

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. teori ini mengungkapkan bahwa investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai rendah (Brigham dan Houston, 2013).

Dalam kerangka teori sinyal disebutkan bahwa dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (Wolk et al, 2013).

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi asimetri informasi tersebut. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya yang akan mengurangi ketidak pastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan (Wolk et al., 2013).

Signaling theory mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Sedangkan menurut (Brigham dan Hosuton, 2014:184) *signaling theory* merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang.

2.2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan terdiri dari nilai utang dan saham. memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, nilai utang konstan maka nilai perusahaan akan maksimum. kemakmuran pemegang saham sering diterjemahkan ke dalam kenaikan harga pasar saham, meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Hanafi, 2016:4).

Nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Noerirawan, 2012) .

2.2.1. Jenis - Jenis Nilai Perusahaan

Terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, yaitu (Yulius dan Tarigan, 2007:3):

a. Nilai Nominal.

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

b. Nilai Pasar.

Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

c. Nilai Intrinsik.

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

d. Nilai Buku.

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

e. Nilai Likuidasi.

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan di likuidasi.

2.2.2. Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. menurut (Sudana 2011:23), rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*) rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya. berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan.

a. *Price Earning Ratio (PER)*

Price earning ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham.

Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*. *Price earning ratio (PER)* berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. semakin besar *PER*, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Price earning ratio (PER)* adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Sumber : Brigham dan Houston (2006)

b. Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2001).

Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. *PBV* juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang di investasikan. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. semakin besar rasio *PBV* semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Price to Book Value (PBV)* adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Sumber: Fakhrudin dan Hadianto, (2001)

c. Tobin's Q

Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copeland, 2001). rasio Q lebih unggul dari pada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Sumber : Weston dan Copeland, (2001)

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun sedangkan EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

2.3. Leverage

Menurut (Fahmi, 2012) leverage merupakan ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor. dan rasio leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sedangkan dalam arti luas menurut (Kasmir, 2012) mengatakan bahwa rasio leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi. dan menurut (Harahap, 2013) leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal.

Dari hasil pernyataan-pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa leverage digunakan oleh suatu perusahaan bukan hanya untuk membiayai aktiva, modal serta menanggung beban tetap melainkan juga untuk memperbesar penghasilan.

2.3.1. Tujuan Leverage

Menurut (Kasmir,2014:153), tujuan perusahaan menggunakan rasio leverage, diantaranya yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor),

2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga),
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal,
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang,
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai dan mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.

2.3.2. Jenis Leverage

Terdapat tiga jenis rasio leverage dalam perusahaan, yaitu. :

a. Rasio Utang Terhadap Total Aset (*Debt to Total Asset Ratio*)

Rasio ini menekankan pada peran penting pendanaan utang bagi perusahaan dengan menunjukkan persentase aset perusahaan yang didukung oleh pendanaan utang.

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : James C. Van Horne , John M. Wachowicz (Jr, 2016)

b. Rasio Utang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*)

Rasio ini menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Sumber : James C. Van Horne , John M. Wachowicz, Jr (2016)

c. Rasio Cakupan Bunga (*Interest Coverage Ratio*)

Rasio ini disebut juga rasio penutupan (*Coverage Ratio*) mengukur kemampuan pemenuhan kewajiban bunga tahunan dengan laba operasi (*EBIT*), sejauh mana laba operasi boleh turun tanpa menyebabkan kegagalan dalam pemenuhan kewajiban membayar bunga pinjaman.

$$ICR = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga \& Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

Sumber : James C. Van Horne , John M. Wachowicz, Jr, 2016

2.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, rata-rata tingkat penjualan, dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur dan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan

usaha yang dijalankan. karena biaya-biaya yang mengikuti penjualan cenderung lebih besar, maka perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung memilih kebijakan akuntansi yang mengurangi laba.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Analisa, 2011). ukuran Perusahaan merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Karena nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan berpengaruh dari cerminan total aset yang dimiliki suatu perusahaan ,dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya *equity*, nilai penjualan, dan aktiva yang berperan sebagai variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi.

2.4.1. Jenis Ukuran Perusahaan

Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Gill dan Obradovich, 2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2. Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut (Jogiyanto,2007:282) sebagai berikut: “ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”. Sedangkan Menurut (Kurniasih, 2012:150) ukuran perusahaan diukur melalui:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN} * \text{Total Aktiva}$$

Sumber : Kurniasih (2012)

Uraian diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aktiva. ukuran aktiva tersebut diukur sebagai log natural dari total aktiva. dengan rumus :

$$\text{Size} = \text{Log Natural} (\text{Total Asset})$$

Sumber : Jogiyanto (2007)

2.5. Likuiditas (*Liquidity*)

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. pengertian lain likuiditas, adalah kemampuan seseorang atau perusahaan untuk memenuhi kewajiban atau hutang yang harus segera dibayar dengan harta lancarnya. likuiditas diukur dengan rasio aktiva lancar dibagi kewajiban lancar. perusahaan yang mempunyai likuiditas sehat paling tidak memiliki rasio lancar sebesar 100%. ukuran likuiditas perusahaan yang lebih menggambarkan tingkat likuiditas perusahaan ditunjukkan dengan rasio kas (kas dengan kewajiban lancar). likuiditas

merupakan biaya yang ditanggung pemodal jika ingin menjual sekuritasnya secara cepat.

Rasio likuiditas (*liquidity Ratio*) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi liabilitas jangka pendeknya. rasio ini membandingkan liabilitas jangka pendek dengan sumber daya jangka pendek (atau lancar). yang tersedia untuk memenuhi liabilitas tersebut. dari rasio ini banyak pandangan ke dalam yang bisa didapatkan mengenai kompetensi keuangan perusahaan saat ini dan kemampuan perusahaan untuk tetap kompeten jika terjadi masalah.

2.5.1. Jenis Likuiditas

Menurut (Brigham dan Joel, 2010:134), dua rasio likuiditas yang umum digunakan yaitu rasio lancar (*Current Ratio*) dan rasio cepat (*Quick Ratio atau Acid Test*). *Current Ratio (CR)* merupakan rasio yang dihitung dengan membagi aset lancar dengan kewajiban lancar. Rasio ini menunjukkan sampai sejauh apa kewajiban lancar ditutupi oleh aset yang diharapkan akan dikonversi menjadi kas dalam waktu dekat. Sehingga perhitungan *CR* sebuah perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus. :

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio Lancar (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus. :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Sumber : Brigham dan Joel (2010)

b. Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Quick Ratio (QR) merupakan rasio yang dihitung dengan mengurangi persediaan dengan aset lancar, kemudian membagi sisanya dengan kewajiban lancar. sehingga perhitungan *QR* sebuah perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Asset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Sumber : Brigham dan Joel (2010)

c. Rasio kas (*cash ratio*)

Rasio kas (*cash ratio*) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. rasio ini dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas + Bank}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Sumber : Brigham dan Joel (2010)

Dari ketiga rasio yang disebutkan diatas, dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan rasio lancar (*current ratio*) sebagai alat untuk mengukur tingkat likuiditas suatu perusahaan. menurut (Kasmir,2013:134) *current ratio* merupakan rasio untuk mengukur kewajiban perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. tingkat likuiditas suatu perusahaan dihitung melalui sumber informasi modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan kewajiban lancar yang digambarkan langsung dalam *current ratio*. dengan kata lain, *current ratio* dijadikan kebiasaan yang umum yang lebih baik sebagai titik tolak untuk mengukur semua modal kerja yang digunakan perusahaan dengan membandingkan jumlah aset lancar dan kewajiban lancarnya.

2.5.2. Tujuan Likuiditas

Tujuan Likuiditas Menurut (Kasmir,2013:132) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. artinya kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan, artinya jumlah kewajiban yang berumur dibawah satu tahun atau sama dengan satu tahun , dibanding dengan total aktiva lancar.

2.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penulis	Variabel dan Hubungan	Hasil
1.	<i>The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on the Firm Value with Mediating Leverage</i> 2019. Idah Zuhroh.	Independen : X1 : <i>Likuiditas</i> X2 : Ukuran Perusahaan X3 : <i>Profitability</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan Z : <i>Mediating Leverage</i>	Hasil pengujian membuktikan bahwa leverage adalah variabel yang memediasi pengaruh likuiditas, ukuran dan profitabilitas pada Nilai Perusahaan.
2.	<i>Effect of company size, return on equity and leverage on firm value in indonesia</i> 2019. Wastam Wahyu Hidayat.	Independen : X1 : Ukuran Perusahaan X2 : <i>ROE</i> X3 : <i>Leverage</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan leverage tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3.	<i>Effect of Working Capital , Company , Size, and Company Growth on Profitability and Company Value.</i> <i>International Journal of Social Sciences</i> ISSN 2454-5899 . Volume 4 Issue 2, pp. 694-708 .2018 Hama, A., & Santosa, HP.	Independen : X1 : Modal Kerja X2 : Ukuran Perusahaan X3 : Pertumbuhan Perusahaan Dependen : Y : Profitabilitas Z : Nilai Perusahaan	Hasil penelitian Ukuran perusahaan secara signifikan mempengaruhi Nilai Perusahaan.
4.	Pengaruh <i>Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening</i> , Jurnal Manajemen Bisnis Vol 13 No.1 (2018). Patricia , Primsa Bangun dan Malem Ukur Tarigan.	Independen : X1 : <i>Profitabilitas</i> X2 : <i>Likuiditas</i> X3 : Ukuran Perusahaan Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang negatif & tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penulis	Variabel dan Hubungan	Hasil
5.	<p><i>Effect Of Capital Structure, Liquidity, Profitability And Company Size On Company Value With Total Turnover Assets As Variabel Moderating (Empirical Study on Automotive and Component Companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2013 - 2017) .</i> Fafa Ade Ferdiawan , Dhesy Amboningtyas S.E ., M.M ,Aziz Fathoni S.E., M.M.</p>	<p>Independen : X1 : Struktur Modal X2 : <i>Likuiditas</i> X3 : <i>Profitabilitas</i> X4 : Ukuran Perusahaan</p> <p>Dependen : Y : Nilai Perusahaan</p>	<p>Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel struktur modal, likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.</p>
6.	<p>Pengaruh <i>Profitabilitas</i> dan tingkat <i>Likuiditas</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai <i>Variabel Interventing</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). Riski Rusitasari dan Marisja Ariesta P.</p>	<p>Independen : X1 : <i>Profitabilitas</i> X2 : <i>Likuiditas</i></p> <p>Dependen : Y : Nilai Perusahaan Z : Kebijakan Deviden</p>	<p>Hasil Penelitian Pada Variabel perusahaan. Pada variabel likuiditas diperoleh nilai signifikan sebesar $0.01 < 0.05$. ini berarti variabel likuiditas secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</p>
7.	<p>Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Profitabilitas</i> terhadap Nilai Perusahaan , Jurnal Ilmu Akuntansi Vol 10 (2) 2017. Eka Indriyani.</p>	<p>Independen : X1 : Ukuran Perusahaan X2 : <i>Profitabilitas</i></p> <p>Dependen : Y : Nilai Perusahaan</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.</p>
8.	<p><i>The Moderating Effect of Profitability and Leverage on the Relationship Between Eco-Efficiency and Firm Value Publicly Traded Malaysian Firms .2016, Nosakhare Peter Osazuwa dan Ayoib Che - Ahmad .</i></p>	<p>Independen : X1 : <i>Profitabilitas</i> X2 : Leverage</p> <p>Dependen : Y1 : <i>Eco-Efficiency</i> Y2 : Nilai Perusahaan</p>	<p>Leverage Memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Eco-Efficiency dan Nilai Perusahaan.</p>

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penulis	Variabel dan Hubungan	Hasil
9.	<i>Impact of Capital Structure on Firm Value Creation - Evidence From the Cement Sector of Pakistan . 2016 , Ammara Asif .</i>	Independen : X1 : Struktur Modal X2 : ROCE X3 : Modal Saham X4 : <i>Likuiditas</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Current Ratio Mmiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembentukan Nilai Perusahaan.
10.	<i>Liquidity , ownership concentration corporate governance and firm value : Evidence from thailand . 2016 , Pannu Prommin , Sesak Jumreornvong , Pornsit Jiraporn Shenghui Tong.</i>	Independen : X1 : Struktur Kepemilikan X2 : <i>Likuiditas</i> X3 : Tata Kelola Perusahaan Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Likuiditas Memiliki Pengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan.
11.	<i>Corporate Liquidity and firm Value : Evidence From China 's Listed Firms . 2016 , Jinmin Du, Fei Wu and Xingyun Liang.</i>	Independen : X1 : <i>Likuiditas</i> X2 : R & D X3 : Ukuran Perusahaan Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Likuiditas dan Size Memiliki Pengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.
12.	Pengaruh <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>likuiditas</i> terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai <i>variabel intervening</i> pada perusahaan manufactur sektor <i>food and beverage</i> di bursa efek indonesia tahun 2010-2015 sabas prasetyo.	Independen : X1 : <i>Leverage</i> X2 : Ukuran Perusahaan X3 : <i>Likuiditas</i> X4 : <i>Profitabilitas</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil Menunjukkan tidak ada pengaruh secara signifikan Hasil antara leverage dan ukuran perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ada pengaruh secara signifikan dan positif antara likuiditas secara parsial terhadap Nilai Perusahaan.

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penulis	Variabel dan Hubungan	Hasil
13.	Pengaruh <i>Likuiditas, Leverage, Profitabilitas</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Price Earning Ratio</i> Perusahaan Makanan Dan Minumandi Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Ria Pertiwi, Yuhelmi , Rika Desiyanti.	Independen : X1 : <i>Leverage</i> X2 : <i>Profitabilitas</i> X3 : Ukuran Perusahaan Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa likuiditas, leverage & ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap rasio pendapatan harga saham perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia.
14.	Analisis pengaruh <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial dan arus kas bebas sebagai variabel pemoderasi di BEI 2012-2014 ,Linawaty dan Agustin Ekadjadja. (2015)	Independen : X1 : <i>Leverage</i> X2 : Arus Kas Bebas X3 : Kepemilikan Manajemen Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil Penelitian menunjukkan <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
15.	Pengaruh Ukuran Perusahaan , <i>Leverage</i> , <i>PER</i> , <i>Profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan , Jurnal Ilmu Manajemen Vol 1 no 1 (2013) . Bhekti Fikri Prasetyo Rini.	Independen : X1 : Ukuran Perusahaan X2 : <i>Leverage</i> X3 : <i>PER</i> X4 : <i>Profitabilitas</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Variabel Ukuran Perusahaan , <i>PER</i> , dan <i>Profitabilitas</i> , berpengaruh terhadap nilai perusahaan . Variabel <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
16.	<i>The Effect of GoodCorporate Governance Mechanism, Leverage, and Firm Size on Firm Value. Journal pada Business Review (GBR) Vol.2 No.4, Juli 2013 , Fadjar OP Siahaan.</i>	Independen : X1 : <i>GCG</i> X2 : <i>Leverage</i> X3 : <i>Firm Size</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini adalah <i>Leverage</i> tidak mempengaruhi nilai perusahaan, size mempengaruhi Nilai Perusahaan .

No	Judul Penelitian, Tahun dan Nama Penulis	Variabel dan Hubungan	Hasil
17.	<i>Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value . Journal of Finance and Accounting</i> Vol.4, No.11, 2013. Dwita Ayu Rizqia dan Siti Aisjah Sumiati.	Independen : X1 : <i>Managerial Ownership</i> X2 : <i>Leverage</i> X3 : <i>Profitability</i> X4 : <i>Firm Size</i> X5 : <i>Investment Opportunity</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage keuangan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada Nilai perusahaan.
18.	<i>Empirical Analysis of Determinants on Dividend Payment : Profitability and Liquidity , 2012.</i> Mohamed Norhayati Wee Shu Hui , Normah Hj Omar , Rashidah Abdul Rahman , Norazam Matsuki , Maz Ainy Abdul Aziz and Shazelina Zakaria.	Independen : X1 : <i>Liquiditas</i> X2 : Kinerja Operasional Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Likuiditas memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
19.	<i>Ownership Structure , Liquidity and firm Value, 2010,</i> Jun Uno dan Naoki Kamiyama.	Independen : X1 : Struktur Kepemilikan X2 : <i>Liquiditas</i> Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Likuiditas Memiliki Pengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.
20.	<i>Liquidity Management Operating Performance and Corporate Value: Evidence from Japan and Taiwan ,2002 .</i> Yung-Jang Wang.	Independen : X1 : <i>Liquiditas</i> X2 : Kinerja Operasional Dependen : Y : Nilai Perusahaan	Likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

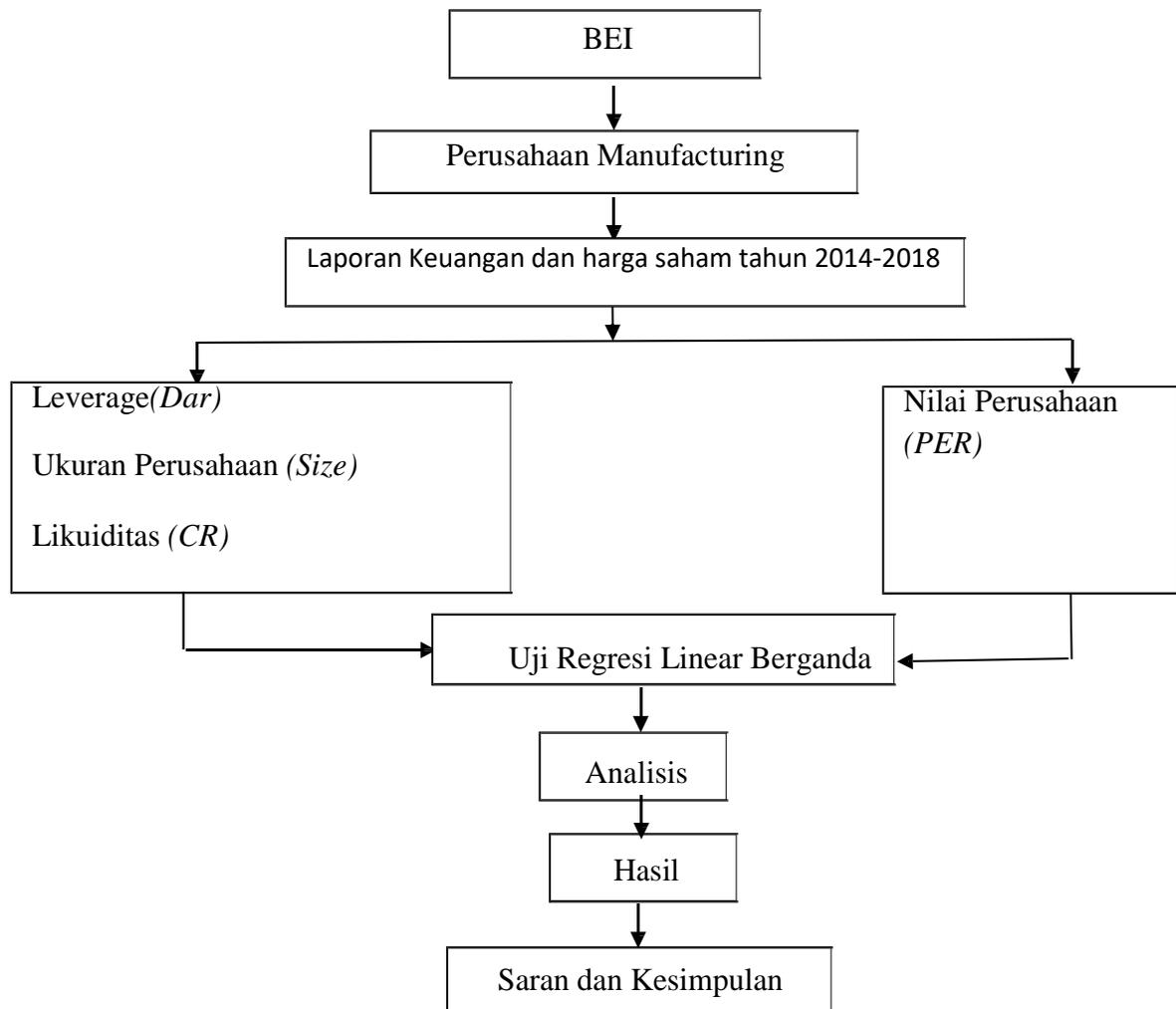
2.7. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dibutuhkan suatu kerangka pemikiran yang dapat memenuhi landasan teoritis yang digunakan dalam penyusunan penelitian. kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

2.7.1. Model Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

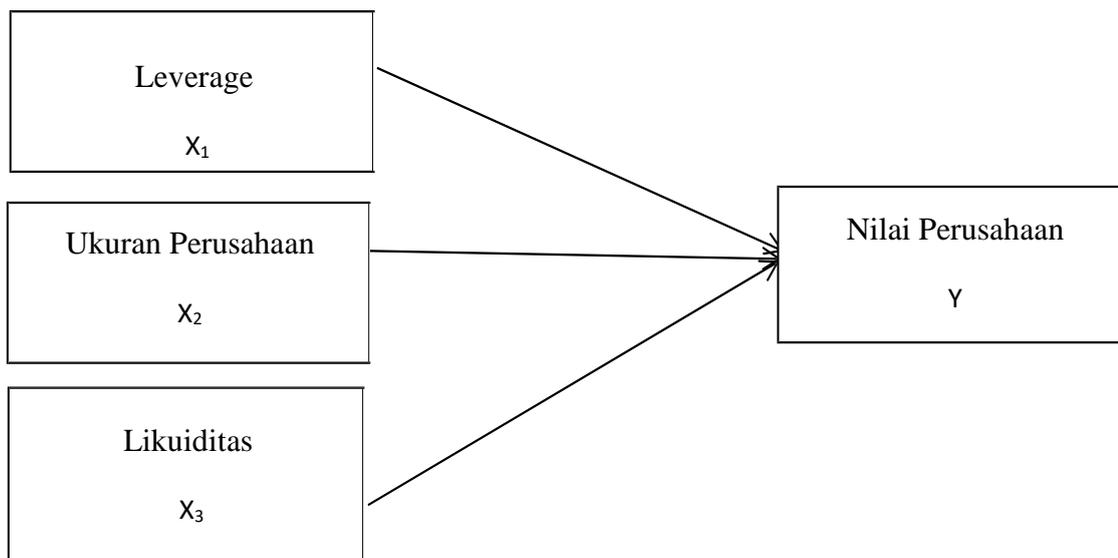
Kerangka Pemikiran



Sumber : dibuat oleh penulis

2.7.2. Model Hubungan Variabel

Gambar 2.2
Model Hubungan Variabel



Sumber : dibuat oleh penulis

Model variabel ini untuk menunjukkan arah penyusunan dari metodologi penelitian dan mempermudah dalam pemahaman dan menganalisis masalah. penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh leverage, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan

2.8. Hipotesis

2.8.1. Pengaruh Leverage (*DAR*) Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil hipotesis penelitian tentang leverage yang dilakukan oleh penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

H₀: Rizqia (2013) variabel leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₁: osazuwa (2016) variabel leverage memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

2.8.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil hipotesis penelitian tentang ukuran perusahaan yang dilakukan oleh penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

H₀: Hidayat (2019) menyatakan ukuran perusahaan tidak terbukti memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan

H₁: Indriyani (2017) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2.8.3. Pengaruh Likuiditas (*CR*) Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil hipotesis penelitian tentang likuiditas yang dilakukan oleh penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

H₀: Tarigan (2018) menyatakan bahwa hasil penelitian mengenai likuiditas memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₁: Asif (2016) *current ratio* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembentukan nilai perusahaan.

