hipotesis

Untuk menghitung apakah nilai-nilai yang diperoleh dari sampel tersebut benar-benar mewakili nilai parameternya, maka dilakukan uji hipotesis. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependennya.

3.6.3.1 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2013:139), uji-F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap dependennya. Perumusan hipotesisnya:

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependennya.
- b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependennya.

Pada uji ini dilakukan uji satu sisi dengan tingkat signifikansi (α) = 5% untuk mendapatkan nilai F tabel. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai signifikan (α) ≥ 0.05 , maka H_0 diterima.
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau nilai signifikan (α) ≤ 0.05 , maka H_a diterima.

3.6.3.2 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013:223), Uji-t (uji individual) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing independen (secara parsial) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan. Perumusan hipotesisnya :

- a. $H_0 : b_i = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya.
- b. $H_a : b_i \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya.

Pada uji ini nilai thitung akan dibandingkan dengan ttabel pada tingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a. Jika $T \text{ hitung} \leq T_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan (α) ≥ 0.05 , maka H_0 diterima H_a ditolak.
- b. Jika $T \text{ hitung} \geq T_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikan (α) ≤ 0.05 , maka H_a diterima H_0 ditolak.

3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:97) Koefisien determinasi adalah sebuah koefisiensi yang menunjukkan persentase semua pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya, semakin mendekati nol, maka variabel bebas secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan, baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen. Untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen dapat dilihat dari koefisien korelasi parsialnya. Variabel independen yang memiliki koefisien korelasi terbesar, maka variabel tersebutlah yang paling berpengaruh.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka peneliti dapat memberi kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai t hitung variabel Ukuran Perusahaan (X_1) diperoleh sebesar $2.523231 >$ dari t tabel 2.05183 dengan arah positif. Nilai signifikansi Ukuran Perusahaan (X_1) $0.0198 < 0.05$, maka H_0 ditolak. Artinya Ukuran Perusahaan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur yang bergerak pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019.
2. Nilai t hitung variabel DER (X_2) diperoleh sebesar $-2.075195 <$ dari t tabel 2.05183 dengan arah negatif. Nilai signifikansi DER (X_2) $0.0504 > 0.05$, maka H_0 diterima. Artinya DER (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur yang bergerak pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019.
3. Nilai t hitung variabel ROA (X_3) diperoleh sebesar $3.341614 >$ dari t tabel 2.05183 dengan arah positif. Nilai signifikansi ROA (X_3) $0.0031 < 0.05$, maka H_0 ditolak. Artinya ROA (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur yang bergerak pada Sektor Keramik Porselin dan Kaca yang Terdaftar pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019.

4. Nilai Prob. F-statistic adalah $0.000000 < 0.05$ dengan arah positif artinya secara bersama-sama variabel Ukuran Perusahaan (X1), DER (X2), dan ROA (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai R- *squared* sebesar 0,8037 yang artinya bahwa Ukuran Perusahaan, DER dan ROA mampu menjelaskan Nilai Perusahaan sebesar 80.37%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi investor

Investor dapat menilai bahwa nilai ROA dalam perusahaan penelitian ini mampu memberikan informasi yang baik bagi Nilai Perusahaan yang nantinya akan menguntungkan para investor kedepannya, sehingga perusahaan perlu meningkatkan lagi ROA secara keseluruhan, agar perusahaan dapat menambah investasi baru tanpa mengandalkan pada sumber pendanaan dari luar. Dan untuk nilai DER dalam perusahaan penelitian ini diharapkan agar lebih mengelolah pembukuan keuangan secara berkontinuitas atau berkesinambungan supaya memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dalam perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menambah atau menggunakan variabel lainnya diluar dari penelitian ini seperti Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal dan Kebijakan Deviden.

3. Bagi pihak-pihak lain

Bagi pihak lainnya yang akan melakukan penelitian yang dengan variabel dependen yang sama agar nantinya dapat menambah lagi tahun penelitian dan memperbaharunya, serta mengubah perusahaan dengan sector lainnya guna memberikan hasil yang lebih bervariasi dan optimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Widarjono. 2013. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Ekonosia. Jakarta.
- Aprilia, R. 2019. *Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017*. Universitas Muhammadiyah.
- Anggraeni, D., & Kayobi, I. Gusti M. (2015). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Debt To Total Asset, Deviden Tunai dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014). *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 4(1).
- Annisa, N. A., & Kurniasih, L. (2012). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 2(8).
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di BEI. Bisma: *Jurnal manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 68-75.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamidah, G., & Umdiana, N. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Investment Opportunity Set (IOS) terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Universitas Serang Raya*, 3(2), 90–106.
- Hartono, J. (2013). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, V., AR, M., & NP, N. (2016). Pengaruh Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham menurut fahmi. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 39(22), 139–147.
- <http://amfg.co.id/id/perusahaan/seputar-kami/visi-and-misi.html>
- https://arwanacitra.com/pdf/annual_report_%202016.pdf
- <https://docplayer.info/94019220-laporan-tahunan-pt-intikeramik-alamasri-industri-tbk.html>
- <https://kiaceramics.com/profil-perusahaan/>
- <https://muliaindustrindo.com/id/profile/index>
- <https://www.investor.toto.co.id/tentang-kita>

<https://www.idnfinancials.com/id/ikai/pt-intikeramik-alamasri-industri-tbk>

Hery, H. (2017). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.

Juanda, Bambang dan Junaidi. 2012. *Ekonometrika Deret Waktu Teori dan Aplikasi*. Bogor: IPB Press.

Kartika Dewi, N. P. I., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3028. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p16>

Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Cetakan ke-6. Jakarta : Rajawali Pers.

Leksono, A. W., Albertus, S. S., & Vhalery, R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Periode Tahun 2013–2017. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 301. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4174>

Modal, P. S., Institusional, K., & Ukuran, D. A. N. (2018). Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Influence Of Capital Structure, Institusional Ownership And Firm Size To Company Value At Mining Company Listed On BEI Pendahuluan Latar Belakang. 6(3), 1118–1127.

Muid, A., & Noerirawan, M. R. (2012). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(2).

Mutia Dianti Afifah, & Mhd Hasymi. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap dan Fasilitas Terhadap Manajemen Pajak dengan Indikator Tarif Pajak Efektif. *Journal of Accounting Science*, 4(1), 29–42. <https://doi.org/10.21070/jas.v4i1.398>.

Nuraina, Elva. 2012. Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*.19(2):H:110-125.

Nurbaety, L. (2014). *Pengaruh Persistensi Laba, Kesempatan Bertumbuh, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Earnings Response Coefficient (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012)*. Universitas Pasundan.

Priharta, A., Rahayu, D. P., & Sutrisno, B. (2018). Pengaruh CGPI, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan dan Laverage terhadap Manajemen Laba. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 4(4), 277. <https://doi.org/10.30998/jabe.v4i4.2674>

Rai Prastuti, N., & Merta Sudiarta, I. (2016). Pengaruh Struktur Modal,

Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *None*, 5(3), 254202.

Riany, N. (2018) *Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan Perusahaan Dan Kebijakan Hutang Terhadap Perusahaan dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015)*. Universitas Mercubuana.

Sari bida, & Maryati, R. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kebutuhan Akan Prestasi dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa SMA Muhammadiyah 1 Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 2(1), 22–31.

Sugiyono, S. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sutantyo, E. H. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (Pad) Dan Angkatan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Empat Kabupaten Di Pulau Madura Tahun 2011-2015. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.

Sutrisno. (2013). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta : EKONISIA.

Suwardika, I., & Mustanda, I. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *None*, 6(3), 254488.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008)

Widayanti, L. P. P. A., & Yadnya, I. P. (2020). Leverage, Profitabilitas, Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate Dan Property. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 737. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p17>

Widyanti, R. A. Y. U. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Divident Payout Ratio, dan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur*. 2,pp. 1048-1057.

LAMPIRAN**Lampiran 1****Data Penelitian**

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tahun	SIZE (X1)	DER (X2)	ROA (X3)	PBV (Y)
1.	AMFG	Asahimas Flat Glas Tbk	2015	3,918	0,23	11,70	0,84
			2016	4,270	0,26	7,99	0,83
			2017	5,505	0,53	4,73	0,73
			2018	6,268	0,77	0,62	0,46
			2019	8,190	1,35	-1,11	0,57
2.	ARNA	Arwana Citra Mulia Tbk	2015	1,259	0,38	20,78	4,10
			2016	1,431	0,60	4,98	4,15
			2017	1,543	0,63	5,92	2,44
			2018	1,601	0,56	7,63	2,92
			2019	1,653	0,51	9,57	3,30
3.	KIAS	Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	2015	2,353	0,11	3,92	0,74
			2016	2,124	0,17	-7,71	0,69
			2017	1,860	0,22	-13,58	1,03
			2018	1,768	0,24	-4,83	1,11
			2019	1,735	0,29	-4,55	1,11
4.	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	2015	7,215	4,46	1,73	0,61
			2016	7,126	5,39	-2,19	0,67
			2017	7,724	3,79	0,12	0,53
			2018	5,187	1,96	0,92	0,84
			2019	5,057	1,67	2,82	0,88
5.	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	2015	2,027	0,65	14,49	4,81
			2016	2,440	0,64	11,69	3,26
			2017	2,581	0,69	6,53	2,50
			2018	2,826	0,67	9,87	1,88
			2019	2,841	0,49	8,11	2,20
6.	IKAI	Inti Keramik Alam Asri Industri Tbk	2015	519	1,90	-5,11	1,31
			2016	390	4,65	-27,92	0,50
			2017	265	1,764	-54,85	-0,69
			2018	230	-3,18	-18,96	7,39
			2019	561	1,02	7,51	8,51

Lampiran 2**Output Hasil Uji Statistika****Analisis Statistik Deskriptif**

Date: 01/19/22
 Time: 20:38
 Sample: 2015 2019

	X1	X2	X3	Y
Mean	3082.233	1.113800	0.027333	2.007333
Median	2238.500	0.635000	3.370000	1.070000
Maximum	8190.000	5.390000	20.78000	8.510000
Minimum	230.0000	-3.180000	-54.85000	-0.690000
Std. Dev.	2383.969	1.647766	14.34610	2.084243
Observations	30	30	30	30

Model Regresi Data Panel**1. Common Effect Model**

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 02/09/22 Time: 23:02
 Sample: 2015 2019
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 6
 Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.560756	0.509299	6.991487	0.0000
X1	-0.000429	0.000157	-2.742943	0.0109
X2	-0.208039	0.222979	-0.933002	0.3594
X3	0.058172	0.023287	2.498091	0.0191
R-squared	0.432604	Mean dependent var		2.007333
Adjusted R-squared	0.367135	S.D. dependent var		2.084243
S.E. of regression	1.658074	Akaike info criterion		3.972756
Sum squared resid	71.47941	Schwarz criterion		4.159582
Log likelihood	-55.59134	Hannan-Quinn criter.		4.032523
F-statistic	6.607790	Durbin-Watson stat		0.626397
Prob(F-statistic)	0.001817			

2.Fixed Effect Model

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section weights)
 Date: 02/09/22 Time: 23:03
 Sample: 2015 2019
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 6
 Total panel (balanced) observations: 30
 Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.832629	0.186863	9.807359	0.0000
X1	0.000221	8.75E-05	2.523231	0.0198
X2	-0.455967	0.219723	-2.075195	0.0504
X3	0.061223	0.018321	3.341614	0.0031

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Weighted Statistics

R-squared	0.857909	Mean dependent var	3.383963
Adjusted R-squared	0.803779	S.D. dependent var	2.975535
S.E. of regression	1.040332	Sum squared resid	22.72811
F-statistic	15.84908	Durbin-Watson stat	1.544067
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.724296	Mean dependent var	2.007333
Sum squared resid	34.73266	Durbin-Watson stat	1.044822

3. Random Effect Model

Dependent Variable: Y

Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)

Date: 02/09/22 Time: 23:04

Sample: 2015 2019

Periods included: 5

Cross-sections included: 6

Total panel (balanced) observations: 30

Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.279360	0.591339	5.545648	0.0000
X1	-0.000242	0.000162	-1.494991	0.1470
X2	-0.474024	0.176846	-2.680437	0.0126
X3	0.071623	0.019581	3.657764	0.0011

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.784169	0.3166
Idiosyncratic random		1.152113	0.6834

Weighted Statistics			
R-squared	0.469905	Mean dependent var	1.102278
Adjusted R-squared	0.408740	S.D. dependent var	1.796293
S.E. of regression	1.381231	Sum squared resid	49.60281
F-statistic	7.682601	Durbin-Watson stat	0.720668
Prob(F-statistic)	0.000778		

Unweighted Statistics			
R-squared	0.360464	Mean dependent var	2.007333
Sum squared resid	80.56745	Durbin-Watson stat	0.443692

Uji Pemilihan Model

1. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.570124	(5,21)	0.0008
Cross-section Chi-square	28.250746	5	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 02/09/22 Time: 23:15

Sample: 2015 2019

Periods included: 5

Cross-sections included: 6

Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.560756	0.509299	6.991487	0.0000
X1	-0.000429	0.000157	-2.742943	0.0109
X2	-0.208039	0.222979	-0.933002	0.3594
X3	0.058172	0.023287	2.498091	0.0191
R-squared	0.432604	Mean dependent var		2.007333
Adjusted R-squared	0.367135	S.D. dependent var		2.084243
S.E. of regression	1.658074	Akaike info criterion		3.972756
Sum squared resid	71.47941	Schwarz criterion		4.159582
Log likelihood	-55.59134	Hannan-Quinn criter.		4.032523
F-statistic	6.607790	Durbin-Watson stat		0.626397
Prob(F-statistic)	0.001817			

2. Uji *Hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	14.369391	3	0.0024

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X1	0.000388	-0.000242	0.000000	0.0077
X2	-0.714492	-0.474024	0.005356	0.0010
X3	0.096917	0.071623	0.000122	0.0218

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 02/09/22 Time: 23:19

Sample: 2015 2019

Periods included: 5

Cross-sections included: 6

Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.605076	0.857419	1.871986	0.0752
X1	0.000388	0.000286	1.353939	0.1901
X2	-0.714492	0.191391	-3.733147	0.0012
X3	0.096917	0.022474	4.312393	0.0003

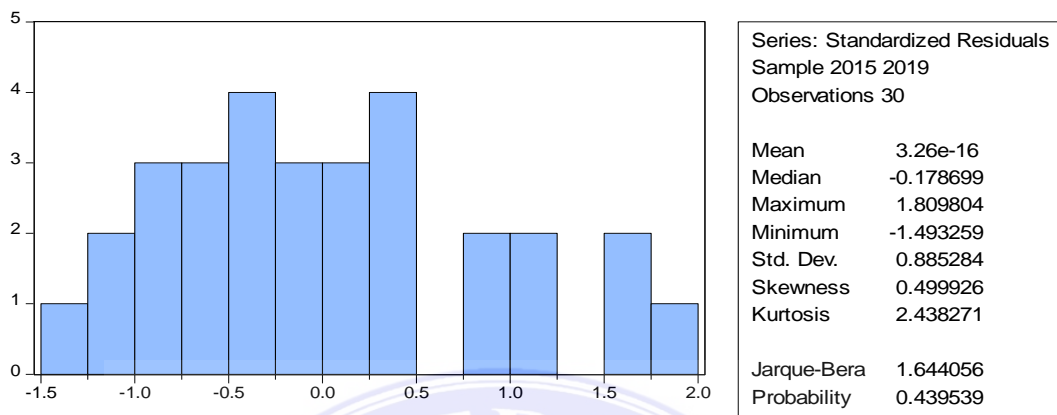
Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.778734	Mean dependent var	2.007333
Adjusted R-squared	0.694442	S.D. dependent var	2.084243
S.E. of regression	1.152113	Akaike info criterion	3.364398
Sum squared resid	27.87466	Schwarz criterion	3.784757
Log likelihood	-41.46596	Hannan-Quinn criter.	3.498874
F-statistic	9.238543	Durbin-Watson stat	1.394106
Prob(F-statistic)	0.000022		

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



2. Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.468357	0.236103
X2	0.468357	1.000000	-0.161488
X3	0.236103	-0.161488	1.000000

3. Uji Heterokedastisitas – *Glejser*

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	4.462748	Prob. F(3,26)	0.0117
Obs*R-squared	10.19714	Prob. Chi-Square(3)	0.0170
Scaled explained SS	9.924626	Prob. Chi-Square(3)	0.0192

Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 01/23/22 Time: 00:42

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.962331	0.178967	5.377133	0.0000
X1	0.003238	0.000988	3.277676	0.0030
X2	-0.127705	0.086470	-1.476872	0.1517
X3	0.022900	0.010895	2.101812	0.0454
R-squared	0.339905	Mean dependent var		1.042594
Adjusted R-squared	0.263740	S.D. dependent var		0.880477
S.E. of regression	0.755499	Akaike info criterion		2.400688
Sum squared resid	14.84023	Schwarz criterion		2.587515
Log likelihood	-32.01033	Hannan-Quinn criter.		2.460456
F-statistic	4.462748	Durbin-Watson stat		2.172525
Prob(F-statistic)	0.011743			

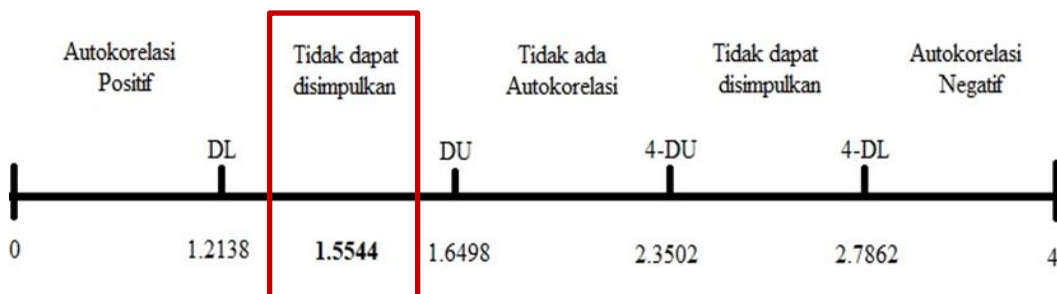
4. Uji Autokorelasi

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section weights)
 Date: 02/09/22 Time: 23:03
 Sample: 2015 2019
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 6
 Total panel (balanced) observations: 30
 Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.832629	0.186863	9.807359	0.0000
X1	0.000221	8.75E-05	2.523231	0.0198
X2	-0.455967	0.219723	-2.075195	0.0504
X3	0.061223	0.018321	3.341614	0.0031

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
Weighted Statistics			
R-squared	0.857909	Mean dependent var	3.383963
Adjusted R-squared	0.803779	S.D. dependent var	2.975535
S.E. of regression	1.040332	Sum squared resid	22.72811
F-statistic	15.84908	Durbin-Watson stat	1.544067
Prob(F-statistic)	0.000000		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.724296	Mean dependent var	2.007333
Sum squared resid	34.73266	Durbin-Watson stat	1.044822

a. Durbin Watson



b. Breusch Godfrey (LM Test)

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	2.457321	Prob. F(2,24)	0.1069
Obs*R-squared	5.099122	Prob. Chi-Square(2)	0.0781

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 02/13/22 Time: 11:55

Sample: 1 30

Included observations: 30

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	-0.000805	0.001842	-0.436929	0.6661
X2	0.006591	0.158141	0.041676	0.9671
X3	-0.014797	0.022416	-0.660090	0.5155
C	0.077505	0.331489	0.233809	0.8171
RESID(-1)	0.454835	0.210112	2.164729	0.0406
RESID(-2)	-0.005209	0.245782	-0.021195	0.9833
R-squared	0.169971	Mean dependent var		3.03E-16
Adjusted R-squared	-0.002952	S.D. dependent var		1.378305
S.E. of regression	1.380338	Akaike info criterion		3.659391
Sum squared resid	45.72802	Schwarz criterion		3.939630
Log likelihood	-48.89086	Hannan-Quinn criter.		3.749042
F-statistic	0.982929	Durbin-Watson stat		1.969086
Prob(F-statistic)	0.448457			

Analisis Regresi Data Panel dan Uji Hipotesis

Dependent Variable: Y

Method: Panel EGLS (Cross-section weights)

Date: 02/09/22 Time: 23:03

Sample: 2015 2019

Periods included: 5

Cross-sections included: 6

Total panel (balanced) observations: 30

Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.832629	0.186863	9.807359	0.0000
X1	0.000221	8.75E-05	2.523231	0.0198
X2	-0.455967	0.219723	-2.075195	0.0504
X3	0.061223	0.018321	3.341614	0.0031

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Weighted Statistics

R-squared	0.857909	Mean dependent var	3.383963
Adjusted R-squared	0.803779	S.D. dependent var	2.975535
S.E. of regression	1.040332	Sum squared resid	22.72811
F-statistic	15.84908	Durbin-Watson stat	1.544067
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.724296	Mean dependent var	2.007333
Sum squared resid	34.73266	Durbin-Watson stat	1.044822

Lampiran 3**Surat izin Penelitian**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
 Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id akademik.feuma@gmail.com

SURAT KETERANGANNomor : **1642 /FEB.1/06.5/ XII / 2021**

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

N a m a : Ayu Dewi Sartika
 N P M : 188320252
 Program Studi : Manajemen

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul

” Pengaruh Ukuran Perusahaan , Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Yang Bergerak Pada Sektor Keramik Porselin Dan Kaca Yang Terdaftar Pada Indeks Harga Saham Gabungan Periode 2015-2019)“

Selama melakukan pengambilan data / riset mahasiswa mengikuti arahan sesuai peraturan dan tetap berperilaku baik. Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A.n Dekan,

Program Studi Manajemen

Nindya Yunita, S.Pd, M.Si