

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	v
RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	8
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	8
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	8
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Signalling (<i>Signalling Theory</i>)	11
2.2 Nilai Perusahaan	13
2.3 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan	14

2.3.1 Keputusan Investasi	14
2.3.2 Keputusan Pendanaan	15
2.3.3 Profitabilitas	16
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Kerangka Berfikir	21
2.6 Pengembangan Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sumber Data Penelitian	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	27
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel	27
3.5 Variabel Penelitian	29
3.5.1 Variabel Independen	29
3.5.2 Variabel Dependen	29
3.6 Definisi Operasional Variabel	30
3.7 Metode Analisis Data	31
3.8 Pemilihan Model Estimasi	32
3.8.1 Uji Chow	32
3.8.2 Uji Hausman	32
3.8.3 Uji Langrange Multiplie	33
3.9 Uji Persyaratan Analisis Data	33
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	33
3.9.1.1 Uji Normalitas	33
3.9.1.2 Uji Multikolinieritas	34
3.9.1.3 Uji Autokorelasi	34
3.10 Metode Analisis Data	35
3.10.1 Analisis Regresi Berganda	35
3.11 Pengujian Hipotesis	36

3.11.1 Koefisien Determinasi.....	36
3.11.2 Uji t	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Perhitungan Data Analisis Data	44
4.2.1 Hasil Perhitungan Data	44
4.3 Statistik Deskriptif	48
4.4 Pemilihan Model Estimasi	49
4.4.1 Uji Chow	50
4.4.2 Uji Hausman	50
4.4.3 Uji Langrange Multiplie	51
4.5 Pengujian Asumsi Klasik	51
4.5.1 Hasil Uji Normalitas	51
4.5.2 Uji Multikolinieritas	52
4.6 Uji Autokorelasi	53
4.7 Hasil Analisis Data	54
4.7.1 Model Regresi Linier Berganda	54
4.8 Pengujian Hipotesis	55
4.8.1 Uji Parsial (Uji t)	55
4.8.2 Koefisien Determinasi	56
4.9 Pembahasan	56
4.9.1 Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan	56
4.9.2 Pengaruh Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan	58
4.9.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	59

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Sampel	28
Tabel 3.2 Daftar Sampel Dalam Penelitian	28
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Keputusan Investasi	44
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Keputusan Pendanaan	45
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Profitabilitas	46
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan.....	47
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Chow	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Hausman	50
Tabel 4.8 Hasil Uji LM	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.10 Hasil Perbaikan Normalitas Dengan Persamaan Log	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.14 Model Regresi Linier Berganda	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Harga Saham Sektor Konstruksi	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	21

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan tempat dimana sumber daya diproses untuk menghasilkan barang atau jasa bagi pelanggan. Dalam dunia perekonomian dan bisnis yang semakin berkembang, banyak perusahaan yang melakukan berbagai cara untuk mempertahankan eksistensi perusahaannya untuk memenuhi kebutuhan modal. Secara umum perusahaan memiliki dua tujuan yaitu jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek adalah untuk memaksimalkan laba dengan sumber daya yang dimiliki sedangkan tujuan perusahaan jangka panjang adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kemakmuran pemegang saham dapat menjadi salah satu indikator untuk mengetahui nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang semakin tinggi, akan berdampak terhadap peningkatan kemakmuran yang dicapai para pemegang saham (Sartini dan Purwabangsa, 2014). Nilai perusahaan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi calon investor yang ingin menginvestasikan dana pada perusahaan. Pihak manajemen harus berkerja keras untuk dapat mengoptimalisasi nilai perusahaan dimana optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri dipengaruhi oleh banyak sekali faktor antara lain keputusan investasi, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen. Tingginya nilai perusahaan dapat menggambarkan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Salah satunya ialah pengambilan keputusan keuangan oleh manajer yang dapat menentukan keberhasilan dan kesuksesan perusahaan, sehingga calon investor akan memandang bahwa perusahaan itu baik dan memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

Nilai suatu perusahaan sangatlah penting bagi pemilik perusahaan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham yang

sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham memiliki korelasi yang positif terhadap nilai perusahaan, dimana harga saham yang tinggi membuat nilai suatu perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh oleh investor. Permintaan saham yang meningkat sangat diminati oleh investor yang akan berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang tentunya akan juga meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan, tetapi pasar juga akan percaya pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Menurut Harmono (2011) Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran dipasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan itu sendiri. Jika harga saham suatu perusahaan tinggi, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut dan para investor memanfaatkan informasi untuk menganalisis pasar dan berinvestasi untuk mendapatkan keuntungan. Fama dan French (1998) berpendapat bahwa optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat di capai melalui fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Nilai Perusahaan dinilai dari tingkat hutang dan modal yang dimiliki. Perusahaan Sektor Konstruksi dan Bangunan menjadi salah satu perusahaan yang mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2016 - 2020.