

1.PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis antar perusahaan saat ini tidak terlepas dari pengaruh berkembangnya ekonomi, sosial politik, serta kemajuan teknologi. Setiap perusahaan harus mempunyai pilihan untuk memamerkan secara andal atau mengembangkan lebih lanjut presentasinya sehingga perusahaan dapat bersaing. Perusahaan membutuhkan lebih banyak uang untuk mengembangkan bisnisnya. Investor memandang bahwa nilai perusahaan merupakan hal yang menggambarkan suatu perusahaan (Hirdinis, 2019). Nilai suatu perusahaan menjadi penting karena merupakan cerminan kinerja perusahaan yang tercermin dalam keberhasilannya di masa depan. Persepsi investor terhadap suatu perusahaan didasarkan pada apakah perusahaan tersebut telah *go public* atau menjual sahamnya kepada masyarakat umum. Pemanfaatan nilai signifikan oleh investor sering kali dikaitkan dengan harga saham. Hal tersebut dapat menunjukkan tentang seberapa baik kinerja perusahaan dimasa mendatang (Ganggi et al., 2023).

Harga saham, yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan, sering kali dikaitkan dengan nilainya. Keputusan seorang investor untuk mulai berinvestasi pada suatu perusahaan termasuk mempertimbangkan nilai bisnisnya. Investor akan lebih cenderung menaruh uangnya pada saham perusahaan jika perusahaan tersebut memiliki nilai yang lebih tinggi. Sehingga membuat nilai saham perusahaan meningkat dan menaikkan nilai perusahaan (Henryanto & Fernandes, 2020). Pendukung keuangan dapat mengambil kesimpulan tentang pengelolaan uang yang efektif dengan membandingkan biaya penawaran dan nilai penawaran. Dengan asumsi harga penawaran memiliki nilai yang lebih kecil daripada nilai penawaran yang dimenangkan pada saat investasi, maka pilihan yang harus diambil oleh investor adalah dengan memasukkan sumber daya ke dalam organisasi. Di sisi lain, jika harga penawaran memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai penawaran yang dimenangkan pada saat investasi, maka pilihan yang harus diambil oleh investor adalah tidak memasukkan sumber daya ke dalam organisasi.

Seperti yang terjadi di harga saham PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) serta induk usahanya PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) turun drastis setelah ICBP mencatat penurunan laba bersih sebesar 40% menjadi Rp 1,93 triliun pada semester 2022. Padahal, perseroan membukukan kenaikan penjualan neto konsolidasi sebesar 16% menjadi 32,59 triliun dibandikan Rp 28,20 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya. Koreksi hingga level Auto Reject Bawah (ARB) alias level koreksi maksimal di bukukan oleh ICBP yang harga sahamnya drop 6,88% ke harga Rp 8.125/unit . Induk usahanya terpantau turun drastis dengan penurunan 3,08% ke harga Rp 6.800/unit. Berbagai komoditas membuat laba usaha perseroan turun 8% menjadi Rp 5,88 triliun. Penurunan laba juga karena adanya kerugian kurs yang belum terelasaki yang timbul dari kegiatas pendanaan diungkap oleh Direktur utama & CEO Indofood Anthoni Salim.(www.cbncindonesia.com)

Berikut ini adalah laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) seperti table dibawah ini:

Tabel 1.1 Data keuangan
PT Indofoot CBP Sukses Makmur Tbk. (ICBP)
Periode tahun 2020-2022

	2020	2021	2022
Pendapatan / Penjualan (netto)	Rp. 46.641.048	Rp. 56.803.733	Rp. 64.797.516
Beban Operasional	Rp. 8.450.082	Rp. 9.137.597	Rp. 8.414.640
Laba Bersih	Rp. 7.418.574	Rp. 7.911.943	Rp. 5.722.194
Harga Saham	9.575	8.700	10.000

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan table diatas terlihat bahwa harga saham PT Indofoot CBP Sukses Makmur Tbk. Menujukan *fluktuatif* dari 2020-2022. Saham pada tahun 2020 sebesar Rp. 9.575 dengan laba sebesar Rp. 7.418.574, mengalami penurunan harga saham tahun 2021 sebesar 8.700 tetapi dengan laba lebih besar dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 7.911.943. Serta pada tahun 2022 laba perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp. 5.722.194 tetapi harga saham mengalami peningkatan sebesar Rp. 10.000. Berdasarkan data diatas juga menunjukkan optimalnya beban operasional untuk memperoleh pendapatan perusahaan tetapi masih belum optimal dibeban perusahaan lainnya. Serta juga terlihat terdapat faktor lain yang mempengaruhi harga saham perusahaan karena laba mengalami kenaikan tetapi harga saham menurun dan disaat harga saham meningkat disaat laba mengalami penurunan.

Penurunan harga saham akan mengakibatkan nilai perusahaan menurun yang mengakibatkan hilangnya ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Begitu pula sebaliknya jika harga saham naik akan menaikkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dari investasi. Dalam analisis ini, tingkat profitabilitas dapat diukur dengan proksi yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih bagi investor. Tingkat nilai *profitabilitas* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, sehingga *profitabilitas* perusahaan akan meningkat. *Profitabilitas* yang tinggi akan menarik perhatian para penyandang dana untuk menyumbangkan modalnya, sehingga perusahaan mempunyai daya tahan yang terlindungi (Henryanto & Fernandes, 2020). *Profitabilitas* sebagai variabel mediasi karena *profitabilitas* mampu mempengaruhi secara tidak langsung terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas* yang didapat oleh perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan akan berdampak positif pada harga saham (Yulimtinan & Atiningsih, 2021).

Leverage termasuk faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam meningkatkan keuntungan, Perusahaan memerlukan *leverage* yang menjadi kebijakan perusahaan tentang sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan hutang. *Leverage* rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva di biaya dari hutang. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan, dari jangka panjang maupun jangka pendek. Apabila perusahaan menggunakan hutang sebagai metode pembayaran pajak penghasilan maka, pelunasan bunga atas pinjaman dapat mengurangi biaya yang semestinya dialokasikan untuk pembayaran pajak, dengan adanya kegiatan ini maka dapat

meningkatkan nilai pendapatan setelah pajak sehingga laba perusahaan meningkat. Sehingga penilaian pasar terhadap perusahaan juga akan meningkat (Henryanto & Fernandes, 2020).

Pada umumnya, perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan lebih mudah dalam mendapatkan sumber dana dari para kreditur. Tingkat perputaran aset dan efisiensi keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan aset yang dimiliki meningkat seiring dengan ukuran perusahaan. Sehingga penjualan yang dilakukan juga semakin tinggi maka pendapatan yang diperoleh meningkat. Hal ini menandakan kinerja perusahaan yang baik, sehingga menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya dan pada akhirnya nilai perusahaan akan meningkat (Henryanto & Fernandes, 2020). Perusahaan yang mempunyai ukuran yang besar akan mudah diterima oleh masyarakat umum, dan dianggap mempunyai dana lebih dibandingkan perusahaan yang mempunyai ukuran yang kecil, hal ini akan membuat masyarakat percaya terhadap produk dan layanan yang diusung oleh perusahaan yang mempunyai ukuran yang besar. Dengan demikian, kesepakatan perusahaan dapat diperluas sehingga produktivitas perusahaan meningkat, dan bantuan pemerintah kepada investor yang menjadi tolak ukur penghargaan perusahaan akan meningkat. (Khotimah et al., 2020).

Struktur modal berhubungan dengan rasio ekuita dan sumber daya utang yang digunakan untuk membiayai perusahaan sangatlah penting karena berkorelasi terhadap kinerja perusahaan. Selain itu struktur modal akan berdampak terhadap keuntungan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memaksimalkan laba dan mempertimbangkan banyaknya pengelolaan keuangan. Sebab, perusahaan membutuhkan struktur pembiayaan yang menjamin (Kanoujiya et al., 2023). Semakin banyak hutang akan meningkatkan jumlah resiko yang akan dialami perusahaan dan banyaknya hutang sebuah perusahaan juga dapat mengakibatkan menurunkan harga perusahaan yang akan berpengaruh juga pada harga saham. Di sisi lain, meningkatnya ekspektasi investor terhadap *return* akan menaikkan harga perusahaan, yang akan berdampak pada nilai perusahaan. Sehingga dapat dimengerti bahwa struktur modal memiliki suatu gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholder's equity*) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan (Ramadhani et al., 2021a).

Penelitian yang dilakukan Yulimtinan & Atiningsih, (2021) Berdasarkan hasil pengujian data menunjukkan bahwa *leverage*, ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas* mampu memediasi *leverage*, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain berbeda dengan penelitian Ganggi, et.al (2023) diperoleh hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal dan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel *profitabilitas* tidak mampu memperkuat pengaruh struktur modal dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang di lakukan (Khotimah et al., 2020). Hasil analisis menunjukan bahwa secara parsial ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan *profitabilitas* memperlemah pengaruh *ukuran perusahaan* terhadap nilai perusahaan serta *profitabilitas* memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Kanoujiya et al., 2023) mengatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta *profitabilitas* tidak mampu memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian sebelumnya terdapat adanya hasil yang tidak menentu, sehingga hal tersebut membuat suatu ketertarikan penulis untuk meneliti lebih jauh mengenai variabel diatas dalam mempengaruhi nilai perusahaan dengan *profitabilitas* sebagai variabel pemoderasi. Objek penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas. Dengan demikian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan?
3. Apakah struktur modal berpengaruh pada nilai perusahaan?
4. Apakah *profitabilitas* memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah *profitabilitas* memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah *profitabilitas* memoderasi struktur modal terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris :

1. Pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan.
2. Pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.
3. Pengaruh struktur modal pada nilai perusahaan.
4. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dan *profitabilitas* sebagai variable moderasi.
5. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap ukuran perusahaan dan *profitabilitas* sebagai variable moderasi.
6. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dan *profitabilitas* sebagai variable moderasi

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik bagi investor maupun secara bagi emiten. Berikut ini adalah manfaat dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis, penelitian ini digunakan sebagai media untuk menyalurkan ilmu yang diperoleh pada saat kuliah serta dunia kerja untuk menambah pengetahuan dan pengalaman terhadap bidang yang terkait.
- b. Dapat memberikan referensi dalam mengadakan penelitian lebih lanjut tentang nilai perusahaan dengan variabel moderasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi manajemen perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
- b. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori ini di kemukakan oleh Jensen & Meckling (1976), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekejakan orang lain (agent) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan. Pada dasarnya *agency theory* merupakan hubungan agen (manajemen) dan pricipal (pemegang saham). Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham (Mulyani et al., 2018). Manajer di berikan kuasa oleh pemegang saham yaitu membuat keputusan. Agen sebagai pembuat keputusan mempunyai kontrak untuk melaksanakan tanggung jawab tertentu memberikan laporannya kepada pihak

prinsipal, sedangkan sebagai penilai informasi mempunyai kontrak untuk memberikan upah kepada agen. Hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal dengan teori agen (Rolanta et al., 2020).

Masalah dasar dalam *agency theory* yaitu adanya konflik kepentingan atau konflik agensi. Teori Agensi menganalisis dan mencari solusi atas dua permasalahan yang muncul dalam hubungan antara “principal” (pemilik/pemegang saham) dan “agent” (manajemen puncak), yakni: 1) *Agency problem* muncul ketika (a) timbul konflik antara harapan atau tujuan pemilik/pemegang saham dan para direksi (top management), dan (b) para pemilik mengalami kesulitan untuk memverifikasi apa yang sesungguhnya sedang dikerjakan manajemen. 2) *Risk sharing problem* yang muncul ketika pemilik dan direksi memiliki sikap yang berbeda terhadap risiko (Sari & Sayadi, 2020).

2.1.2 Nilai perusahaan

Perusahaan adalah sebuah organisasi yang mengkombinasikan atau mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa untuk dijual. Tujuan perusahaan menurut *theory of the firm* adalah memaksimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*) artinya memaksimalkan nilai suatu perusahaan menjadi sangat penting bagi perusahaan, karena dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang tercerminkan dari harga saham perusahaan (Khotimah et al., 2020). Nilai perusahaan merupakan salah satu acuan investor dalam berinvestasi nilai perusahaan melalui rasio *price to book value* (PBV) yang diukur dengan harga saham merupakan instrument mengukur kinerja perusahaan. Semakin tinggi nilai suatu perusahaan, semakin baik kinerja perusahaan, begitu juga sebaliknya. Meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham adalah tujuan yang harus dicapai perusahaan karena jika harga saham meningkat, maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan (Henryanto & Fernandes, 2020).

Nilai perusahaan mempengaruhi tanggapan para investor dalam mengambil keputusan sehingga tingkat keberhasilan perusahaan yang berkaitan dengan harga saham sangat penting bagi perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka nilai perusahaan tersebut juga akan semakin tinggi dan menambah kepercayaan investor pada perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya. Semakin baik citra perusahaan maka akan semakin membawa dampak yang baik bagi perusahaan (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Meningkatkan nilai perusahaan untuk memaksimalkan harga saham. Tujuan utama dalam manajemen perusahaan adalah pemegang saham dalam memaksimalkan kekayaan dengan memaksimalkan harga saham perusahaan.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasional yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar return yang dihasilkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik (Fajartania & Utiyati, 2018). *Profitabilitas* merupakan rasio atau perbandingan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola modal sendiri dan asetnya untuk menghasilkan laba yang maksimal (Octaviany et al., 2019). Profitabilitas dapat menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan laba (Atiningsih & Wahyuni, 2020). *Profitabilitas* adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun modal sendiri yang dinyatakan dengan presentase (Khotimah et al., 2020).

Profitabilitas dapat mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatnya kinerja perusahaan akan meningkatkan tingkat pengembalian yang akan didapatkan oleh investor. Laba sangatlah penting, tanpa laba sebuah perusahaan tidak dapat menarik perhatian

para calon investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Maka perusahaan harus memberikan perhatian lebih dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. *Profitabilitas* dapat berguna untuk memberikan informasi kepada investor mengenai pendapatan yang diperoleh perusahaan (Henryanto & Fernandes, 2020). Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan. *Profitabilitas* merupakan gambaran dan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan.

2.1.4 Leverage

Leverage adalah penggunaan hutang perusahaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan untuk membayar beban-beban dari kegiatan operasionalnya. Tingkat *leverage* yang tinggi menandakan bahwa aset suatu perusahaan banyak dibiayai oleh hutang (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). *leverage* adalah rasio pengukuran keuangan mengenai kemampuan perusahaan untuk membiayai kewajiban jangka panjang seperti beban bunga atas hutang, beban pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban lainnya (Atiningsih et al., 2020). Menurut (Brigham et al., 2018) menyatakan bahwa rasio utang memberikan gambaran terkait cara perusahaan mendanai asetnya serta kemampuan perusahaan untuk membayar kembali utang jangka panjang. *Leverage* merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Kebijakan utang dapat dihubungkan dengan nilai perusahaan, yang menjelaskan seberapa besar sebuah perusahaan menggunakan dan mengelola pendanaan utang yang berpengaruh terhadap kualitas kinerja keuangan dan nilai perusahaan yang dipandang oleh investor (Rahayu & Sari, 2021). Perusahaan yang menggunakan utang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Dengan adanya utang, semakin tinggi proporsi utang maka semakin tinggi harga saham perusahaan tersebut dengan tingginya harga saham, akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala untuk mengukur besar kecilnya perusahaan antara lain total aktiva, nilai pasar saham, jumlah karyawan dan lain-lain (Atiningsih et al., 2020). Ukuran perusahaan adalah suatu indikator yang menunjukkan karakteristik atau kondisi perusahaan dimana ada parameter atau pengukur yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Ukuran perusahaan menurut (Hirdinis, 2019) ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, jumlah karyawan, jumlah penjualan, dan sebagainya yang menunjukkan seberapa besar perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar dapat menyebabkan pasar untuk membayar lebih karena mereka percaya akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar cenderung memiliki arus kas yang sudah aman dan dianggap memiliki prospek yang baik untuk jangka waktu yang lama. Perusahaan lebih dipercaya untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar dan mampu menghasilkan laba lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan total aktiva yang kecil (Hirdinis, 2019).

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat diketahui dari besarnya nilai ekuitas, nilai aktiva atau nilai penjualan. Ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan pada total aset perusahaan, dan ukuran perusahaan dapat menjadi penentu tingkat kemudahan untuk memperoleh dana yang berasal dari pasar modal dalam suatu perusahaan. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Perusahaan besar dapat lebih mudah untuk mendapatkan modal eksternal dalam dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar modal eksternal yang diperoleh dari investor, maka akan memberi kemudahan perusahaan untuk melaksanakan peluang investasi (Fajartania & Utiyati, 2018).

2.1.6 Struktur Modal

Struktur modal adalah seperangkat data yang dapat digunakan dan diterapkan oleh perusahaan, dengan dana yang berasal dari hutang jangka panjang dan ekuitas. "*Debt equity ratio* menunjukkan huang perusahaan dengan modalnya dalam mendanai perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, dan peringkat kredit menunjukkan jumlah pinjaman yang dapat menentukan ekuitas perusahaan (Putri et al., 2019). Struktur modal terkait dengan penggunaan dana baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Struktur modal menjadi sangat penting karena berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan. Perusahaan mampu membuat keputusan strategis terkait struktur modal yang optimal sehingga dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham karena struktur modal yang baik adalah kondisi yang mencapai keseimbangan risiko dan *return* sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan (Aslindar & Lestari, 2020).

Stuktur modal menjadi bidang keputusan keuangan yang kompleks, karena untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan pemilik, manajer keuangan harus dapa menilai strutur modal perusahaan secara tepat dan memahami hubungannya dengan resiko pengembalian dan nilai. Stuktur modal menjadi bidang keputusan keuangan yang kompleks, karena untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kekayaan pemilik, manajer keuangan harus dapat menilai struktur modal perusahaan secara tepat dan mamahami hubungannya dengan resiko, pengembalian dan nilai (Fajartania & Utiyati, 2018).

2.2 Penelitian Terdahulu

Brigham et al., (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan *profitabilitas* tidak mampu memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Ganggi et al., (2023) diperoleh hasil penelitian struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *likuiditas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *profitabilitas* tidak mampu memperkuat pengaruh struktur modal dan *likuiditas* terhadap nilai perusahaan.

Yulimtinan & Atiningsih, (2021) menyatakan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *profitabilitas* mampu memediasi *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Khotimah et al., (2020) diperoleh hasil pengamatan ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *profitabilitas* memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan *profitabilitas* memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Fernandes & Wijaya, (2020) diperoleh hasil ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *profitabilitas* tidak memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan *profitabilitas* memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan

2.3 Hubungan Logis Antar Variabel dan Perusahaan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai kewajiban atas beban yang mereka miliki, yaitu beban Bunga dan beban pokok pinjaman pengguna hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba karena *external financing* (penggunaan hutang) memiliki resiko yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang. *Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola hutangnya

sehingga dapat memperoleh keuntungan serta dapat memperoleh keuntungan serta dapat melunasi kembali hutang tersebut. Saat perusahaan dapat mengoptimalkan hutangnya hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sumber dana dari hutang dapat digunakan untuk operasional kegiatan perusahaan agar memperoleh keuntungan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Lamba & Atahau, 2022). Selain itu *leverage* dapat meningkatkan *profitabilitas* ketika hutang tersebut digunakan untuk pembiayaan aset. Saat aset perusahaan semakin bertambah maka perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih besar dari hasil penjualan aset. Selain itu ketika *profitabilitas* meningkat akan memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi (Lamba & Atahau, 2022).

Teori agensi menyatakan bahwa manajemen mungkin cenderung menggunakan hutang (*leverage*) untuk meningkatkan nilai perusahaan, peningkatan penggunaan utang mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. perusahaan yang cenderung menaikan utang, harga sahamnya naik begitu juga sebaliknya. Harga saham mencerminkan penilaian yang diberikan investor kepada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Novianto dan Dwimulyani (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka saat *leverage* meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dewi & Abundanti, (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan satu variabel yang berperan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan total asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan yang digunakan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan yang ingin dicapai. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan (Fajartania & Utiyati, 2018). Investor sangat memperhatikan besar dan kecilnya ukuran perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan besar dapat memberikan *return* yang lebih mejamin dari pada perusahaan kecil. Semakin tinggi asset yang dimiliki akan mendukung kegiatan operasional perusahaan dan diharapkan dapat meningkatkan tingkat laba yang dihasilkan perusahaan yang diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Keterkaitan teori agensi dengan ukuran perusahaan adalah ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasukin pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya.

Penelitian yang dilakukan Dewi & Abundanti, (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian ini dikuatkan dengan penelitian Novari dan Lestari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan

2.3.3 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal adalah bauran atau perpaduan dari utang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan

harga saham. Jika harga saham tinggi maka akan membuat nilai perusahaan juga tinggi, nilai perusahaan tercermin dari rasio *Price to Book Value (PBV)* yang diperoleh dengan membandingkan harga pasar per lembar saham dengan nilai bukunya (Fajartania & Utiyati, 2018). Meningkatnya struktur modal dapat menjadi sinyal positif bagi para investor. Jika DER tinggi maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan utang lebih banyak sebagai sinyal yang lebih kredibel atau dapat dipercaya karena, perusahaan yang meningkatkan utang bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan dimasa mendatang. Sehingga investor juga diharapkan dapat menangkap sinyal tersebut dengan pemahaman bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik (Ganggi et al., 2023).

Dalam konteks teori agensi, Struktur modal merupakan alat yang penting dalam mengelola konflik keagensi dan mempengaruhi nilai perusahaan. Penggunaan utang yang tepat dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mendisiplinkan manajemen, mengurangi biaya pemantauan, dan meningkatkan tingkat pengembalian. Namun, penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko kepailitan dan mengurangi nilai perusahaan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fajartania & Utiyati, (2018) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh meningkatkan nilai perusahaan. Serta sejalan dengan penelitian yang dilakukan Limbong dan Chabachib (2016) yang juga menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.4 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Profitabilitas*

Suatu perusahaan menggunakan sumber dana hutang lebih besar dari modal sendiri dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar bagi para investor dibanding dengan perusahaan yang menggunakan sumber dana hutang lebih kecil (Lamba & Atahau, 2022). *Profitabilitas* akan memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena meningkatnya keuntungan atau laba dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar sehingga kebutuhan pendanaan dalam operasional perusahaan menjadi tidak terganggu, jadi jika perusahaan ingin memenuhi dana untuk operasional perusahaan yang tidak mampu didanai perusahaan sendiri. Maka perusahaan perlu meningkatkan keuntungan atau laba perusahaannya, karena profitabilitas merupakan pertimbangan beberapa jumlah pinjaman yang akan dilakukan. Peningkatan keuntungan perusahaan dengan kemampuan membayar hutang yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hubungan antara teori agensi, leverage, profitabilitas, dan nilai perusahaan sangat kompleks. Perusahaan harus menyeimbangkan antara manfaat dari leverage (peningkatan profitabilitas) dengan risiko yang terkait (kegagalan membayar utang). konflik kepentingan antara pemegang saham dan manajemen dapat mempengaruhi keputusan terkait leverage dan profitabilitas.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah, *et.al* (2020) menyatakan bahwa *profitabilitas* memperkuat hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian Dewi & Abundanti, (2019) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* secara signifikan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄: *Profitabilitas* memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

2.3.5 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Profitabilitas*

Ukuran perusahaan menjadi salah satu pertimbangan bagi pemegang saham dan calon investor untuk mengambil keputusan investasi. Semakin besar sebuah perusahaan semakin besar total aset yang dimiliki. Disamping itu perusahaan dengan skala besar mengindikasikan

bahwa perusahaan tersebut relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan skala kecil (Fajartania & Utiyati, 2018). Kestabilan menghasilkan laba tidak membuat meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya tindakan manajemen laba yang membuat laba terlihat lebih besar, menjadi alasan bagi investor untuk tidak hanya melihat rasio *profitabilitas* sebagai dasar keputusan membeli suatu saham. Selain itu, perusahaan besar belum tentu besar pula tingkat pengembalian investasi yang diberikan karena perusahaan harus menjaga *cash flow* perusahaan sehingga bisa berakibat menurunnya nilai perusahaan.

Teori agensi memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami bagaimana ukuran perusahaan, profitabilitas, dan struktur kepemilikan saling terkait dan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan harus merancang struktur organisasi dan sistem pengendalian internal yang efektif untuk mengatasi konflik kepentingan dan memaksimalkan nilai bagi pemegang saham.

Diperkuat dengan penelitian (Octaviany et al., 2019) yang membuktikan bahwa profitabilitas mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₅: Profitabilitas memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

2.3.6 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas

Struktur modal merupakan proposional antara modal sendiri dengan utang jangka panjang dalam pembiayaan atau pendanaan permanen. Struktur modal mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam hal ini penambahan utang tetap diperbolehkan sepanjang keuntungannya tidak melebihi manfaat namun, jika pemanfaatan utang lebih tinggi, penambahan utang tidak diperbolehkan lagi. Perusahaan yang menggunakan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan adanya manfaat pengurangan pajak (Ganggi et al., 2023). Teori keagenan memberikan kerangka berharga untuk memahami hubungan antara struktur modal dan profitabilitas. Dengan mempertimbangkan dampak pendanaan utang terhadap perilaku manajerial dan biaya keagenan, perusahaan dapat membuat keputusan yang tepat mengenai struktur modalnya untuk memaksimalkan profitabilitas dan nilai pemegang saham.

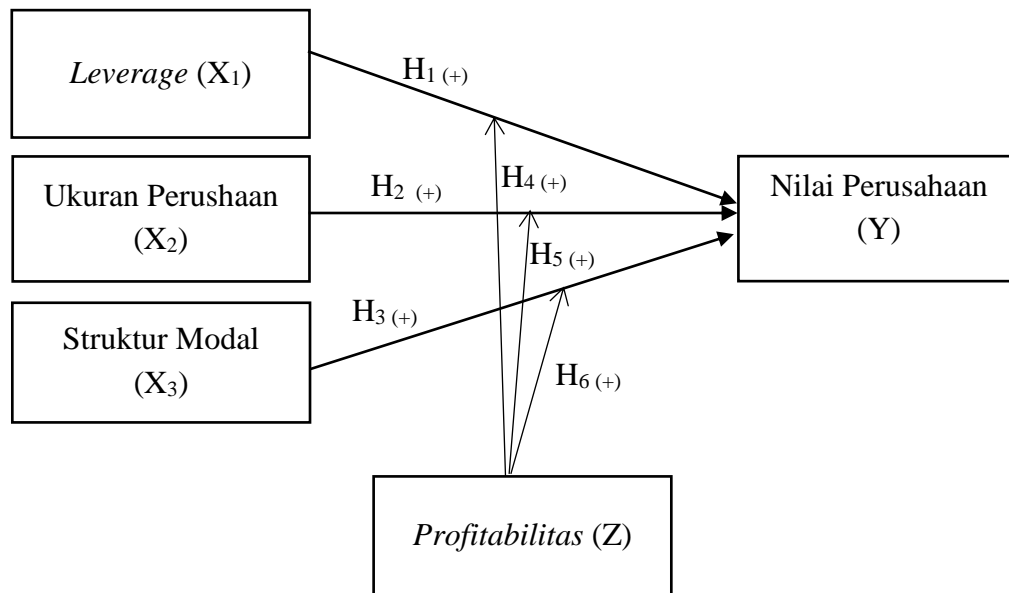
Profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki profit tinggi akan memperkuat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan peningkatan *profitabilitas* ini maka harga saham perusahaan meningkatkan sehingga menambah nilai perusahaan.

Sejalan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yando, 2018 dan Permadani et al., 2021) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian Ramadhani, et.al (2021) profitabilitas mampu memperkuat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis keenam dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₆: Profitabilitas memperkuat struktur modal terhadap nilai perusahaan

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka diatas tentang pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan *profitabilitas* variabel pemoderasi, maka penelitian ini menggunakan model penelitian berikut ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah pendekatan asosiatif. Dengan menggunakan data sekunder yang bersifat empiris, dimana data-data yang diperoleh dari dokumen dengan cara menelusuri pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu analisis data terhadap data-data yang mengandung angka *numeric* tertentu. (Sugiyono, 2022)

3.1 Populasi, Tempat dan Waktu penelitian

Populasi adalah lingkup generalisasi yang melibatkan objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang di diretapkan oleh penelitian untuk dianalisis dan di tarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2022)

Populasi penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022 dengan mengumpulkan data laporan keuangan yang tersedia di situs resmi www.idx.co.id

3.2 Sample dan teknik sampling

Sample merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono, 2022). Teknik sampling yang di gunakan adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2022). Adapun kriteria yang di tentukan peneliti yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
2. Tersedia laporan keuangan selama kurun waktu penelitian periode 2020-2022
3. Perusahaan manufaktur yang menghasilkan laba selama periode 2020-2022
4. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah selama periode 2020-2022

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variable

Variable penelitian adalah objek penelitian, merujuk pada atribut ,sifat, atau nilai yang dimiliki oleh individu , objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang di tentukan peneliti untuk di pelajari dan setelah itu di tarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2022). Variable yang di gunakan pada penelitian ini adalah variable independen (bebas), variable dependen (terikat), dan variable moderating.

3.3.1 Variable dependen

Variable dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y). Nilai perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, salah satunya alat ukur yang dapat digunakan yaitu dengan menghitung price to book value. Price to book value (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara saham dengan nilai buku per lembar saham. (Dermawan & Viriany, 2019)

$$PVB = \frac{\text{Market price per share}}{\text{book value per share}}$$

3.3.2 Variable independen

Variable independen (bebas) adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab adanya perubahan atau timbulnya variable terikat (Sugiyono, 2022) . Variable independen yang digunakan penelitian ini adalah *leverage*, ukuran perusahaan, dan struktur modal.

1. Leverage

Leverage dalam penelitian ini di proksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) . Debt Equity Ratio adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan poerusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban – kewajiban tetap lainnya. Rumus DER adalah sebagai berikut (Henryanto & Fernandes, 2020) :

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari besarnya nilai dari total aset. Skala pengukuran pengukuran variable ukuran perusahaan adalah *Logaritma Natural* dari total aset perusahaan. (Aldi et al., 2020)

$$size = Ln(\text{Total Aset})$$

3. Struktur modal

Debt to Aset Rasio (DAR) adalah rasio yang di gunakan untuk menunjukkan seberapa besar perusahaan memakai utang dalam pembiayaan jumlah aktiva untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak . Rasio DAR dapat di rumuskan sebagai berikut . (Fajartania & Utiyati, 2018)

$$DAR = \frac{\text{Total utang}}{\text{total Aset}}$$

3.3.3 Variable moderating

Variable moderator atau di sebut juga variable moderasi adalah variable yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variable independen dengan dependen (Sugiyono, 2022) . Dalam penelitian ini variable moderasi adalah *Profitabilitas*. *Profitabilitas* adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun modal sendiri yang dinyatakan dengan presentase (Khotimah et al., 2020). Rumus yang digunakan adalah

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2021), Analisis statistik deskriptif digunakan sebagai gambaran menganalisis data yang mencakup nilai minimum, nilai maximum, rata-rata (mean), dan deviasi standar dari variable yang akan di uji dalam penelitian ini :

3.4.2 Uji Asumsi klasik

Uji Asumsi klasik digunakan untuk memastikan persamaan model riset regresi untuk mengidentifikasi nilai data,kualitas data yang dianalisa tidak bersifat bias melainkan harus konsisten. Pengujian Asumsi klasik diantaranya :

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut (Ghozali, 2021) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini Uji Normalitas menggunakan Uji statistik *kolmogorov-Smirnov Test* . dengan kriteria sebagai berikut :

1. Data dinyatakan berdistribusi normal, jika nilai signifikansi > 0,05 atau 5%.
2. Data dinyatakan tidak berdistribusi normal, jika nilai signifikansi < 0,05 atau 5%

3.4.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut (Ghozali, 2021) berfungsi untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variable independen dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya antar variable tidak terjadi korelasi. Dalam penelitian ini *Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF)*.

1. Jika *Tolerance value* < 0,10 atau *VIF* > 10 maka terjadi multikolinieritas.
2. Dan jika *Tolerance value* > 0,10 atau *VIF* < 10 maka tidak menunjukan multikolinieritas.

3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji adanya perbedaan varian nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Menurut (Ghozali, 2021) model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas jika grafik scatter plot tidak membentuk pola-pola tertentu pada sumbu Y baik diatas atau dibawahnya angka 0. Selain itu, uji heteroskedastisitas menggunakan uji gleser yang artinya mengusulkan meregresi nilai absolute residual terhadap variable independen.

1. Dapat diindikasi bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, jika signifikansi >0,05 atau 5%
2. Dapat diindikasi bahwa terjadi heteroskedastisitas, jika signifikansi <0,05 atau 5%

3.4.3 Uji Hipotesis

3.4.3.1 Analisis Regresi dengan Variable Moderator (Moderating Regression Analysis)

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *Moderate Regression Analysis* (MRA), yaitu suatu aplikasi khusus dari regresi berganda linier, dimana persamaan regresinya melibatkan unsur interaksi, yaitu perkalian dua atau lebih variable independen. Menurut (Ghozali, 2021), *Moderate Regression Analysis* (MRA) menggunakan pendekatan analitis untuk menjaga integritas sample dan memberikan dasar dalam mengukur pengaruh variable moderasi. Persamaan MRA adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_1 Z + \beta_5 X_2 Z + \beta_6 X_3 Z + e$$

Keterangan :

-Y=Nilai Perusahaan

- α =konstanta

- β = koefisien regresi

- X_1 = Leverage

- X_2 = Ukuran Perusahaan

- X_3 = Struktur Modal

-Z= Profitabilitas

-e= error

3.4.3.2 Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang di notasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1, yang kecil berarti kemampuan variable-variable independen dalam menjelaskan variable dependen yang sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variable-variable independen memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variable dependen (Ghozali, 2021).

3.4.3.3 Uji Statistik F

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variable independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variable dependen. Apabila F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti seluruh variable independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Atau dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Variable independen secara bersama-sama mempengaruhi variable dependen, jika nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk tingkat signifikansi= 5%) (Ghozali, 2021).

3.4.3.4 Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen (Ghozali, 2021). Variable independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen, jika t hitung > t table atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan (sig < 0,05). Sedangkan variable independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable dependen, jika t hitung < t table atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan (sig > 0,05).