

**PENGARUH *EARNING PER SHARE* (EPS), UKURAN PERUSAHAAN,
PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN *SALES GROWTH* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2008-2013**

Oleh :

SUKAENAH
NIM. EA.11.1.0388

Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh Menguji pengaruh *Earning Per Share* (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013 baik secara parsial maupun berganda.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013. Sampel sebanyak 18 perusahaan. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan analisis koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan Variabel EPS berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel Profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel *Leverage* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel *Sales Growth* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. *Earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *Earning Per Share* (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Sales Growth* , dan Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya minat serta pengetahuan masyarakat di bidang pasar modal, maka bagi investor nilai perusahaan telah menjadi salah satu faktor pertimbangan yang cukup penting. Hal ini terkait dengan resiko dan pendapatan yang akan diterima oleh investor. Dalam melihat nilai perusahaan, investor tidak dapat dipisahkan dari informasi perusahaan berupa laporan keuangan yang dikeluarkan setiap tahunnya. Para investor akan melakukan berbagai analisis terkait dengan keputusan menanamkan modalnya pada perusahaan melalui informasi yang salah satunya berasal dari laporan keuangan perusahaan. Sedangkan bagi perusahaan, sesuai dengan FASB, 1978 no. 1 yaitu laporan keuangan harus berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, maka laporan keuangan harus dapat membantu investor dan kreditur untuk menginterpretasikan keadaan perusahaan.

Beberapa alasan mengambil objek penelitian perusahaan *food and beverages*, karena perusahaan tersebut sifatnya non siklikal yang artinya bahwa sektor industri ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian secara inflasi. Walaupun terjadi krisis ekonomi, kelancara produk *industry food and beverages* akan tetap terjamin, arena industri bergerak pada bidang pokok manusia.

Sukma Mindra, Teguh Erawati (2014) *earning per share* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan hal ini sejalan dengan penelitian Corry Margaretha Gultom (2008) *earning per share* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sukma Mindra, Teguh Erawati (2014) ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan Verawati Hansen dan Juniarti (2014) juga menyatakan bahwa ukuran berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Mareta Nurjin Sambora, Siti Ragil Handayani, Sri Mangesti Rahayu (2013) bahwa profitabilitas menyatakan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sukma Mindra, Teguh Erawati (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Corry Margaretha Gultom (2008) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mareta Nurjin Sambora, Siti Ragil Handayani, Sri Mangesti Rahayu (2013) yang menyatakan bahwa DER menghasilkan pengaruh tidak signifikan.

Penelitian adalah mengacu pada jurnal utama yang dilakukan oleh Sukma Mindra, Teguh Erawati (2014), menganalisis pengaruh *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*, sedangkan perbedaannya penelitian ini memasukkan variabel *sales growth* dengan periode 6 tahun periode penelitian. Dari latar belakang diatas penulis mengambil judul penelitian **PENGARUH EARNING PER SHARE (EPS), UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN SALES GROWTH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2008-2013.**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan berikut ini.

1. Apakah ada pengaruh *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013?
2. Apakah ada pengaruh Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013?
3. Apakah ada pengaruh Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013?
4. Apakah ada pengaruh *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013?
5. Apakah ada pengaruh *Sales Growth* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013?
6. Apakah ada pengaruh *Earning Per Share* (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013?

1.3. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi :

1. Ilmu Pengetahuan

Untuk menganalisa faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dan seberapa besar faktor tersebut mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Pengambil Keputusan

Memberikan sumbangan pemikiran pada analisis, investor dan para pemegang saham serta manajemen investasi dalam menentukan keputusan serta strategi keuangan.

3. Peneliti lanjut.

Peneliti dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian lebih lanjut.

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan menjelaskan hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan prinsipal (pemilik usaha). Di dalam hubungan keagenan terdapat suatu kontrak dimana si agen menutup kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal, prinsipal menutup kontrak untuk memberi imbalan pada si agen. Analoginya seperti antara pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan itu (Hendriksen, 2010:68).

Hubungan keagenan sebagai suatu kontrak, dimana satu atau beberapa orang (pemberi kerja atau *principal*) mempekerjakan orang lain (agen) untuk melaksanakan sejumlah jasa dan mendelegasikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada agen tersebut. Dalam kerangka kerja manajemen keuangan, hubungan keagenan terdapat diantara (Weston dan Bringham, 2008:32).

2.1.2. *Earning Per Share* (EPS)

Earning per share (EPS) atau laba per lembar saham adalah keuntungan bersih untuk tiap lembar sahamnya yang mampu diraih perusahaan pada saat menjalankan operasinya. *Earning per share* adalah rasio yang menunjukkan pendapatan yang diperoleh setiap lembar saham (Gibson, 2008:429). Sedangkan *earning per share* menilai pendapatan bersih yang diperoleh setiap lembar saham biasa. *Earning Per Share* (EPS) dapat diartikan sebagai laba yang akan diperoleh pemegang saham per lembar sahamnya. Tetapi untuk mengetahui definisi EPS lebih lanjut ada beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para pakar. Definisi menurut : *Earning Per Share* (EPS) merupakan rasio yang menunjukan bagian laba untuk setiap saham yang diperoleh investor (Darmadji dan Fakhruddin, 2008:195).

2.1.3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu (Edy Suwito dan Arleen Herawaty, 2012:138): perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total asset perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar pula untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan-perusahaan yang lebih besar menjadi subyek pemeriksaan (pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat umum/*general public*) (Edy Suwito dan Arleen Herawaty, 2012:138). *Size* (ukuran) perusahaan menurut hasil penelitian terbukti mempengaruhi luas pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Cooke, 2012:32). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap risiko bisnis menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap risiko bisnis. Dengan kata lain penelitian ini membuktikan bahwa *size* perusahaan berpengaruh terhadap risiko investasi yang berarti pula

berpengaruh terhadap return investasi (Miswanto, 2009:63).

2.1.4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio *profitabilitas* mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. *Profitabilitas* merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (*profit*), maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Dalam melakukan analisis perusahaan, di samping melihat laporan keuangan perusahaan, juga bisa dilakukan dengan menggunakan analisis rasio keuangan. *Profitabilitas* adalah rasio keuangan yang menghubungkan laba dengan penjualan investasi pada perusahaan.

2.1.5. Leverage

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Rasio ini sama dengan rasio solvabilitas. Rasio solvabilitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam pembayaran kewajibannya jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Perusahaan yang tidak solabel yaitu perusahaan yang total utangnya lebih besar dari total asetnya. Rasio ini juga menyangkut struktur keuangan perusahaan, struktur keuangan adalah bagaimana perusahaan mendanai aktivitasnya. Biasanya, aktivitas perusahaan didanai dengan hutang jangka pendek dan modal pemegang saham.

Seberapa jauh perusahaan menggunakan utang (*financial leverage*) akan memiliki 3 (tiga) implikasi penting yaitu (Brigham, 2009:101) :

- a. Dengan memperoleh dana melalui utang, para pemegang saham dapat mempertahankan kendali mereka atas perusahaan tersebut dengan sekaligus membatasi investasi yang mereka berikan.
- b. Kreditor akan melihat pada ekuitas, atau dana yang diperoleh sendiri, sebagai suatu batasan keamanan, sehingga semakin tinggi proporsi dari jumlah modal yang diberikan pemegang saham, maka semakin kecil resiko yang dihadapi kreditor.
- c. Jika perusahaan mendapatkan hasil dari investasi yang didanai dengan dana hasil pinjaman lebih besar daripada bunga yang dibayarkan, maka pengembalian dari modal pemilik akan diperbesar, atau diungkit (*leverage*).

Ada beberapa macam rasio *leverage*, antara lain *debt ratio (debt to total asset)*, *debt to equity ratio*, *long term debt to equity*, dan *time interested earned*. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada *debt to assets*. *Debt to total assets (DTA)* menunjukkan beberapa bagian dari keseluruhan kebutuhan dana yang dibelanjai dengan utang atau beberapa bagian dari aktiva yang digunakan untuk menjamin utang. Kredit lebih menyukai rasio hutang yang rendah karena semakin rendah rasio ini, maka semakin rendah perlindungan terhadap kreditur dalam peristiwa likuidasi. Disisi lain, pemegang saham akan menginginkan *leverage* yang lebih besar karena dapat meningkatkan laba yang diharapkan.

2.1.6. Sales Growth

Perusahaan yang memiliki keuntungan yang meningkat, memiliki jumlah laba ditahan yang lebih besar. Peningkatan laba perusahaan meningkatkan jumlah modal sendiri yang berasal dari laba ditahan. Penjualan yang relatif stabil dan selalu meningkat pada sebuah perusahaan, memberikan kemudahan dari perusahaan tersebut untuk memperoleh aliran dana ekstern atau hutang untuk meningkatkan operasionalnya. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil (Brigham dan Houston, 2011:52).

Penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan yaitu dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya”. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu perjanjian antara penjualan dan pembeli yang memindahkan hak kepemilikan barang kepada pembeli dengan kompensasi pembayaran uang kepada penjual. Penjualan tidak hanya menyangkut pemindahan kepemilikan atas barang atau jasa, tapi didalamnya juga terhadap pemindahan resiko-resiko yang timbul atas kepemilikan tersebut (Higgins, 2011:63)

2.1.7. Nilai Perusahaan

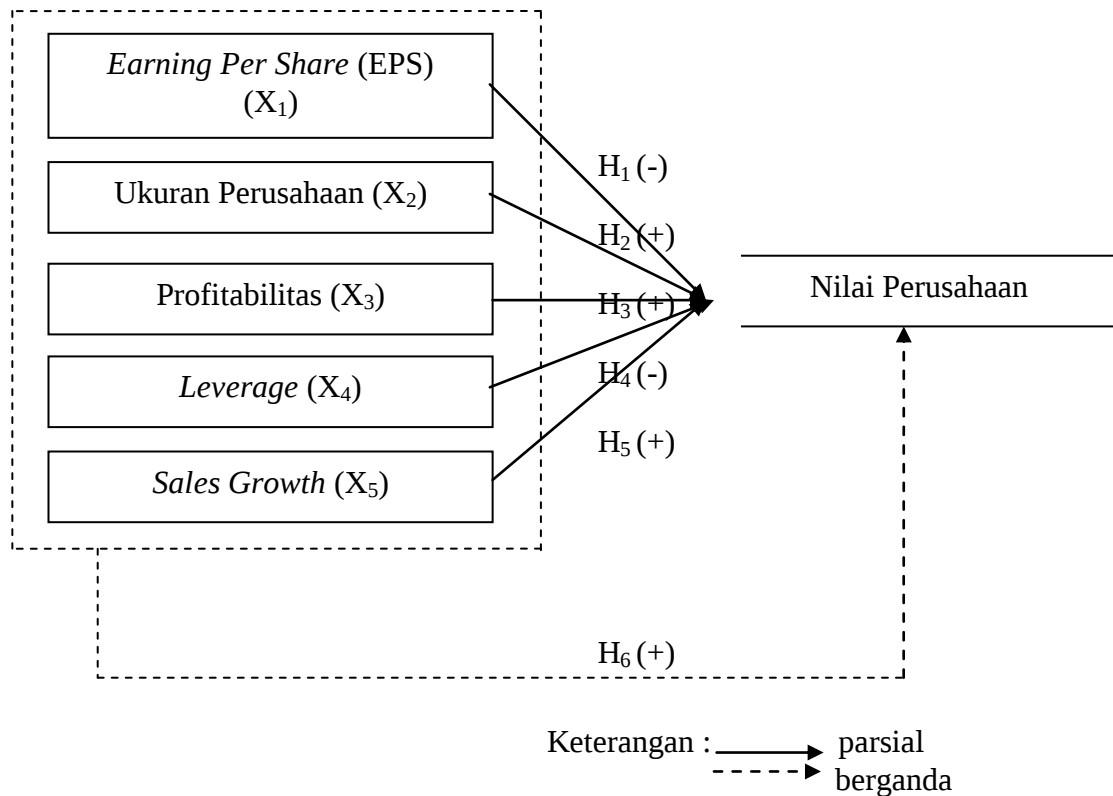
Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Tujuan normatif perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai perusahaan (Sudjana, 2009:12).

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Pendekatan konsep nilai pasar untuk mengukur nilai perusahaan. Nilai pasar berbeda dengan nilai buku. Jika nilai buku merupakan harga yang dicatat pada nilai saham perusahaan, maka nilai pasar adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa tertentu oleh permintaan dan penawaran saham tersebut oleh pelaku pasar. Nilai perusahaan merupakan nilai yang diberikan pasar bursa kepada manajemen perusahaan (Fama, 2008:52).

2.1.8. Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan telaah pustaka, maka dapat dibuat kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1. Variabel Penelitian

3.1.1.1. Variabel Dependen

Variabel dependen variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran, Uma, 2010:116). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai Perusahaan (Y).

3.1.1.2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain baik secara positif maupun negatif (Sekaran, Uma, 2010:117). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Earning per Share (EPS) (X₁)*, *Ukura Perusahaan (X₂)*, *Profitabilitas (X₃)*, *Leverage (X₄)*, *Sales Growth (X₅)*

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009:115). Adapun yang

menjadi populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverages* (makanan dan minuman) sebanyak 18 perusahaan yang terdaftar di BEI.

3.2.2. Sampel

Sampel penelitian diambil dengan teknik *purposive sampling*, yakni perusahaan yang terdaftar di ICMD secara terus-menerus sejak tahun 2008 sampai 2013, sebanyak 18 perusahaan

Tabel 1

Sampel Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
2	DLTA	PT. Delta Jakarta Tbk.
3	DAVO	PT. Davomas Abadi Tbk.
4	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk.
5	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
6	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
7	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
8	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.
9	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk.
10	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.
11	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
12	SMAR	PT. Sinar Mas Agro Resources Technology Tbk.
13	PTSP	PT. Pioneerindo Gourmet International Tbk.
14	PSDN	PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk.
15	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
16	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk.
17	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
18	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.

Sumber : Indonesian Capital Market Directory, 2014.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder ini berupa data kuantitatif, yaitu data atau informasi yang berbentuk angka-angka yang dikumpulkan, kemudian ditarik kesimpulan dengan jalan membandingkan data yang satu dengan yang lainnya. Dan dengan perhitungan-perhitungan yang bersifat kuantitatif. Data sekunder yang digunakan disini adalah data laporan keuangan, berupa Neraca dan Laporan Rugi Laba tahunan selama periode tahun 2008 – 2013.

3.4. Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan cara dokumentasi. Data dokumentasi adalah data yang memuat informasi mengenai suatu subyek, obyek, atau kejadian masa lalu yang dikumpulkan, dicatat dan disusun dalam arsip dan dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data sekunder dari *Indonesian*

Capital Market Directory (ICMD) yang diterbitkan Bursa Efek Indonesia atau download melalui <http://www.idx.co.id/>.

3.5. Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah menggambarkan kondisi perusahaan sesuai dengan temuan-temuan dari penelitian serta yang berkaitan dengan penelitian berupa tabel-tabel dengan diberi penjelasan berkaitan dengan data tersebut.

3.5.2. Analisis Kuantitatif

3.5.2.1. Analisis Regresi

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda (*multiple regresi*). Secara umum model regresi ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Y = Nilai Perusahaan

X₁ = *Earning per Share*

X₂ = Ukuran Perusahaan

X₃ = Profitabilitas

X₄ = *Leverage*

X₅ = Sales Growth

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien regresi

a = Konstanta

e = *error term*

Model Regresi yang bisa dikembangkan dari penelitian ini adalah :

$$\text{Nilai Perusahaan} = \beta_0 + \beta_1 (\text{EPS}) + \beta_2 (\text{Size}) + \beta_3 (\text{Profit}) + \beta_4 (\text{Leverage}) + \beta_5 (\text{Sales Growth}) + e$$

β₀ = koefisien dari persamaan regresi

β₁, β₂, ..., β₅ = koefisien perubahan nilai tiap variable independen

e = *error*

3.5.2.2. Pengujian Model Analisis (Uji F) dan Hipotesis (Uji t)

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variable independen yang digunakan dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

1) Merumuskan hipotesis

Ho : β₁ = β₂ = β₃ = β₄ = β₅ = 0 artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan dari semua variable X (variable independen) terhadap variable Y (variable dependen).

Ho : β₁ > β₂ > β₃ > β₄ > β₅ = 0 artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan dari semua variable X

(variable independen) terhadap variable Y (variable dependen).

- 2) Menentukan signifikansi sebesar 5% dan *degree of freedom* (df)_{numerator} = (k-1) dan df _{denominator} = (n-k) untuk menentukan nilai F_{tabel} .
- 3) Menghitung nilai F dengan rumus sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)} \quad (\text{Gujarati, 2005 :31})$$

R^2 = koefisien determinasi

n = Jumlah pengamatan

k = Jumlah variabel

- 4) Kesimpulan :
 - a) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
 H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
 - b) Apabila tingkat signifikansi $F_{hitung} <$ dari taraf signifikan yang telah ditetapkan ($\alpha = 0,05$), maka secara simultan variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak).

b. Uji t

Uji t dilakukan pada pengujian hipotesis secara parsial, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variable independen secara individual terhadap variable dependen. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$ artinya tidak pengaruh yang signifikan dari variabel X_i (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen).

$H_0 : \beta_i \neq 0$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel X_i (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen).

$\beta_i = \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ artinya merupakan koefisien perubahan nilai tiap variable independen
- 2) Menentukan signifikan sebesar 5% dan *degree of freedom* ($df = n - k$) untuk menentukan nilai t_{tabel} , yang mana n adalah jumlah pengamatan dan k adalah jumlah variabel.
- 3) Menghitung nilai t dengan rumus

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)} \quad (\text{Gujarati, 2005:32})$$

β_i = Koefisien perubahan nilai tiap variabel independen ($\beta_1, \beta_2, \beta_3$)

$Se(\beta_i)$ = *Standard deviation* koefisien perubahan nilai variabel independen ($\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$)

4) Kesimpulan

- a) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
 H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
- b) Apabila tingkat signifikansi $t_{hitung} <$ dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan ($\alpha = 0,05$), maka secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (H_0 ditolak)

3.5.2.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi yang biasanya diberi simbol R^2 menunjukkan hubungan pengaruh antara dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen dari hasil perhitungan tertentu. Sedangkan R^2 digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara tiap variabel X dan variabel Y secara parsial (Sudjana, 2000 : 283).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Data

4.1.1. Analisis Regresi Berganda

Dari data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode regresi dan dihitung dengan menggunakan program SPSS. Berdasarkan *output* SPSS tersebut secara parsial pengaruh dari kelima variabel *independent* yaitu *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan melalui hasil perhitungan SPSS (Lampiran 9) dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = 3,718 - 0,176 + 0,142 + 1,039 - 0,744 + 0,142$$

Persamaan regresi di atas mempunyai makna sebagai berikut :

- 1) *Earning Per Share* (EPS) adalah sebesar -0,176 bernilai koefisien yang negatif menunjukkan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2008-2013. Artinya bahwa setiap perubahan *Earning Per Share* satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,176 kali, jika faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dianggap tetap.
- 2) Koefisien regresi Ukuran perusahaan adalah sebesar 0,142 bernilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2008-2013. Artinya bahwa setiap ukuran perusahaan satu satuan, maka nilai perusahaan akan

mengalami kenaikan sebesar 0,142 kali, jika faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dianggap tetap.

- 3) Koefisien regresi Profitabilitas adalah sebesar 1,039 bernilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2008-2013. Artinya bahwa setiap profitabilitas satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 1,039 kali, jika faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dianggap tetap.
- 4) Koefisien regresi *Leverage* adalah sebesar -0,744 bernilai koefisien yang negatif menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2008-2013. Artinya bahwa setiap leverage satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,744 kali, jika faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dianggap tetap.
- 5) Koefisien regresi *sales growth* adalah sebesar 0,142 bernilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2008-2013. Artinya bahwa setiap *sales growth* satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,142 kali, jika faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dianggap tetap.

4.1.2. Uji Hipotesis

4.1.2.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial ini dimaksudkan untuk menguji keberartian pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan. Hasil perhitungan analisis regresi guna menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut ini.

Tabel 4.1

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.718	1.166		3.189	.002
	Ln_X1	-.176	.068	-.341	-2.596	.011
	Ln_X2	.142	.047	.277	3.022	.003
	Ln_X3	1.039	.155	.882	6.689	.000
	Ln_X4	-.744	.246	-.275	-3.020	.003
	Ln_X5	.142	.063	.193	2.234	.028

a. Dependent Variable: Ln_Y

Sumber : Hasil analisis (Lampiran 9).

4.3.2.1.1. Pengaruh *Earning per Share* (EPS) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel EPS diperoleh t_{hitung} sebesar $-2,596 >$ nilai t tabel sebesar $-1,660$ (pengujian satu sisi 5% dengan $df = n - k - 1 = 108 - 5 - 1 = 102$) (lampiran 9) diperoleh nilai t tabel sebesar $1,660$ dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,011$. Karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari $0,05$, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel EPS (X_1) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

4.3.2.1.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel Ukuran Perusahaan diperoleh t_{hitung} sebesar $3,022 >$ nilai t tabel sebesar $1,660$ (pengujian satu sisi 5% dengan $df = n - k - 1 = 108 - 5 - 1 = 102$) (lampiran 8) diperoleh nilai t tabel sebesar $1,660$ dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000$. Karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari $0,05$, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

4.3.2.1.3. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel *leverage* diperoleh t_{hitung} sebesar $-0,275 >$ nilai t tabel sebesar $-1,660$ (pengujian satu sisi 5% dengan $df = n - k - 1 = 108 - 5 - 1 = 102$) (lampiran 9) diperoleh nilai t tabel sebesar $1,660$ dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,003$. Karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari $0,05$, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

4.3.2.1.4. Pengaruh *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel *sales growth* diperoleh t_{hitung} sebesar $2,234 >$ nilai t tabel sebesar $1,660$ (pengujian satu sisi 5% dengan $df = n - k - 1 = 108 - 5 - 1 = 102$) (lampiran 9) diperoleh nilai t tabel sebesar $1,660$ dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,003$. Karena nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari $0,05$, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

4.3.2.2. Pengujian Hipotesis Secara Berganda (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil perhitungan Uji F ini dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.2
Hasil Perhitungan Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.877	5	8.175	15.600	.000 ^b
	Residual	40.353	102	.524		
	Total	81.231	107			

a. Dependent Variable: Ln_Y

Sumber : Data sekunder yang diolah (Lampiran 9).

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui pula bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar $15,600 > F_{tabel}$ sebesar 2,303 ($df = 5, 102$) (lampiran 9) dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 atau 5%, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan atau dapat dikatakan bahwa variabel meliputi *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan.

4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi penelitian ini dapat terlihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.471	.72392

a. Predictors: (Constant), Ln_X5, Ln_X2, Ln_X4, Ln_X1, Ln_X3

Sumber : Data sekunder yang diolah (Lampiran 7).

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini adalah sebesar 0,471 atau 47,1%. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 30,5% dan sisanya 69,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi, seperti faktor *return on equity*, perubahan arus kas operasi, nilai kapitalisasi dan sebagainya.

4.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa variabel nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2013 dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth*. Pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* menunjukkan pengaruh yang signifikan baik secara negatif untuk variabel *earning per share* (EPS) dan *leverage* masing-masing berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel rasio-rasio keuangan perusahaan tersebut perlu diperhatikan oleh investor dalam berinvestasi.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai *t* hitung sebesar -2,596 dan nilai signifikansi sebesar 0,011. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis pertama diterima berarti terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel *earning per share* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini hampir sejalan dengan Corry Margaretha Gultom (2008) yang menyatakan bahwa *Earning Per Share* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian Sukma Mindra Teguh Erawati (2014) yang menyatakan bahwa *Earning Per Share* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Verawati Hansen dan Juniarti (2014) dalam penelitiannya juga menyebutkan *Earning Per Share* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai *t* hitung sebesar 3,022 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis kedua diterima berarti terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Verawati Hansen dan Juniarti (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Sukma Mindra Teguh Erawati (2014) juga menyatakan peningkatan ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai *t* hitung sebesar 6,689 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis ketiga diterima berarti terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mempunyai persamaan pengaruh positif pada Mareta Nurjin Sambora, Siti Ragil Handayani, Sri Magesti Rahayu (2013) mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan pada penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Sukma Mintra, Teguh

Erawati juga menyebutkan profirtabilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar -3,020 dan nilai signifikansi sebesar 0,003. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis keempat diterima berarti terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini hampir sejalan Sukma Mindra Teguh Erawati (2014) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Verawati Hansen dan Juniarti (2014) dalam penelitiannya juga menyebutkan *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 2,234 dan nilai signifikansi sebesar 0,028. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis kelima diterima berarti terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *sales growth* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan Muhamad Umar Mai (2013) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan penelitian Verawati dan Hansen dan Juniarti (2014) yang menyatakan *sales growth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan

Dari hasil perhitungan uji secara berganda diperoleh nilai F hitung sebesar 15,600 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5% maka hipotesis keenam diterima berarti terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi, uji t dan uji F dihasilkan kesimpulan sebagai berikut ini.

1. Variabel EPS (X_1) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) karena diperoleh t_{hitung} sebesar -2,596 > nilai t tabel sebesar -1,660 dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$.
2. Variabel Ukuran Perusahaan (X_2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) karena diperoleh t_{hitung} sebesar 3,022 > nilai t tabel sebesar 1,660 dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$.
3. Variabel Profitabilitas (X_3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) karena diperoleh t_{hitung} sebesar 6,689 > nilai t tabel sebesar 1,660 dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Variabel *Leverage* (X_4) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) karena diperoleh t_{hitung} sebesar -3,020 > nilai t tabel sebesar -1,660 dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$.
5. Variabel *Sales Growth* (X_5) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) karena diperoleh t_{hitung} sebesar 2,234 > nilai t tabel sebesar 1,660 dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$.
6. *Earning per share* (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan

dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar $15,600 > F_{tabel}$ sebesar 2,303 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini terbatas hanya pada variabel perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *sales growth* sedangkan hampir separuh lebih atau 53% masih dipengaruhi variabel diluar penelitian. Investor hanya memperhatikan variabel nilai perusahaan, tanpa memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Kemudian objek terbatas pada industri makanan dan minuman.

5.3. Saran

Bagi peneliti yang akan datang diharapkan menambah variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Karena dari hasil penelitian menunjukkan hanya tiga variabel yang berpengaruh positif dan signifikan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan. Adapun bagi perusahaan lebih memperhatikan tiga variabel tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kemudian dapat memperluas sampel bukan hanya industri makanan dan minuman namun bisa mengambil sektor manufaktur agar hasil dapat digeneralisasikan pada penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Robert. 2012. *Pasar Modal Indonesia*. Mediasoft Indonesia, Jakarta.
- Bambang Riyanto, 2010, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Keempat, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Brigham dan Houston, 2011, *Fundamental of Financial Management*, Seventh Edition, The Dryden Press, Chicago.
- Brigham, 2009, *Fundamental of Financial Management*, Seventh Edition, The Dryden Press, Chicago.
- Cooke, 2002, *Probabilistic Risk Analysis: Foundations and Methods*. Cambridge University Press, UK.
- Corry Margaretha Gultom, 2008, Pengaruh Kebijakan Leverage, Kebijakan Dividen dan Earning Per Share terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Akuntansi No2. No1*.
- Darmadji dan Fakhrudin, 2006, *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*, Salemba Empat, Jakarta.
- Edy Suwito dan Arleen Herawaty, 2012, Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi VIII .Solo.15-16 September*.
- Fama, 2008, *The Empirical Relationship Between Dividend and Investment Decisions on Firms*, American Economic Review, June, 304-318.
- Gibson, 2008, *Financing Reporting Analysis*, South Western College, Publishing.

- Gujarati, Damodar, 2005, *Basic Econometric*, Alih Bahasa Dr. Sumarno Zain, S.E., Ak. MBA, Jakarta. Erlangga.
- Higgins, 2011, *Analysis for Financial Management*, McGraw-Hill, California.
- Husnan, 2010, *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*, AMP YKPN, Yogyakarta.
- Kasmir, 2008, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Revisi 2008, Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Keown, 2004, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Buku satu, Jakarta.
- Mareta Nurjin Sambora, Siti Ragil Handayani, Sri Mangesti Rahayu, Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI periode tahun 2009-2012), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol8 No.1*.
- Miswanto, 2009, *Manajemen Keuangan I*, Gunadarma, Jakarta.
- Muhamad Umar Mai, 2013, Pengaruh Growth dan Leverage terhadap Price to Book Value dalam Mediasi Return on Equity dan Dividend Payout Ratio, *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-X, November 2013*.
- Nurlela dan Islahuddin, 2008, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating”, *Simposium Nasional Akuntansi XI, 2008*.
- Salvatore, 2005, *Manajerial Economic*, Jilid I, Salemba, Jakarta.
- Sudjana, 2010, *Statistik untuk Ekonomi dan Niaga II*, Tarsito, Bandung.
- Sudjana, 2009, *Metode Statistika*, Tarsito, Bandung.
- Sukma Mintra, 2014, Pengaruh earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2009-2011), *Jurnal Akuntansi, Vol2, No2 Desember*.
- Swastha, 2010, *Manajemen Keuangan*, Pustaka, Bandung.
- Van Horne, Wachowics, 2010, *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*, Gramedia, Pustaka.
- Verawati Hansen dan Juniarti, 2014, Pengaruh Familu Control, Size, Sales Growth, dan Leverage terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi. *Business Accounting Review, Vol2, No.1*.
-, 2014, *Indonesian Capital Market Directory*, Jakarta