

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Utami & Darmayanti, (2018) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini pada perusahaan manufaktur sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun periode 2013-2016. Pengambilan sampel pada penelitian ini dipilih secara *sampling* jenuh. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Palupi & Hendiarto, (2018) melakukan penelitian untuk mengetahui kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas pada nilai perusahaan. Populasi penelitian pada perusahaan manufaktur sektro property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun periode 2012-2016. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan didapat 10 perusahaan yang sesuai. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan data panel dan *ordinary least squares* (LQS). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara bersama-sama. Secara parsial kebijakan dividen memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Susila & Prena, (2019) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh keputusan pendanaan, kebijakan dividen, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun periode 2016 dan 2017. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *sampling* jenuh dan mendapat 32 data. Metode analisis yang digunakan penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pendanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ramdhonah et al., (2019) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini pada perusahaan sub sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun periode 2011-2017. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta secara simultan ditemukan

bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Juliana, (2017) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini pada perusahaan manufaktur sektor industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun periode 2013-2017. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu purposive sampling dan diperoleh 36 perusahaan dengan periode penelitian selama 5 tahun, sehingga diperoleh 195 data sampel. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan software eviews 9. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan hutang tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sihotang, (2017) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi pada penelitian ini pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun periode 2009-2013. Teknik yang digunakan pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 27 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil uji secara

parsial menunjukkan bahwa kebijakan dividen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan hutang mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen, kebijakan hutang dan profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal

Teori sinyal (*Signaling Theory*) yaitu salah satu teori pilar dalam memahami manajemen keuangan. Secara umum sinyal diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan (manajer) kepada pihak luar investor. Sinyal tersebut dapat berwujud berbagai bentuk secara langsung yang dapat diamati maupun yang harus dilakukan lebih mendalam untuk dapat mengetahuinya. Apaun bentuk atau jenisnya dari sinyal yang dikeluarkan semuanya dimaksud untuk menyiratkan sesuatu dengan harapan pasar atau pihak eksternal akan melakukan perubahan.

Secara umum teori sinyal dapat berkaitan dengan pemahaman tentang bagaimana suatu sinyal dapat sangat bernilai atau bermanfaat sementara sinyal lain tidak berguna. Teori sinyal dapat melihat bagaimana sinyal dapat berkaitan dengan yang dicerminkan didalamnya dan elemen – elemen apa saja dari sinyal atau komunitas sekitarnya yang dapat membuat sinyal tersebut tetap menyakini dan menarik. Teori sinyal dapat menunjukkan perusahaan yang mempunyai kualitas baik dan dapat memberikan sinyal bagi investor, sehingga investor dapat menilai perusahaan tersebut berkualitas baik maupun buruk untuk dimasa yang akan datang.

Teori *signalling* mengatakan bahwa ketika perusahaan mempunyai nilai perusahaan yang baik maka dimungkinkan mempunyai kemampuan yang baik dalam melunasi kewajiban finansialnya yaitu membayar dividen, bunga dan pokok pinjaman serta dapat memelihara kemampuan operasi perusahaan dengan baik maka itu merupakan suatu sinyal bahwa perusahaan mempunyai kinerja perusahaan yang baik dan ini dapat dilihat dari aktiva dan laporan rugi laba yang dimilikinya. Maka dari itu, ketika aktiva dan keuntungan suatu perusahaan naik maka ini menggambarkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kemajuan dan ini merupakan *good news* (Gumanti, 2012).

2.2.2 Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan hubungan antara *agent* dan *principal*. *Agent* yaitu manajemen perusahaan sedangkan *principal* yaitu pemilik (pemegang saham). Teori keagenan memaparkan adanya pemisahan hak milik perusahaan dan pertanggungjawaban atas pembuatan keputusan. Hubungan keagenan selalu menimbulkan adanya permasalahan antara pemilik dan agen karena terjadinya pola piker serta perbedaan kepentingan yang menonjol. Mekanisme yang tepat untuk mengurangi masalah keagenan yaitu dengan adanya kepemilikan manajerial (Jensen, & Meckling, 1976).

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedang para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat – syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Perbedaan tujuan dan preferensi risiko antara agen dan principal tidak memiliki informasi yang

mencukupi mengenai kinerja agen, principal tidak pernah dapat merasa pasti bagaimana usaha agen memberikan kontribusi pada hasil aktual perusahaan. Situasi yang demikian disebut dengan asimetri informasi.

2.2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu kondisi tertentu yang sudah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran untuk menunjukkan bahwa masyarakat sudah percaya bahwa perusahaan tersebut sudah melewati tahapan proses kegiatan yang telah dilakukan sejak perusahaan berdiri dan sampai saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi akan menunjukkan kemakmuran kepada para pemegang saham yang tinggi, karena semakin tinggi peningkatan harga saham maka semakin maksimal pula kemakmuran pemegang saham. Oleh karena itu peningkatan nilai perusahaan sangat penting karena dengan peningkatan nilai tersebut maka dapat memaksimalkan tujuan pertama perusahaan. Perusahaan yang mempunyai nilai tinggi itu merupakan perusahaan yang dicari oleh banyak investor (Mispiyanti, 2020).

Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga pasar saham. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara pihak penawaran dan permintaan. Pada saat ini banyak perusahaan-perusahaan yang telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. Banyaknya perusahaan yang akan membuat para investor di hadapkan dengan banyak pilihan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi (Oktaviarni, 2019).

Nilai perusahaan terbentuk dari adanya indicator nilai pasar saham yang dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peluang investasi keberadaanya bisa memberikan sinyal yang positif tentang perkembangan perusahaan di masa yang

akan datang sehingga nilai perusahaan dapat meningkatkan. Tingginya nilai perusahaan dapat menarik para investor yang akan melakukan investasi terhadap perusahaan tersebut, karena perusahaan yang baik nilainya dipandang sebagai perusahaan yang berkinerja baik dan memiliki prospek yang baik untuk ke depannya (Candra, et al., 2018).

2.2.4 Kebijakan Dividen

Dividen juga bisa dikaitkan sebagai keputusan laba perusahaan akan dibagikan kepada para pemegang saham perusahaan. Kebijakan dividen merupakan keputusan keuangan perusahaan apakah laba yang diperoleh itu akan di bagikan kepada para pemegang saham atau ditahan sebagai laba ditahan untuk digunakan sebagai aktivitas operasional perusahaan. Hal ini disebabkan karena pada pihak perusahaan itu menganggap laba yang diperoleh perusahaan sebaiknya di gunakan untuk aktivitas perusahaan, tetapi pihak dari pemegang saham itu menganggap bahwa laba yang di peroleh perusahaan itu sebaiknya diberikan kepada para pemegang saham perusahaan tersebut. Nantinya laba ditahan akan dijadikan sebuah investasi oleh perusahaan dan dipergunakan untuk membiayai operasi perusahaan dimasa yang akan datang. (Astuti & Yadnya, 2019).

Keputusan pembagian dividen perlu mempertimbangkan kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian laba tidak seluruhnya dibagikan kedalam bentuk divden namun perlu disisihkan untuk diinvestasikan kembali. Kebijakan dividen perusahaan dianggap oleh para pemegang saham seperti sinyal untuk menilai baik atau buruknya suatu perusahaan karena jika perusahaan membagikan laba kepada pemegang saham, hal ini akan berdampak positif terhadap naiknya harga saham perusahaan. Para pemegang saham akan

tertarik jika perusahaan membagikan deviden kepada para pemegang saham, sebab merupakan sebuah keuntungan diperoleh pihak pemegang saham. Kebijakan pemeberian dividen tidak saja memberikan keuntungan yang telah diperoleh peroleh perusahaan kepada para investor, tetapi kebijakan perusahaan membagikan dividen harus mengikuti pertimbangan adanya kesempatan (Zuraida, 2019).

2.2.5 Kebijakan Hutang

Kebijakan hutang diartikan sebagai kebijakan perusahaan yang bersumber dari eksternal perusahaan. Kebijakan ini menggambarkan hutang jangka panjang yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kebijakan hutang kebijakan yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk menandai operasinya dengan menggunakan hutang. Hutang merupakan instrument yang penting bagi suatu perusahaan untuk melengkapi kebutuhan perusahaan. Pemakaian hutang bagi perusahaan itu berpengaruh sensitive pada tinggi rendahnya nilai perusahaan. Dengan adanya hutang, maka semakin tinggi proporsi hutang akan semakin tinggi harga saham pada perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Apabila tingkat hutang melebihi proporsi hutang yang telah ditetpakan oleh suatu perusahaan maka akan menyebabkan nilai perusahaan akan turun. Sebab manfaat yang diperoleh dari penggunaan hutang relative kecil daripada biaya yang ditimbulkannya (Ecodemica et al., 2019).

Menurut Sinaga, (2019), investor tidak hanya memperhatikan dari hutang yang digunakan tetapi lebih memperhatikan bagaimana manajer dalam mengelolah kebijakan hutang yang efektif dan efisien pada perusahaan tersebut sehingga dapat menghasilkan nilai perusahaan yang baik. Kebijakan hutang merupakan keputusan pendanaan yang dilakukan oleh manjer untuk mengopttimalkan dana atau asset

yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Jika perusahaan mempunyai banyak utang kemungkinan besar perusahaan akan menghadapi *default*. *Default* merupakan keadaan perusahaan tidak dapat memenuhi kewajiban untuk pembayaran utang pada waktunya akibat kewajiban yang semakin besar (Fidiana, 2020).

2.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, semakin baik profitabilitas maka akan menunjukkan prospek yang baik untuk perusahaan di masa yang akan datang. Jika prospek perusahaan itu bagus maka dapat memicu investor untuk dapat meningkatkan permintaan saham. Jika profitabilitas itu tinggi maka dapat menyebabkan peningkatan harga saham perusahaan (Palupi & Hendiarto, 2018). Jika harga saham perusahaan itu tinggi maka dapat memberikan dampak terhadap nilai perusahaan yang tinggi. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu cara untuk dapat menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasi. Jika kondisi perusahaan dikategorikan menguntungkan atau menjanjikan keuntungan dimasa yang akan datang maka banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham perusahaan tersebut.

Profitabilitas merupakan salah satu aspek fundamental perusahaan karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi calon investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan dan dapat diartikan sebagai alat ukur sebagai efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada didalam proses operasional perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang terus menerus meningkat akan semakin dapat meningkatkan tingkat minat calon investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut (Ramdhonah et al., 2019)

2.2.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditentukan melalui total asset perusahaan. Ukuran perusahaan ini di anggap mampu mempengaruhi nilai karena semakin besar nilai perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah dalam memperoleh pendanaan yang dapat digunakan untuk memaksimalkan tujuan perusahaan (Ramdhonah et al, 2019).

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat di pergunakan untuk kepentingan atau kegiatan perusahaan tersebut. Perusahaan yang dapat memperoleh asset besar menunjukkan bahwa memiliki prospek yang baik dalam periode yang relative stabil serta mampu mendapatkan keuntungan dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai total aet kecil (Husna & Satria, 2019). Perusahaan pada umumnya memiliki fleksibilitas dan aksebilitas yang tinggi dalam masalah pendanaan melalui pasar modal. Ukuran dan pertumbuhan perusahaan yang besar bisa merefleksikan tingkat profit dimasa yang akan datang. Ukuran perusahaan ini di anggap mampu mempengaruhi nilai karena semakin besar nilai perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah dalam memperoleh pendanaan yang dapat digunakan untuk memaksimalkan tujuan perusahaan.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan dividen merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi dimasa yang akan datang. Kemampuan untuk membayar dividen erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Jika perusahaan memperoleh laba yang besar, maka kemampuan membayar dividen juga ikut besar. Apabila dividen yang dibayar tinggi maka harga saham juga cenderung ikut tinggi. Perusahaan yang mampu membagikan dividen akan mampu memperoleh apresiasi yang baik bagi investor sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (L. J. Sihotang, 2017).

Menurut teori sinyal kebijakan dividen dapat memberikan sinyal untuk pihak luar yaitu para investor. Ketika perusahaan membagikan dividennya hal itu merupakan sinyal positif (*good news*) bagi para investor.

Hasil penelitian dari Sihotang, (2017) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Pangribuan, (2019) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Susila & Prena, (2019) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dari Palupi & Hendiarto, (2018) menunjukkan hasil bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasar beberapa penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut ini.

H1 : Kebijakan Dividen Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan hutang termasuk kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal. Sebagian besar perusahaan menganggap bahwa penggunaan hutang dirasa lebih aman dari pada menerbitkan saham baru (Azhari, 2013). Kebijakan hutang kebijakan yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk menandai operasinya dengan menggunakan hutang. Hutang merupakan instrument yang penting bagi suatu perusahaan untuk melengkapi kebutuhan perusahaan. Pemakaian hutang bagi perusahaan itu berpengaruh sensitive pada tinggi rendahnya nilai perusahaan. Dengan adanya hutang, maka semakin tinggi proporsi hutang akan semakin tinggi harga saham pada perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut.

Menurut teori sinyal utang dapat meningkatkan nilai perusahaan karena komposisi utang menjadi sinyal bagi investor jika perusahaan berani mengambil risiko dengan memperbesar utang hal ini mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai produktivitas yang baik dan perusahaan membutuhkan dana yang lebih dalam melakukan ekspansi usahanya.

Hasil penelitian dari Palupi & Hendiarto, (2018) menunjukkan hasil bahwa kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Azhari, (2013) menunjukkan hasil bahwa kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Sampurna, (2018) menunjukkan hasil bahwa kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Ririn, (2019) menunjukkan hasil bahwa kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasar penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut ini.

H2 : Kebijakan Hutang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba selama periode tertentu, semakin baik profitabilitas maka akan menunjukkan prospek yang baik untuk perusahaan di masa yang akan datang. Tingkat profitabilitas diperlukan untuk memastikan pertumbuhan bisnis jangka panjang dan kemampuan untuk dapat bertahan. Jika laba perusahaan itu meningkat maka tingkat kesejahteraan investor juga baik sehingga dapat meningkatkan harga saham yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut teori keagenan perusahaan yang dapat menghasilkan profit yang tinggi akan dapat mengindikasikan bahwa keiginan agen dan principal sejalan. Dengan meningkatnya laba maka kesejahteraan investor akan terjamin. Jika kesejahteraan investor terjamin akan memicu investor untuk menanamkan modalnya pada agen (perusahaan).

Hasil penelitian dari Susila & Prena, (2019) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Purnama, (2016) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan Astuti & Yadnya, (2019) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dari Elynda, (2020) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasar beberapa penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut ini.

H3 : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditentukan melalui total asset perusahaan. Ukuran perusahaan ini di anggap mampu mempengaruhi nilai karena semakin besar nilai perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah dalam memperoleh pendanaan yang dapat digunakan untuk memaksimalkan tujuan perusahaan. Semakin besar perusahaan dapat menandakan semakin banyak dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mendanai asset untuk operasi. Perusahaan besar juga memiliki hubungan yang lebih luas dengan berbagai pihak dalam aktivitas operasi.

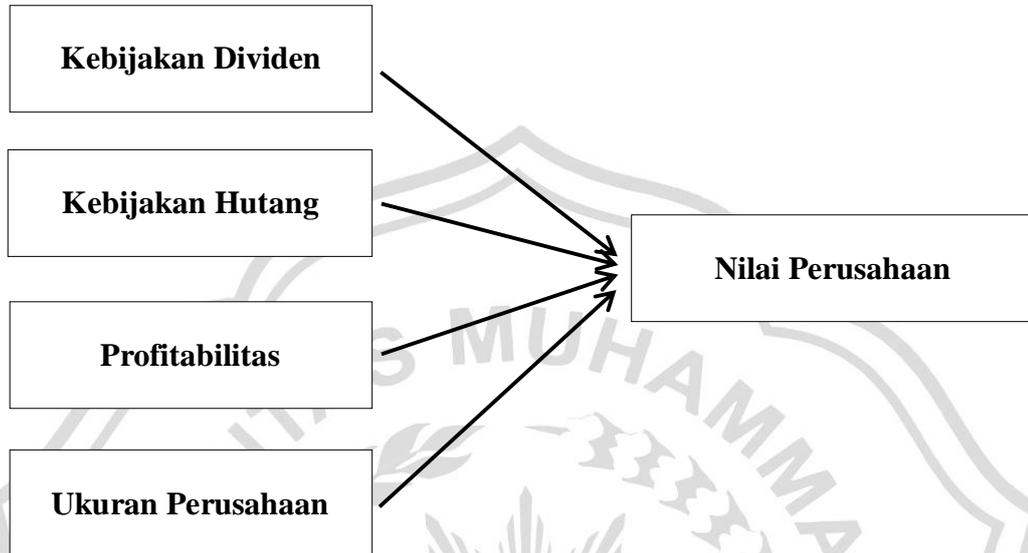
Menurut teori keagenan jika perusahaan dapat meningkatkan laba akan menandakan perusahaan itu mampu untuk mempertanggung jawabkan pengelolaan dana yang ditanami investor secara efektif dan efisien.

Hasil penelitian dari Dewi & Abundanti, (2019) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Rahayu, (2017) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Zuraida, (2019) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Susanti, (2019) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berdasar beberapa penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut ini.

H4 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan diatas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Diketahui bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bukti empiris tentang kebijakan dividen, kebijakan hutang, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kebijakan dividen (X1), kebijakan hutang (X2), profitabilitas (X3) dan Ukuran perusahaan (X4) dan variabel dependennya adalah nilai perusahaan (Y) dan dihitung menggunakan regresi linier berganda.