

1. PENDAHULUAN

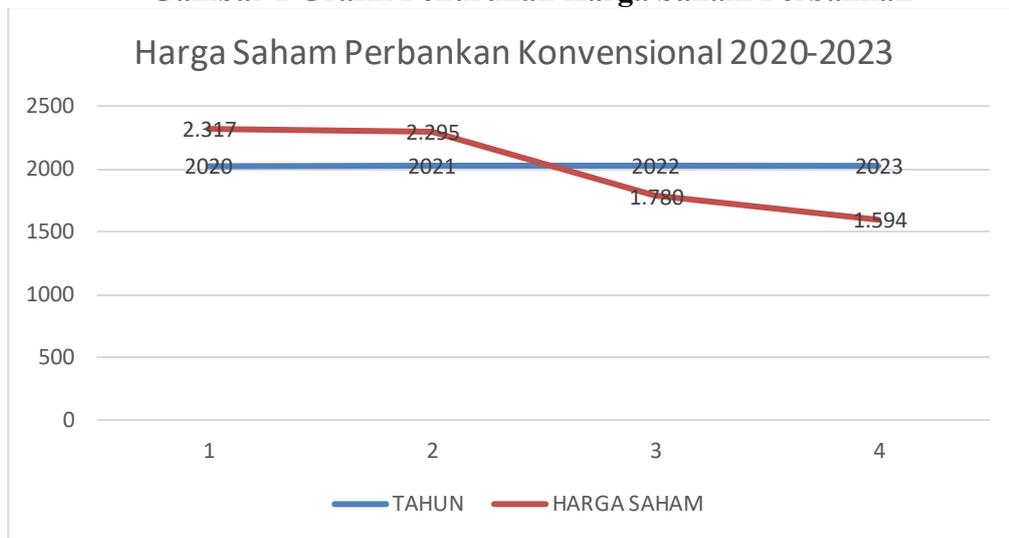
Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimilikinya, serta kenaikan nilai perusahaan dapat diukur dari kestabilan dan peningkatan harga sahamnya dalam jangka panjang. Menurut Aprilia & Hapsari, (2021) nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor mengenai keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya selama tahun berjalan, yang tercermin dalam harga sahamnya. Nilai perusahaan dapat memberikan manfaat kepada para pemegang saham, apabila harga sahamnya naik atau meningkat. Kinerja perusahaan yang baik meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, sehingga menambah kepercayaan mereka untuk berinvestasi di perusahaan tersebut Syahrani et al., (2023). Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah harga sahamnya. Jika harga saham perusahaan tinggi, maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Harga saham yang tinggi mencerminkan kekuatan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar, baik terhadap kinerja perusahaan saat ini maupun prospek pertumbuhannya di masa depan (Tandrio & Handoyo, 2023).

Nilai perusahaan menjadi aspek penting untuk keberlangsungan perusahaan di masa depan. Menurut Haryanto & Susanto, (2023) meningkatkan nilai ini dapat dicapai melalui berbagai aspek, tidak hanya faktor internal, tetapi juga dipengaruhi oleh penilaian dari pihak eksternal perusahaan. Mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan merupakan kunci bagi keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang. Sebuah perusahaan dianggap memiliki nilai yang baik jika kinerjanya baik, yang tercermin dari nilai sahamnya. Nilai perusahaan diukur dengan Price Book Value (PBV) merupakan nilai perusahaan yang tercermin harga pasar saham berbanding dengan nilai bukunya, semakin tinggi harga pasar dibandingkan dengan nilai bukunya maka akan semakin tinggi nilai perusahaan (Thamrin & Jasriana, 2022).

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun, (1998) bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Peran penting perbankan dalam memacu pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat diwujudkan dengan mengoptimalkan fungsi intermediasinya, yaitu dengan meningkatkan jumlah pinjaman yang disalurkan dalam bentuk kredit kepada industri kecil, menengah, dan besar Apriantini et al., (2022). Berdasarkan hal tersebut membuat perbankan menjadi salah satu sektor yang memiliki prospek cukup cerah di masa mendatang, karena masyarakat tidak lepas dari jasa perbankan. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan.

Fenomena naik turunnya harga saham di perusahaan perbankan sangatlah menarik untuk dibahas. Perubahan harga saham dapat memberikan indikasi kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan dan prospek masa depan bank tersebut. Mengutip dari *CNBC Indonesia* mengenai berita "*Aksi Profit Taking, Saham Bank RI Turun*". Aksi profit taking atau ambil untung adalah menjual sekuritas untuk mengunci keuntungan setelah harganya naik signifikan. Tindakan dimana investor menjual asset atau saham yang dimiliki setelah harganya naik untuk mengamankan keuntungan. Fenomena ini adalah bagian dari dinamika pasar yang normal, meskipun dapat menyebabkan volatilitas jangka pendek.

Gambar 1 Grafik Penurunan Harga Saham Perbankan



Sumber : Bursa Efek Indonesia (2024)

Dari data diatas, saham perbankan terpantau mengalami penurunan. Harga saham perusahaan perbankan secara rata-rata mengalami penurunan dari tahun 2020 hingga 2023. Tahun 2020-2021, harga saham perbankan rata-rata turun 0,94% dari Rp. 2.317 menjadi Rp. 2.295. Tahun 2022, harga saham perbankan rata-rata turun 22,43% menjadi Rp. 1.780. Tahun 2023, harga saham perbankan rata-rata turun 10,45% menjadi Rp. 1.594. Penurunan harga saham perusahaan perbankan dari tahun 2020 hingga 2023 adalah hasil dari kombinasi berbagai faktor ekonomi, kebijakan, teknologi, dan kinerja keuangan. Pemahaman yang mendalam tentang masing-masing faktor ini dapat membantu mengidentifikasi tantangan yang dihadapi industri perbankan dan potensi langkah-langkah untuk mengatasi dampaknya di masa depan.

Hubungan antara penurunan harga saham dengan nilai perusahaan dapat dilihat melalui berbagai faktor yang memengaruhi kinerja sektor perbankan. Penurunan harga saham dapat berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Menurut Yosepha Tarigan et al., (2022) ketika harga saham turun, hal ini sering mencerminkan penurunan kepercayaan investor terhadap prospek kinerja masa depan perusahaan. Penurunan harga saham dapat menurunkan nilai perusahaan secara keseluruhan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pembiayaan dan investasi. Berdasarkan fenomena tersebut memungkinkan terdapat beberapa faktor yang mampu membawa dampak terhadap nilai perusahaan, faktor tersebut seperti likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *leverage*.

Ketentuan terhadap likuiditas, menurut Siswanto, (2011) rasio likuiditas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek yang akan jatuh tempo dalam waktu kurang dari satu tahun. Tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan prospek dan nilai perusahaan yang baik, pada gilirannya akan menghasilkan respon positif dari investor dan peningkatan nilai perusahaan Rossa et al., (2023). Hasil penelitian Rossa et al., (2023) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian (Amrulloh & Amalia, 2020) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Menurut Siswanto, (2011) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan prospek dan nilai perusahaan yang baik, yang pada akhirnya akan menghasilkan respon positif dari investor dan peningkatan nilai perusahaan Rossa et al., (2023). Apabila nilai profitabilitas meningkat, berarti perusahaan mampu menggunakan asetnya secara produktif sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar Tandrio & Handoyo, (2023). Hasil penelitian Rossa et al., (2023), Amrulloh & Amalia, (2020), Syahrani et al., (2023), Tandrio & Handoyo, (2023), dan Thamrin & Jasriana, (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian (Khairunnisa & Lubis, 2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Menurut Syahrani et al., (2023) pertumbuhan yang cepat dapat meningkatkan pangsa pasar, dan perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan, baik dari internal maupun eksternal. Hasil penelitian Syahrani et al., (2023) dan Haerudin & Maharani, (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian (Rossa et al., 2023) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan perkembangan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut Rossa et al., (2023). Perusahaan dengan skala ukuran yang besar mencerminkan kesejahteraan pemegang saham yang terjamin dan peningkatan nilai perusahaan seiring dengan kenaikan harga sahamnya. Hasil penelitian Rossa et al., (2023), dan Syahrani et al., (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Khairunnisa & Lubis, (2023) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian (Amrulloh & Amalia, 2020), (Thamrin & Jasriana, 2022), dan (Apriantini et al., 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal merupakan rasio antara hutang jangka panjang dan ekuitas perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan tahunan. Menurut Rossa et al., (2023) struktur modal berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan. Dengan meningkatnya struktur modal, risiko yang terjadi di perusahaan akan meningkat pula, karena sumber modal perusahaan didominasi hutang daripada modal sendiri. Risiko tinggi dapat menurunkan minat bagi investor. Hasil penelitian Amrulloh & Amalia, (2020) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Rossa et al., (2023) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian (Haerudin & Maharani, 2019) menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian Rossa et al., (2023) mampu memperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,570 dan mampu memberikan informasi sebesar 57%. Lalu disarankan agar

menambah variabel penelitian yaitu variabel *leverage*. Karena bertujuan untuk meningkatkan nilai Adjusted R Square, sehingga mampu memberikan informasi yang lebih tinggi terhadap nilai perusahaan. *Leverage* merupakan ukuran yang mengindikasikan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang serta kemampuan perusahaan dari hasil operasi untuk melunasi beban bunga dan pokok pinjaman tersebut Tandrio & Handoyo, (2023). Perusahaan yang dapat bertumbuh dengan pesat dapat mendapatkan citra yang positif pada investor untuk menginvestasikan ke perusahaan tersebut sehingga prospek perusahaan dapat dikenal dengan baik. Dengan kata lain *leverage* memiliki dampak baik dan buruk bagi perusahaan, dapat menyebabkan perusahaan menjadi berkembang lebih baik (kinerja baik), juga dapat mengakibatkan kemunduran bagi perusahaan (kinerja buruk) bahkan dapat berakibat pada kondisi bangkrut Apriantini et al., (2022). Hasil penelitian Tandrio & Handoyo, (2023) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Arum et al., (2023) bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian (Syahrani et al., 2023), (Haryanto & Susanto, 2023), dan (Apriantini et al., 2022) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, penting untuk melakukan penelitian tentang pengaruh likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Penelitian ini memberikan manfaat mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan perbankan, dengan memahami likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *leverage*, penelitian ini memperluas wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan keilmuan di bidang keuangan dan manajemen. Hasilnya akan menjadi landasan kuat untuk penelitian lebih lanjut tentang nilai perusahaan di sektor perbankan.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Sinyal (Signalling Theory)

Signalling Theory (Teori Sinyal) pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence pada tahun 1973. Spence, (1973) mengatakan dengan memberikan suatu sinyal, pihak pemilik informasi berusaha memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima informasi. Selanjutnya, pihak penerima akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Teori persignalan atau signalling theory menurut Suwardjono, (2013) adalah bahwa manajemen sering berupaya untuk mengungkapkan atau memberikan informasi yang dianggap bersifat pribadi atau rahasia. Informasi ini sangat dihargai oleh pemegang saham dan investor, terutama jika informasi tersebut adalah berita baik (good news). Manajemen tertarik untuk memberikan informasi yang dapat meningkatkan kesuksesan dan kredibilitas perusahaan, meskipun tidak diwajibkan.

Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan harus menyampaikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, yang dapat memberikan wawasan

kepada investor tentang pandangan manajemen terhadap prospek masa depan perusahaan Tandrio & Handoyo, (2023). Dalam operasinya, perusahaan akan menghadapi fluktuasi laba. Manajemen perusahaan diharapkan memberikan informasi jujur tentang kondisi yang dialami, baik saat laba meningkat maupun menurun. Informasi positif dapat menarik minat investor dan meningkatkan harga saham, yang pada gilirannya dapat menaikkan nilai perusahaan. Sebaliknya, informasi negatif dapat mengurangi minat investor, yang dapat berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Rossa et al., 2023)

2.1.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimilikinya, serta kenaikan nilai perusahaan dapat diukur dari kestabilan dan peningkatan harga sahamnya dalam jangka panjang. Menurut Aprilia & Hapsari, (2021) nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor mengenai keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya selama tahun berjalan, yang tercermin dalam harga sahamnya. Nilai perusahaan dapat memberikan manfaat kepada para pemegang saham, apabila harga sahamnya naik atau meningkat. Kinerja perusahaan yang baik meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, sehingga menambah kepercayaan mereka untuk berinvestasi di perusahaan tersebut Syahrani et al., (2023). Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah harga sahamnya. Jika harga saham perusahaan tinggi, maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Harga saham yang tinggi mencerminkan kekuatan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar, baik terhadap kinerja perusahaan saat ini maupun prospek pertumbuhannya di masa depan (Tandrio & Handoyo, 2023).

Menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan adalah kunci untuk keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai perusahaan yang baik jika kinerja dari perusahaan tersebut baik dapat tercermin dari nilai sahamnya. Nilai perusahaan diukur dengan Price Book Value (PBV) merupakan nilai perusahaan yang tercermin harga pasar saham berbanding dengan nilai bukunya, semakin tinggi harga pasar dibandingkan dengan nilai bukunya maka akan semakin tinggi nilai perusahaan Thamrin & Jasriana, (2022). Rasio PBV ditunjukkan dari seberapa banyak investor perlu membayar untuk setiap aset yang dimiliki perusahaan. Terlebih, perbankan mempunyai aset yang sangat signifikan seperti kredit, surat berharga, deposito, dan lain-lainnya.

2.1.3 Likuiditas

Rasio likuiditas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek yang akan jatuh tempo dalam waktu kurang dari satu tahun Siswanto, (2011). Tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan prospek dan nilai perusahaan yang baik, pada gilirannya akan menghasilkan respon positif dari investor dan peningkatan nilai perusahaan Rossa et al., (2023). Sedangkan menurut Kasmir, (2016) rasio likuiditas merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur jumlah kas atau investasi yang dapat dikonversi menjadi kas untuk membayar pengeluaran, tagihan, dan seluruh kewajiban lainnya yang telah jatuh tempo.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan Siswanto, (2011). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek dan

nilai perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat Rossa et al., (2023). Apabila nilai profitabilitas meningkat, berarti perusahaan mampu menggunakan asetnya secara produktif sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar Tandrio & Handoyo, (2023). Menurut Henry, (2017), rasio profitabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas bisnis normalnya. Profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat yang luas, tidak hanya bagi pemilik atau pengurus perusahaan, tetapi juga bagi pihak eksternal yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan perusahaan.

2.1.5 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan yang cepat dapat meningkatkan pangsa pasar, dan perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan, baik dari internal maupun eksternal Syahrani et al., (2023). Pertumbuhan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pertumbuhan (growth) merupakan perubahan total aset, baik peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu tahun Rossa et al., (2023). Semakin besar aset yang dimiliki, semakin besar pula hasil operasional yang diharapkan. Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh semua pihak, baik internal maupun eksternal, karena mengindikasikan perkembangan usaha yang positif dan mampu menarik minat investor untuk menambah modal. Tingginya minat investor dalam menanamkan modal akan meningkatkan harga saham perusahaan, yang pada akhirnya berpengaruh pada nilai perusahaan di mata investor. Oleh karena itu, semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan perkembangan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut Rossa et al., (2023). Perusahaan dengan skala ukuran yang besar mencerminkan kesejahteraan pemegang saham yang terjamin dan peningkatan nilai perusahaan seiring dengan kenaikan harga sahamnya. Sedangkan menurut Amrulloh & Amalia, (2020) ukuran perusahaan merupakan komponen yang sering dikaitkan dengan laporan keuangan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber dana internal maupun eksternal. Kemudahan akses ini memungkinkan perusahaan yang lebih besar memiliki fleksibilitas lebih tinggi dan kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu singkat.

2.1.7 Struktur Modal

Struktur modal merupakan rasio antara hutang jangka panjang dan ekuitas perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan tahunan. Struktur modal berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan Rossa et al., (2023). Dengan meningkatnya struktur modal, risiko yang terjadi di perusahaan akan meningkat pula, karena sumber modal perusahaan didominasi hutang daripada modal sendiri. Risiko tinggi dapat menurunkan minat bagi investor. Sedangkan menurut Dewi & Astika, (2019) menyatakan bahwa struktur modal merujuk pada pendanaan perusahaan yang bersumber dari internal maupun eksternal untuk membiayai kegiatan operasional. Sumber dana internal mencakup laba ditahan

dan depresiasi, sementara sumber dana eksternal mencakup hutang jangka panjang dan ekuitas.

2.1.8 Leverage

Leverage merupakan ukuran yang mengindikasikan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang serta kemampuan perusahaan dari hasil operasi untuk melunasi beban bunga dan pokok pinjaman tersebut Tandrio & Handoyo, (2023). Perusahaan yang dapat bertumbuh dengan pesat dapat mendapatkan citra yang positif pada investor untuk menginvestasikan ke perusahaan tersebut sehingga prospek perusahaan dapat dikenal dengan baik. Dengan kata lain *leverage* memiliki dampak baik dan buruk bagi perusahaan, dapat menyebabkan perusahaan menjadi berkembang lebih baik (kinerja baik), juga dapat mengakibatkan kemunduran bagi perusahaan (kinerja buruk) bahkan dapat berakibat pada kondisi bangkrut Apriantini et al., (2022). *Leverage* salah satu faktor yang mempengaruhi fluktuasi nilai perusahaan. *Leverage* merupakan rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan didanai oleh kreditur, serta membandingkan total hutang dengan keseluruhan aset perusahaan. Jika investor melihat perusahaan dengan aset tinggi namun risiko *leverage* juga tinggi, mereka akan cenderung berpikir dua kali sebelum berinvestasi di perusahaan tersebut (Syahrani et al., 2023).

2.1.9 Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Rossa (2023) menggunakan variabel likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian terdiri dari perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, metode dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Amrulloh dan Amalia (2020) menggunakan variabel profitabilitas, struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian terdiri dari perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Analisa data menggunakan metode regresi linier berganda dengan software Microsoft Excel dan SPSS sebagai software pembantunya. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, penelitian Tandrio dan Handoyo (2023) menggunakan variabel *leverage*, profitabilitas, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian terdiri dari perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* (DER) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), profitabilitas (ROE) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), dan kebijakan dividen (DPR) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Syahrani (2023) menggunakan variabel *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, risk profile dan profitabilitas

terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian terdiri dari perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2021. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage* dan risk profile berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Terakhir, penelitian Thamrin dan Jasriana (2022) menggunakan variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan penerapan manajemen risiko enterprise terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian terdiri dari perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2018. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, dengan teknik analisis data pada penelitian ini adalah mengolah data dengan menggunakan SPSS. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan manajemen risiko enterprise berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan profitabilitas, ukuran perusahaan, manajemen risiko enterprise, dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek yang akan jatuh tempo dalam waktu kurang dari satu tahun Siswanto, (2011). Tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan prospek dan nilai perusahaan yang baik, pada gilirannya akan menghasilkan respon positif dari investor dan peningkatan nilai perusahaan Rossa et al., (2023). Likuiditas pada penelitian ini diukur dengan Current Ratio (CR). Hubungan antara Teori sinyal dengan CR yaitu apabila nilai dari CR meningkat, berarti bahwa perusahaan mampu mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen untuk menarik minat para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan Li Cholisna, (2019). Semakin tinggi tingkat CR maka semakin baik reputasi perusahaan dan akan membuat harga saham meningkat. Hasil penelitian Rossa et al., (2023) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan Siswanto, (2011). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek dan nilai perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat Rossa et al., (2023). Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mengirimkan informasi tersebut kepada pihak eksternal. Apabila nilai profitabilitas meningkat, berarti perusahaan mampu menggunakan asetnya secara produktif sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar Tandrio & Handoyo, (2023). Hasil penelitian Rossa et al., (2023), Amrulloh & Amalia, (2020), Syahrani et al., (2023), penelitian Tandrio

& Handoyo, (2023), dan Thamrin & Jasriana, (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan yang cepat dapat meningkatkan pangsa pasar, dan perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan, baik dari internal maupun eksternal Syahrani et al., (2023). Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada investor untuk mengurangi asimetri informasi. Pertumbuhan perusahaan yang baik dapat meningkatkan tingkat pengembalian, sehingga menjadi sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal. Hasil penelitian Syahrani et al., (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan perkembangan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut Rossa et al., (2023). Perusahaan dengan skala ukuran yang besar mencerminkan kesejahteraan pemegang saham yang terjamin dan peningkatan nilai perusahaan seiring dengan kenaikan harga sahamnya. Teori sinyal menjelaskan perusahaan yang ukurannya besar lebih banyak mengirimkan sinyal positif ke pasar dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang lebih baik dari perusahaan lainnya Li Cholisna, (2019). Hal tersebut memberikan daya tarik kepada investor untuk percaya dan mau menanamkan modalnya dengan membeli saham yang menyebabkan harga saham bergerak naik. Hasil penelitian Rossa et al., (2023), dan Syahrani et al., (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H4: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.5 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal merupakan rasio antara hutang jangka panjang dan ekuitas perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan tahunan. Struktur modal berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan Rossa et al., (2023). Teori sinyal ini memberikan informasi mengenai kondisi suatu perusahaan melalui laporan keuangan. Hubungan teori sinyal dengan penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal sering dianggap sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya perusahaan. Dengan meningkatnya struktur modal, risiko yang terjadi di perusahaan akan meningkat pula, karena sumber modal perusahaan didominasi hutang daripada modal sendiri. Risiko tinggi dapat menurunkan minat bagi investor. Hasil penelitian Rossa et al., (2023) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

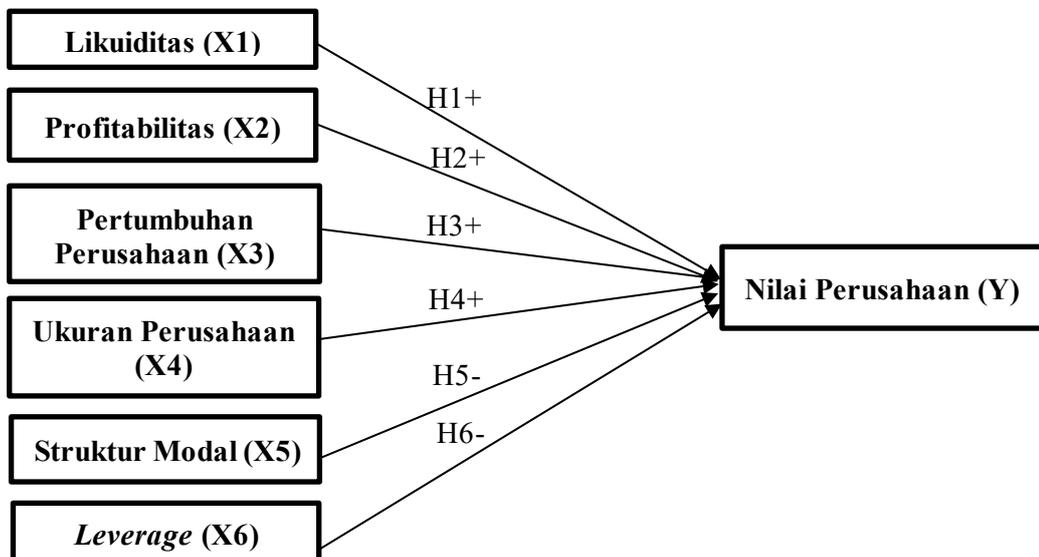
H5: Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.6 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan ukuran yang mengindikasikan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang serta kemampuan perusahaan dari hasil operasi untuk melunasi beban bunga dan pokok pinjaman tersebut Tandrio & Handoyo, (2023). Berdasarkan Signalling Theory, angka DAR dapat memberikan sinyal yang berupa kabar buruk karena investor beranggapan bahwa perusahaan tersebut memiliki banyak risiko sehingga investor akan bereaksi dengan menghindari membeli saham perusahaan dengan DAR yang tinggi Li Cholisna, (2019). DAR yang tinggi memberikan sinyal bahwa perusahaan sedang berada dalam kesulitan keuangan yang mengakibatkan penurunan minat investor untuk membeli saham. Semakin tinggi *leverage* semakin besar risiko keuangan yang harus dihadapi perusahaan. Jika perusahaan memiliki banyak utang, biaya bunga yang harus dibayar juga meningkat, yang dapat mengurangi laba bersih, sehingga dapat menurunkan nilai saham di pasar. Hasil penelitian Tandrio & Handoyo, (2023) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H6: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan

2.3 Model Penelitian



Gambar 2 Model Penelitian

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2023 dengan jumlah 43 perusahaan perbankan. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu. Penentuan sampel pada

penelitian ini terdiri dari perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023
2. Perusahaan perbankan konvensional yang menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan yang diaudit pada tahun 2020-2023
3. Perusahaan perbankan konvensional yang memiliki data lengkap yang berhubungan dengan variabel independent dan dependent dalam penelitian tahun 2020-2023
4. Perusahaan perbankan konvensional yang tidak mengalami delisting selama periode 2020-2023

3.2 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian sekunder, yang berarti menggunakan data yang telah disediakan oleh sumber yang ada. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2018) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang berdasarkan filsafat positivisme yang memiliki tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian kuantitatif biasanya memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, serta hasil yang didominasi angka. Sumber data diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2020-2023, yang dapat diakses melalui website www.idx.co.id atau Bursa Efek Indonesia, dan situs resmi masing-masing perusahaan.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)

Menurut Sugiyono, (2018), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam suatu penelitian. Variabel dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan pada akhir tahun berjalan dalam mengelola sumber daya yang tercermin dari harga saham perusahaan tersebut Aprilia & Hapsari, (2021). Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki perusahaan, selain itu nilai perusahaan yang meningkat juga dapat dinilai dari harga sahamnya yang stabil dan juga mengalami kenaikan dalam jangka panjang. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang kuat dan meningkatkan kepercayaan pasar, baik terhadap kinerja perusahaan saat ini maupun prospek pertumbuhannya di masa depan Tandrio & Handoyo, (2023). Dalam penelitian ini nilai perusahaan ditentukan dengan PBV (Price to Book Value), yaitu membandingkan nilai pasar saham terhadap nilai buku. PBV dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

3.3.2 Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono, (2018), variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan *leverage*.

3.3.2.1 Likuiditas (X1)

Rasio likuiditas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek yang akan jatuh

tempo dalam waktu kurang dari satu tahun Siswanto, (2011). Tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan prospek dan nilai perusahaan yang baik, pada gilirannya akan menghasilkan respon positif dari investor dan peningkatan nilai perusahaan Rossa et al., (2023). Dalam penelitian ini likuiditas ditentukan dengan CR (Current Ratio), yaitu mengukur kemampuan perusahaan memenuhi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya. CR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

3.3.2.2 Profitabilitas (X2)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan Siswanto, (2011). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek dan nilai perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat Rossa et al., (2023). Apabila nilai profitabilitas meningkat, berarti perusahaan mampu menggunakan asetnya secara produktif sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar Tandrio & Handoyo, (2023). Dalam penelitian ini profitabilitas ditentukan dengan ROA (Return On Asset), yaitu membandingkan laba bersih sesudah pajak dengan total aktiva. ROA (Return On Asset) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

3.3.2.3 Pertumbuhan Perusahaan (X3)

Pertumbuhan yang cepat dapat meningkatkan pangsa pasar, dan perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan, baik dari internal maupun eksternal Syahrani et al., (2023). Pertumbuhan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dalam penelitian ini profitabilitas ditentukan dengan ROA (Return On Asset), yaitu membandingkan laba bersih sesudah pajak dengan total aktiva. ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan TA} = \frac{\text{Aktiva } t - \text{Aktiva } t-1}{\text{Aktiva } t-1}$$

3.3.2.4 Ukuran Perusahaan (X4)

Ukuran perusahaan merupakan indikator besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut Rossa et al., (2023). Perusahaan yang memiliki skala ukuran yang besar mencerminkan kesejahteraan pemegang saham yang sudah pasti terjamin dan nilai perusahaan akan meningkat dengan seiringnya harga saham juga ikut naik. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan, Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Firm Size} = \text{Total Assets}$$

3.3.2.5 Struktur Modal (X5)

Struktur modal merupakan rasio antara hutang jangka panjang dan ekuitas perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan tahunan. Struktur modal berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan Rossa et al., (2023). Dengan meningkatnya struktur modal, risiko yang terjadi di perusahaan akan meningkat pula, karena sumber modal perusahaan didominasi hutang daripada modal sendiri. Risiko tinggi dapat menurunkan minat bagi investor. Proporsi hutang atas modal dapat diukur dengan menggunakan salah satu jenis rasio

leverage yaitu DER (Debt to Equity Ratio), dimana DER adalah perbandingan antara total hutang dan total modal.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.3.2.6 *Leverage* (X6)

Leverage merupakan ukuran yang mengindikasikan seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang serta kemampuan perusahaan dari hasil operasi untuk melunasi beban bunga dan pokok pinjaman tersebut Tandrio & Handoyo, (2023). Perusahaan yang dapat bertumbuh dengan pesat dapat mendapatkan citra yang positif pada investor untuk menginvestasikan ke perusahaan tersebut sehingga prospek perusahaan dapat dikenal dengan baik . Dengan kata lain *leverage* memiliki dampak baik dan buruk bagi perusahaan, dapat menyebabkan perusahaan menjadi berkembang lebih baik (kinerja baik), juga dapat mengakibatkan kemunduran bagi perusahaan (kinerja buruk) bahkan dapat berakibat pada kondisi bangkrut Apriantini et al., (2022). Proporsi hutang atas aset dapat diukur dengan menggunakan salah satu jenis rasio *leverage* yaitu DAR (Debt to Asset Ratio), dimana DAR adalah perbandingan antara total hutang dan total aset.

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

3.4 Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini, data yang sudah dikumpulkan akan diolah dan diuji menggunakan program *SPSS* versi 27. Penggunaan analisis statistik deskriptif tujuannya untuk memperoleh gambaran karakteristik dan distribusi data melalui beberapa variabel yang diamati, semisal likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur modal, *leverage*, dan nilai perusahaan. Selain itu, analisis regresi linear berganda akan dilaksanakan untuk mengevaluasi keterkaitan antar variabel independen dengan variabel dependen dan juga menguji signifikansinya.

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali, (2018) statistik deskriptif merupakan gambaran sebuah data yang didasarkan pada nilai rata-rata, standar deviasi, serta nilai maksimum dan minimum. Tujuan dari statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang jelas dan mudah dipahami mengenai variabel yang akan diteliti, sehingga informasi yang disajikan menjadi lebih transparan.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

3.4.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, (2018), uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah setiap variabel memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas pada model regresi dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikan yang dihasilkan oleh uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0.05.

3.4.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal.

3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi homokedastisitas. Syarat dari uji heteroskedastisitas ini apabila $Sig > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.2.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali, (2018), uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang ideal adalah yang bebas dari autokorelasi. Salah satu metode untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Run Test* yang termasuk dalam pengujian nonparametric. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah residual memiliki korelasi yang signifikan. Nilai signifikan melebihi $0,05$, maka data dinyatakan bebas dari autokorelasi.

3.4.3 Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, karena dalam penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel independent yang akan diuji untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi dari Variabel Independent

X_1 = Likuiditas

X_2 = Profitabilitas

X_3 = Pertumbuhan Perusahaan

X_4 = Ukuran Perusahaan

X_5 = Struktur Modal

X_6 = *Leverage*

e = Error

3.4.4 Uji Simultan (uji F)

Menurut Ghozali, (2018) Uji statistik F digunakan untuk menentukan apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat. Uji statistik F juga dapat disebut (*goodnes of fit*). Tingkat kepercayaan dari data yang digunakan pada taraf signifikansi alfa sebesar 5%.

3.4.5 Uji Hipotesis (uji t)

Menurut Ghozali, (2018) Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh dan signifikansi variabel independen secara individual dalam menggambarkan variabel dependen. Pengujian dilakukan pada uji t dengan tingkat signifikansi yaitu 5% atau tingkat kepercayaan 95% (100% - 5%).

Maka kriteria uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikansi $> 5\%$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika tingkat signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

3.4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, (2018) koefisien determinasi (R^2) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memberikan sedikit informasi dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen, sehingga kemampuan mereka dalam memprediksi variasi tersebut menjadi sangat terbatas. Jika nilai R^2 mendekati satu, itu menunjukkan bahwa variabel independen hampir memberikan seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen.