

Analisis Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return On Asset* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2018)

Een Suraiyati

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)
e-mail: eensuraiyati06@gmail.com

Vinus Maulina

Riril Mardiana Firdaus

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan, Malang)

ABSTRAK: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, pengembalian aset dan struktur modal secara parsial terhadap nilai perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan metode purposive sampling dalam menentukan sampel dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan dan sampel diperoleh oleh 13 perusahaan dari 18 perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2016-2018. Metode analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, return on asset berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Laba Atas Aset, Struktur Modal

ABSTRAK: The purpose of this research is to find out whether there is an influence of sales growth variables, firm size, return on asset and capital structure partially on firm value. This type of research is quantitative research and uses purposive sampling method in determining samples with several predetermined criteria and samples obtained by 13 companies from 18 food and beverage industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2016-2018. The analytical method used in testing the research hypothesis is multiple linear regression analysis. The results showed that the variable of sales growth had no effect on firm value, firm size had no effect on firm value, return on asset had an effect on firm value and capital structure had influence on firm value.

Kata Kunci: firm value, sales growth, firm size, return on asset, capital structure

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan produk, dimana produk tersebut dijual dan perusahaan mendapatkan keuntungan. Perusahaan manufaktur pada dasarnya memiliki persaingan yang lebih ketat dan kompetitif, dimana investor akan memilih perusahaan yang sehat untuk menanamkan modal dengan tujuan dapat memberikan keuntungan yang maksimum, www.sahamok.com. Industri makanan dan minuman lebih melaju pertumbuhannya karena sektor ini merupakan kebutuhan primer atau kebutuhan yang paling utama bagi kelangsungan hidup manusia. Melajunya tingkat pertumbuhan pada sektor industri makanan dan minuman dapat menjadi cermin bagi investor untuk berinvestasi. Industri makanan dan minuman menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan perusahaan manufaktur di Indonesia.

Tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mengalami peningkatan menggambarkan bahwa semakin sejahteranya pemilik perusahaan. Nilai perusahaan akan

meningkat ketika saham yang diperjual belikan banyak diminati oleh investor, dan hal ini sangat penting bagi perusahaan dikarenakan nilai perusahaan mampu merefleksikan kinerja perusahaan. Berdasarkan rasio PBV ini dapat diketahui bahwa suatu nilai perusahaan yang baik yaitu ketika nilai PBV berada diatas satu (*overvalued*) dimana nilai pasar lebih besar dari pada nilai buku perusahaan, dengan demikian semakin tingginya PBV berarti perusahaan semakin berhasil menciptakan nilai atau memberikankan kemakmuran kepada pemegang saham, begitu pun sebaliknya jika PBV dibawah satu (*undervalue*) berarti menandakan bahwa nilai perusahaan tidak baik, (Nurminda, Isyuardhana dan Nurbaiti, 2017).

Selain nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan juga menjadi unsur bagi investor untuk berinvestasi. Pertumbuhan penjualan pada suatu perusahaan merupakan adanya peningkatan atau penambahan jumlah penjualan dari waktu ke waktu. Peningkatan jumlah penjualan secara terus menerus membuktikan bahwa suatu perusahaan mengalami pertumbuhan ke arah yang lebih baik (Pantow, Murni dan Trang, 2015). Bukan hanya karena pertumbuhan penjualan meningkat yang membuktikan kalau perusahaan tersebut mengalami peningkatan ke arah yang lebih baik, namun juga dengan ukuran perusahaan yang besar diyakini bahwa pasar mau membayar lebih mahal dan dapat memperoleh pengembalian dalam bentuk deviden yang lebih besar. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat mengklasifikasikan besar kecil suatu perusahaan dengan berbagai cara seperti total aktiva, *log size*, penjualan serta nilai pasar saham (Nurminda, Isyuardhana dan Nurbaiti, 2017). Besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan menunjukkan bahwa laba perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Dengan demikian maka laba yang diperoleh suatu perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *return on asset* (ROA). Sudana (2015:25) mengatakan bahwa *Return On Asset* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh aktiva untuk menghasilkan laba setelah pajak. Beberapa perusahaan mengalami kemunduran karena struktur modal tidak mengalami penyesuaian atau *suitability* antara cara pemenuhan dana dengan jangka waktu kebutuhannya. Perusahaan-perusahaan tersebut harus menanggung modal yang besar dikarenakan pendanaan dari unsur hutang lebih besar dari pada modal sendiri, sehingga penggunaan dana yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan lebih banyak menggunakan dari unsur hutang. Dalam mengantisipasi hal demikian, manajer keuangan perusahaan tetap berhati-hati dalam menetapkan struktur modal perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Agency Theory (teori keagenan) menjelaskan tentang pemisahan antara fungsi pengelolaan (oleh manajer) dengan fungsi kepemilikan (oleh pemegang saham) dalam suatu perusahaan. Munculnya teori keagenan ketika satu orang atau lebih yang mempekerjakan orang lain dalam memberikan jasanya dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan tersebut kepada agen (Brigham dan Houston, 2010:26).

Tujuan utama dari adanya suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sama artinya memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan mengalami peningkatan apabila terdapat kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain seperti pemegang saham (Rachman, 2016). Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan *Price Book Value*. *Price Book Value* (PBV) adalah suatu perbandingan antara harga per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham (Subramanyam dan Wild, 2010:45).

Brigham dan Houston (2010:39) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan dengan penjualan yang stabil lebih mudah memperoleh banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi, dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting penerimaan pasar dari produk maupun jasa sebuah perusahaan, dimana pendapatan yang diperoleh dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Ukuran perusahaan menunjukkan bahwa seberapa besar perusahaan itu, yaitu dengan melihat dari total aset yang dimilikinya. Ukuran perusahaan dapat dibagi ke dalam tiga bagian yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil, (Febriana, Djumahir dan Djawahir, 2016). Perusahaan dengan memiliki total aktiva yang besar dapat mengindikasikan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan, berarti arus kas perusahaan sudah positif dan sudah dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, kemudian mencerminkan bahwa perusahaan lebih stabil dan mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil.

Rasio profitabilitas dapat diartikan sebagai rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang

terdapat di laporan keuangan terutama pada laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi (Kasmir, 2016:196). Pada penelitian ini untuk mengukur rasio profitabilitas yang digunakan adalah *return on asset*. Hanafi dan Halim (2016:159) analisis *Return On Asset (ROA)* yaitu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut.

Struktur modal merupakan suatu gambaran proporsi finansial perusahaan, antara lain modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (*long term liability*) dan modal sendiri (*shareholder equity*) yang menjadi sumber pembiayaan perusahaan (Fahmi, 2012:184). Sudana (2015:143) menyatakan struktur modal merupakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang digunakan untuk pembelanjaan suatu perusahaan. Kebijakan struktur modal melibatkan *trade off* yaitu antara risiko dan tingkat pengembalian. Bertambahnya utang perusahaan akan memperbesar risiko dan juga memperbesar tingkat pengembaliannya. Risiko yang tinggi akibat dari besarnya utang yang dimiliki perusahaan cenderung bisa menurunkan tingkat harga saham perusahaan.

Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Meidiyustiani, (2016) menjelaskan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan kenaikan jumlah penjualan terhadap tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar atas produk ataupun jasa perusahaan, dimana pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya. Hidayat (2018) juga menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa dari setiap penjualan yang dilakukan tidak selalu ada pertumbuhan penjualan yang baik, sehingga pertumbuhan penjualan tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang baik adalah pertumbuhan penjualan yang setiap kali penjualannya mengalami peningkatan, dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Mindra dan Erawati (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan pengertian bahwa setiap adanya peningkatan ukuran perusahaan pada perusahaan tersebut maka juga akan meningkatkan nilai perusahaan.

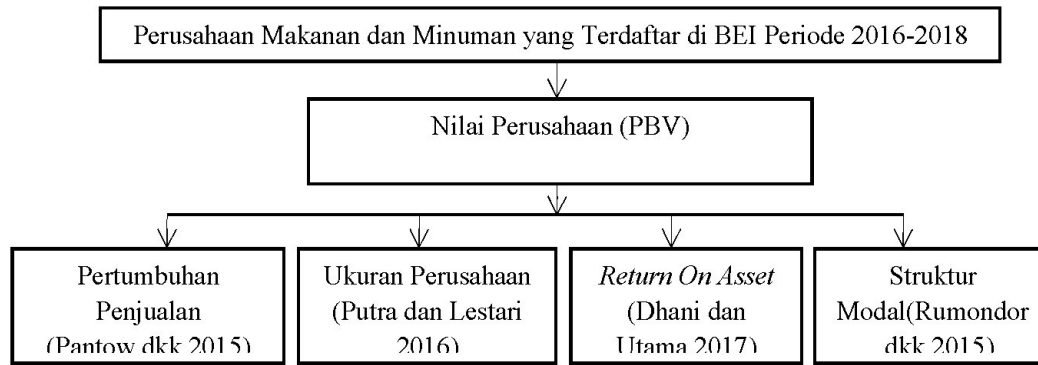
Pengaruh *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah mengukur seberapa besar suatu perusahaan dapat memperoleh laba secara maksimal. Kasmir (2016:196), menyatakan bahwa tujuan akhir perusahaan adalah mendapatkan keuntungan atau laba yang optimal. Maksudnya adalah dengan meningkatnya *return on asset (ROA)* akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat mengundang para investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hamidy, Wiksuana, dan Artini (2015) menjelaskan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat diartikan bahwa penambahan utang yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan ekspansi usaha akan meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut. Abidin, Yusniar dan Ziyad (2014) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menandakan bahwa peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penggunaan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dari penjelasan diatas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1.

Kerangka Konseptual

Sumber: data diolah peneliti tahun 2019

Hipotesis Penelitian

- H₁ :Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₂ :Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₃: *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₄: Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, penelitian ini menunjukkan penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel penelitian. Adapun variabel independen ialah pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, *return on asset*, dan struktur modal, sedangkan variabel dependennya ialah nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Jumlah populasi sebanyak 18 perusahaan sektor industri makanan dan minuman periode 2016-2018, dari 18 perusahaan hanya terdapat 13 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian yang akan dijadikan sebagai sampel peneliti. Teknik pengambilan sampel penelitian yaitu menggunakan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder. Data diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu berupa dokumentasi, dimana dengan mengakses situs www.idx.co.id. Penelitian ini terdapat 5 variabel yang akan digunakan, 4diantaranya adalah variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, *return on asset*, dan struktur modal, kemudian satu variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi linear berganda yang merupakan model regresi linear yang terdiri dari satu variabel dependen dan beberapa variabel independen. Sebelum melakukan analisis regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengukuran asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Hasil uji normalitas diketahui signifikansi sebesar $0,995 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji autokorelasi dilihat dari perhitungannya nilai $dU < DW < 4-dU = 1,721 < 2,048 < 2,278$ menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

- a. Berikut ini merupakan ringkasan hasil analisis regresi linear berganda:

Tabel 2
Hasil Regresi Linear Berganda

	<i>Unstandardize</i>		
--	----------------------	--	--

Variabel	<i>d Coefficients</i>	t	Signifikansi	Keterangan
	B			
(Constant)	-5.823	-0.674	0.505	
Pertumbuhan Penjualan (X1)	-6.531	-1.964	0.058	Tidak Berpengaruh
Ukuran Perusahaan (X2)	0.033	0.112	0.911	Tidak Berpengaruh
<i>Return On Asset</i> (X3)	50.794	14.821	0.000	Berpengaruh
Struktur Modal (X4)	5.599	6.214	0.000	Berpengaruh
Nilai R	= 0.941			
Nilai R Square	= 0.886			
Nilai Adjusted R Square	= 0.872			
F Hitung	= 66.004			
Nilai Sig Uji F	= 0.000			

Sumber: data diolah peneliti tahun 2019

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Hasil perhitungan dengan menggunakan program spss 16 maka dapat diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan (Y)} = -0.632 + 0.220X_1 + 0.112X_2 + 0.299X_3 + 1.201X_4 + \varepsilon$$

b. Pengujian Hipotesis

Pengujian secara Simultan (uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2016:96). Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (X1), ukuran perusahaan (X2), *return on asset* (X3), dan struktur modal (X4) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependennya (Ghozali 2016:97). Hasil uji parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *return on asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:96). Koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0,886 artinya sebanyak 88,6% perubahan nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan PBV dapat dijelaskan bahwa besar persentase sumbangan oleh variabel pertumbuhan penjualan (X1), ukuran perusahaan (X2), *return on asset* (X3) dan Struktur modal (X4) dalam model regresi. Sedangkan sisanya sebesar 11,4% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan bukan menjadi prioritas utama investor mengambil keputusan untuk berinvestasi pada industri makanan dan minuman. Sesuai dengan data yang telah dikumpulkan, ketika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan ataupun penurunan tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa meningkatnya pertumbuhan penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan, dalam hal ini investor memandang pertumbuhan penjualan merupakan hasil yang belum final karena pendapatan yang diperoleh perusahaan masih dukurangi dengan biaya operasional. Ketika perusahaan mengalami kenaikan penjualan, hal tersebut belum tentu mengindikasikan bahwa laba juga akan meningkat dengan kata lain laba akan menurun. Menurunnya laba tersebut mengakibatkan tidak dapat meningkatkan harga saham perusahaan sehingga tidak mampu membuat investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Mandalika (2016), Hansen dan Juniarti (2014) bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Hal ini mengindikasikan bahwa total aset yang tinggi menghasilkan total ukuran perusahaan yang tinggi pula, namun dengan tingginya ukuran perusahaan tersebut tidak diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Rendahnya nilai perusahaan disebabkan total aset yang tinggi dan merupakan aset pasif, hal ini dapat dilihat dari total aset tidak lancar yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan total aset lancar. Penelitian ini tidak didukung penelitian yang dilakukan oleh Hansen dan Januarti (2014), Prasetia, Tommy dan Saerang (2014), Pratama dan Wiksuana (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian ini didukung oleh Languju, Mangantar dan Tasik (2016) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *return on asset* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Hal ini menunjukkan bahwa apabila ROA meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang tinggi terhadap aset atau modal yang diinvestasikan dan dapat menarik investor untuk melakukan investasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh Repi, Murni dan Andre (2016), yang menyatakan *return on asset* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila struktur modal meningkat, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Dan penelitian ini tidak didukung oleh Mandalika (2016), Prasetia, Tommy dan Saerang (2014), Languju, mangantar dan Tasik (2016) yang menyatakan struktur modal tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pertama, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Kedua, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Ketiga, *return on asset* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Keempat, struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. 2012. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali.2016. *Aplikasi Analisis Multivariabel dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hanafi, mamduh M., dan Abdul Halim. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: (UPP) Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kasmir.2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Perusahaan Manufaktur BEI (Online) <http://www.sahamok.com/>, diakses 20 November 2018.
- Pratama, I dan Wiksuana, I. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5 (2).
- Subramanyam, KR dan John, J. Wild. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*, Buku Satu, Edisi Sepuluh. Jakarta: Selemba Empat.
- Sudana, I Made.2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*, Edisi 2. Penerbit Erlangga.

