

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN

Kadek Ayu Yogamurti Setiadewi¹
Ida Bgs. Anom Purbawangsa²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
Email : ayu_yogamurti17@yahoo.co.id / telp: +62 81 91 61 14 938

ABSTRAK

Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga hal tersebut menjadi pertimbangan penting dalam menjaga kelangsungan perusahaan. Lokasi penelitian dilakukan pada perusahaan *food and beverages* di BEI sebanyak 10 sampel perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi nonpartisipan melalui laporan keuangan. Hasil analisis dengan teknik analisis jalur membuktikan profitabilitas yang berperan sebagai variabel intervening utama tidak mampu memediasi ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh namun tidak signifikan secara statistik terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap *leverage*. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini berpengaruh tidak signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan

ABSTRACT

Improving corporate profits and maximize the value of the company is interrelated objectives to improve the welfare of shareholders, so it is an important consideration in maintaining the continuity of the company. Location of the research done on food and beverage companies in the Stock Exchange of 10 sample companies. The data collection was done by using nonparticipant observation through financial statements. The results of analysis with proven track profitability analysis technique which acts as the main intervening variable is not able to mediate firm size and leverage on firm value. The results showed that the size of the company and the leverage effect, but not statistically significant on profitability, whereas no significant effect of firm size on leverage. Company size in this study was not statistically significant effect on firm value, while leverage and profitability have a significant positive effect on firm value.

Keywords: firm size, leverage, profitability and corporate value

PENDAHULUAN

Mempertahankan kontinuitas perusahaan merupakan elemen penting yang harus dijaga oleh perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan pemegang

saham yang digambarkan dengan nilai perusahaan. Harga saham merupakan salah satu penilaian dari nilai perusahaan. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan pun juga ikut bertambah, sehingga berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya *return* bagi pemegang saham. Keadaan inilah yang akan mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh profitabilitas (Hermuningsih, 2013). Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Ayuningtias (2013) dan Kusuma, dkk. (2012) membuktikan nilai perusahaan dipengaruhi secara positif signifikan oleh profitabilitas. Pengaruh tersebut disebabkan terjadinya sentimen positif para investor, sehingga mengakibatkan harga saham bertambah dan membuat nilai perusahaan meningkat. Berbanding terbalik dengan Herawati (2012) yang membuktikan profitabilitas secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang mampu meningkatkan laba perusahaannya, maka akan mempunyai peluang untuk melakukan ekspansi. Ekspansi merupakan suatu tindakan aktif untuk memperluas dan memperbesar perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang lebih besar mempunyai pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan dan nilai perusahaan (Hansen dan Juniarti, 2014). Sependapat dengan pernyataan tersebut, Niresh dan Velnampy (2014) mampu

membuktikan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Perusahaan yang berukuran lebih besar akan relatif stabil dan mampu menghasilkan profit. Sunarto dan Budi (2014) menunjukkan secara signifikan terdapat pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, artinya peningkatan ukuran perusahaan akan mempermudah perusahaan memperoleh pendanaan, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan Wiyono (2012) yang membuktikan nilai perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh ukuran perusahaan.

Perusahaan dapat mengembangkan usahanya dengan memenuhi kebutuhan modalnya demi meningkatkan laba dan nilai perusahaannya. Kebutuhan modal tersebut dapat dipenuhi melalui berbagai sumber pendanaan dari pihak dalam perusahaan maupun dari pihak luar perusahaan. Sumber dana pihak dalam perusahaan dapat diperoleh melalui modal sendiri dan laba ditahan, sedangkan sumber dana dari luarnya diperoleh dari pemilik yang termasuk komponen modal sendiri maupun dari pihak kreditur yang merupakan pinjaman atau hutang (Wiliandri, 2011). Perusahaan dengan ukuran (*size*) yang lebih besar diperkirakan mempunyai kesempatan untuk menarik hutang dalam jumlah yang besar dibandingkan dengan perusahaan yang kecil karena nilai aktiva yang dijadikan jaminan lebih besar dan tingkat kepercayaan bank juga lebih tinggi, hal tersebut dibuktikan melalui penelitian Surya dan Rahayuningsih (2012) yang membuktikan *firm size* berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan hutang.

Struktur utang atau *leverage* merupakan gambaran dari jumlah besar atau kecilnya pemakaian utang oleh suatu perusahaan yang digunakan untuk membiayai aktivitas operasionalnya. Penggunaan hutang yang besar akan meningkatkan beban bunga yang ditanggung perusahaan, sehingga dapat menurunkan profitabilitas perusahaan, hal tersebut ditunjukkan oleh penelitian Nurhasanah (2012) dalam penelitiannya mengenai hubungan *leverage* dengan profitabilitas menghasilkan pengaruh yang negatif signifikan. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting karena tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya perlindungan pajak. Kouki dan Said (2011) mampu membuktikan hutang berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Prastika (2012) membuktikan *leverage* tidak signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan tujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas, serta mengetahui signifikansi pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga terdapat enam hipotesis penelitian yang dijabarkan sebagai berikut :

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas.

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *leverage*.

H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₅ : *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₆ : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain, Lokasi, dan Obyek Penelitian

Penelitian termasuk dalam pendekatan kuantitatif yang bersifat asosiatif, dimana menggambarkan hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009:36). Perusahaan *food and beverages* merupakan lokasi penelitian ini dengan menggunakan profitabilitas dan nilai perusahaan sebagai obyek penelitian.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang kedudukannya sebagai variabel eksogen adalah ukuran perusahaan dengan menggunakan proksi *SIZE*, yaitu dengan rumus sebagai berikut :

$$SIZE = Ln (Total Aset)$$

Variabel penelitian yang kedudukannya sebagai variabel moderator utama adalah profitabilitas dengan proksi *Return On Asset (ROA)*, yaitu dengan rumus :

$$Return\ on\ Asset\ (ROA) = \frac{Laba\ bersih\ setelah\ pajak\ (EAT)}{Total\ Aktiva} \times 100\%$$

Variabel moderator kedua adalah *leverage* yang diproksikan dengan DER (*Debt to Equity Ratio*), yaitu dengan rumus :

$$DER = \frac{Total\ Utang}{total\ modal\ sendiri} \times 100\%$$

Variabel penelitian yang kedudukannya sebagai variabel endogen adalah nilai perusahaan dengan proksi *Price to Book Value (PBV)*, yaitu dengan rumus :

$$PBV = \frac{Harga\ Saham\ per\ Lembar}{Nilai\ Buku\ per\ Lembar\ Saham} \times 100\%$$

Populasi, Sampel, dan Metode Penentuan Sampel

Populasi yang dimiliki perusahaan *food and beverages* berjumlah 16 perusahaan dengan teknik *purposive sampling* sehingga terpilih 10 perusahaan yang dijadikan sampel. Sumber data diperoleh melalui sumber sekunder melalui ICMD dan situs resmi BEI.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis jalur diterapkan dalam penelitian ini, karena memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung, pengaruh tidak langsung oleh mediator, dan pengaruh total atau pengaruh secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Uji Simultan

Hasil pengujian simultan yang pertama membuktikan secara serempak ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan uji simultan yang kedua membuktikan bahwa adanya pengaruh signifikan secara serempak antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Uji Parsial

Tabel 1.
Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung Model Pertama

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.063	.148		.426	.672
	X ₁	.001	.005	.040	.273	.786
	X ₂	-.016	.018	-.125	-.860	.394
R Square		= 0,016		F Hitung		= 0,394
Adj R Square		= -0,025		Sig.		= 0,677

Sumber : Data diolah, 2014

Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas

Pengujian pada hipotesis alternatif pertama, tidak mampu membuktikan ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas (sehingga H₁ ditolak), melainkan penelitian membuktikan ukuran perusahaan nonsignifikan berpengaruh terhadap profitabilitas. Pengaruh yang tidak signifikan tersebut menunjukkan ukuran perusahaan bukan salah satu variabel utama yang dapat memberikan pengaruh pada profitabilitas secara signifikan, mengingat masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhinya.

Leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas

Pengujian yang dilakukan pada hipotesis alternatif kedua, tidak mampu membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas (sehingga H₂ ditolak), melainkan *leverage* nonsignifikan berpengaruh terhadap profitabilitas. Pengaruh yang tidak signifikan tersebut

menunjukkan *leverage* bukan merupakan salah satu variabel utama yang mampu memberikan pengaruh pada profitabilitas secara signifikan, selain itu data juga menunjukkan bahwa rata-rata kenaikan profitabilitas, diikuti dengan penurunan tingkat *leverage* perusahaan, tetapi karena perubahan penurunan tingkat *leverage* tidak terlalu besar, maka tidak terlalu berdampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan.

Tabel 2.
Rekapitulasi Output Pengaruh Langsung Model Kedua

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.673	4.793		.140	.889
X ₁	-.027	.171	-.020	-.159	.875
X ₂	1.312	.591	.286	2.221	.031
Y ₁	16.642	4.727	.452	3.520	.001
R Square		= 0,254	F Hitung		= 5,210
Adj R Square		= 0,205	Sig.		= 0,004

Sumber : Data diolah, 2014

Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengujian yang dilakukan pada hipotesis alternatif keempat, tidak mampu membuktikan ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (sehingga H₄ ditolak), melainkan ukuran perusahaan nonsignifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Arah ukuran perusahaan yang bernilai negatif ini mendukung penelitian Wiyono (2012), tetapi tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wahab dan Mulya (2012). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum bisa

menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban-kewajibannya (hutang) sudah terlunasi.

***Leverage* terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan**

Pengujian yang dilakukan pada hipotesis alternatif kelima, mampu membuktikan bahwa *leverage* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga H_0 ditolak. Hasil penelitian juga sependapat dengan penelitian Wati dan Darmayanti (2012), Perdana (2012), Siahaan (2011), Rustendi dan Jimmi (2013) serta Cheng dan Tzeng (2011), tetapi tidak mendukung penelitian Yuyetta (2009), Prastika (2012) dan Martikarini (2012). Penelitian menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan *food and beverages* sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk menciptakan nilai perusahaan yang baik pula. Penggunaan *leverage* mampu meningkatkan nilai perusahaan karena dalam perhitungan pajak, bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan dahulu, sehingga mengakibatkan perusahaan memperoleh keringanan pajak.

Profitabilitas terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan

Pengujian yang dilakukan pada hipotesis alternatif keenam, mampu membuktikan bahwa secara signifikan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga H_0 ditolak. Hasil penelitian juga sependapat dengan Risqia,dkk.(2013), Wahab dan Mulya (2012), dan Maryam (2014), tetapi tidak mendukung penelitian Herawati (2012). Penelitian menunjukkan semakin mampu

perusahaan menghasilkan laba, maka nilai perusahaan akan naik yang terlihat dari kenaikan harga sahamnya. Perusahaan yang berhasil meningkatkan profitabilitas setiap tahunnya, maka akan membuat ketertarikan banyak investor. Investor akan mempercayai perusahaan yang mampu menghasilkan profit yang besar karena *return* yang diperoleh juga besar, sehingga hal tersebut menjadi sinyal positif bagi investor dari perusahaan. Keadaan tersebut akan digunakan manajer perusahaan untuk memperoleh sumber modal dalam bentuk saham. Peningkatan permintaan saham inilah yang akan menaikkan nilai perusahaan serta harga saham tersebut di pasar modal.

Tabel 3.
Rekapitulasi *Output* Pengaruh Langsung Model Ketiga

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.421	1.177		.358	.722
X ₂	.018	.042	.062	.432	.668
R Square		= 0,004	F Hitung		= 0,187
Adj R Square		= -0.017	Sig.		= 0,668

Sumber : Data diolah, 2014

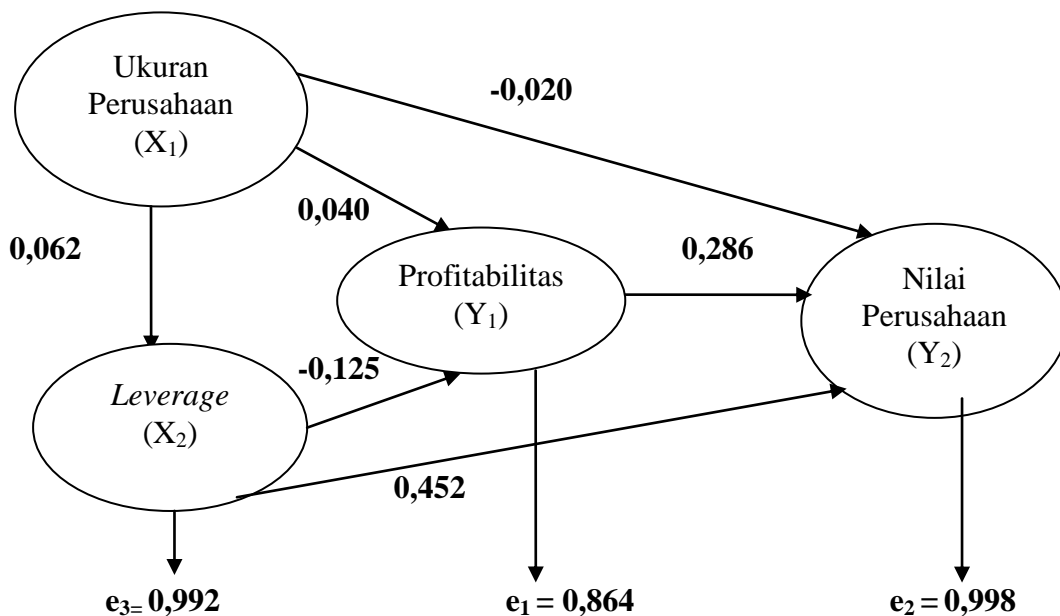
Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap *leverage*

Pengujian pada hipotesis alternatif ketiga, tidak mampu membuktikan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap *leverage* (sehingga H₃ ditolak), melainkan ukuran perusahaan nonsignifikan berpengaruh terhadap *leverage*. Pengaruh tidak signifikan tersebut menunjukkan kemungkinan kreditur tidak terlalu mempertimbangkan atau mempermasalahkan seberapa besar

ukuran perusahaan yang membutuhkan pinjaman, melainkan kreditur lebih mengutamakan pada pengenaan bunga yang lebih tinggi.

Uji Validitas Model

Uji validitas model menunjukkan bahwa variasi dari nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh model yang dibentuk, yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas sebesar 26,8%, sedangkan 73,2 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.



Gambar 1. Diagram Jalur yang Dibentuk dari Pengaruh *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverages* di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Sumber : Gambar diolah, 2014

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh secara tidak signifikan terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh secara tidak signifikan

terhadap *leverage*, ukuran perusahaan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif signifikan. Profitabilitas sebagai variabel moderator utama tidak mampu memediasi ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. *Leverage* sebagai variabel moderator kedua tidak mampu memediasi ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dan tidak mampu memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Saran

Bagi manajemen perusahaan hendaknya tetap berhati-hati terhadap penggunaan hutang yang tinggi, sebab penggunaan hutang yang tinggi dalam jangka panjang dapat pula mengurangi profit dan nilai perusahaan. Pada penelitian selanjutnya hendaknya mempertimbangkan penambahan variabel lain sebagai variabel eksogen, selain itu peneliti selanjutnya hendaknya menggunakan sektor perusahaan lain di BEI yang memiliki lebih banyak populasi agar mampu menentukan sampel yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtias, Dwi. 2013. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol 1(1):Hal.37-57.
- Cheng, Ming-Chang dan Tzeng Zuwei-Ching. 2011. The Effect of Leverage on Firm Value and How The Firm Financial Quality Influence on This Effect. *World Journal of Management*, Vol 3(2): Hal. 30-53.
- Hansen, Verawati dan Juniarti. 2014. Pengaruh *Family Control*, *Size*, *Sales Growth*, dan *Leverage* terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi. *Jurnal Business Accounting Review*, Vol 2(1): Hal. 121-130.

- Herawati, Titin. 2012. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Universitas Negeri Padang*.
- Hermuningsih, Sri. 2013. Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Hal.127-148.
- Kouki, Mondher dan Hatem ben Said. 2011. Does Management Ownership Explain The Effect of Leverage on Firm Value? An Analysis of French Listed Firms. *Journal of Business Studies Quarterly*, Vol 3(1):Hal.169-186.
- Kusuma, Ginanjar Indra, Suhadak, Dan Zainul Arifin. 2012. Analisis Pengaruh Profitabilitas (Profitability) Dan Tingkat Pertumbuhan (Growth) Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Real Estate And Property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2011). *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, Malang.
- Martikarini, Nani. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma*.
- Maryam, Sitti. 2014. Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi S1 Universitas Hasanuddin*, Makasar.
- Niresh, J. Aloy dan T. Velnampy. 2014. Firm Size and Profitability: A Study of Listed Manufacturing Firms in Sri Lanka. *International Journal of Business and Management*, Vol 9(4): Hal. 57-64.
- Nurhasanah. 2012. Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah*, Vol 4(3): Hal. 31-39.
- Perdana, Sukma. 2012. Pengaruh Kebijakan Hutang Jangka Panjang Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*.
- Prastika, Ni Gst. Ayu Pt. S. 2012. Pengaruh Ios, Leverage, Dan Dividend Yield Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Di BEI. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Udayana*.
- Rizqia, Dwita Ayu, Siti Aisjah dan Sumiati. 2013. Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment

- Opportunity on Dividend Policy and Firm Value. *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol 4 (11):Hal.120-130.
- Rustendi, Tedi Dan Farid Jimmi. 2008. Pengaruh Hutang Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur (Survey Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi FE Unsil*, Vol 3 (1):Hal.411-422.
- Siahaan, Fadjar OP. 2011. Pengaruh Kebijakan Hutang dan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Universitas Airlangga*, Surabaya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sunarto dan Agus Prasetyo Budi. 2009. Pengaruh Leverage, Ukuran dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas. *Jurnal TEMA*, Vol 6(1): Hal.86-103.
- Surya, Dennys dan Deasy Ariyanty Rahayuningsih. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol 14(3): Hal. 213-225.
- Wahab, Abdul dan Anissa Amalia M. 2012. Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr), Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009–2011). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur*.
- Wati, Ni Kadek Ari Lina dan Ni Putu Ayu Darmayanti. 2012. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Kinerja Keuangan terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Wiliandri, Ruly. 2011. Pengaruh *Blockholder Ownership* dan *Size* terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 12(2):Hal.95-102.
- Wiyono, Lany Indriana. 2012. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2009-2011. *Jurnal Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala*, Surabaya.
- Yuyetta, Etna Nur A. 2009. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Masa Krisis : Pengujian Empiris Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, Vol 5(2):Hal.148-163.