

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grand Teori

2.1.1 Teori sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Brealey (2012) *Signalling Theory* merupakan informasi yang diberikan oleh perusahaan mengenai kinerja dan kondisi keuangan perusahaan sehingga bisa memberikan sinyal positif terhadap dan bisa meminimalisir asimetri informasi antara perusahaan dan pengguna laporan keuangan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan berharap dengan memberikan sinyal positif berupa hal-hal yang baik terkait dengan laporan keuangan, dapat memberikan informasi tentang kondisi perusahaan supaya pihak eksternal dapat tertarik dan percaya untuk menanamkan modalnya di perusahaan (Dewi, 2018).

Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan cara mengurangi informasi asimetris, dengan cara memberikan sinyal kepada pihak lain terkait dengan informasi keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang (Rizal, 2019).

Informasi yang ada pada laporan keuangan sangatlah penting bagi investor. Hal tersebut terdiri dari banyak nya catatan rincian yang menggambarkan perusahaan pada masa lalu hingga masa yang akan datang (Fiqih, 2019). Informasi laporan keuangan yang dapat mencerminkan nilai perusahaan adalah sinyal positif bagi perusahaan yang mampu mempengaruhi investor ataupun pihak pihak lainnya yang berkepentingan (Yuskar & Novita, 2014) dalam penelitian (Rizal, 2019).

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal berupa informasi terkait apa yang sudah dikerjakan oleh pihak manajemen untuk merealisasikan keinginan investor (Yanti, 2020).

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, teori sinyal dapat memberikan sinyal positif kepada para pemegang saham dalam menyajikan laporan keuangan. Penyampaian laporan keuangan tahunan oleh perusahaan akan dapat memberikan sinyal positif pada perkembangan harga saham perusahaan (Nilai Perusahaan) (Fiqih, 2019). Hal tersebut dapat mengakibatkan perusahaan akan lebih dipercaya.

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah harga saham perusahaan yang dianggap dapat dicapai oleh calon para pemegang saham sehingga mereka akan membayarnya, jika perusahaan ingin dijual (Husnan & Pudjiastuti, 2012). Untuk perusahaan yang menjual sahamnya kepada masyarakat (*go public*), indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang dipertukarkan dalam bursa efek. Pendapat ini tergantung pada kemungkinan bahwa peningkatan harga saham tidak dapat dibedakan dari peningkatan kemakmuran para investor, dan peningkatan harga saham tidak dapat dibedakan dari peningkatan nilai perusahaan. Bagaimanapun, itu tidak berarti bahwa nilai perusahaan sama dengan harga saham. Nilai perusahaan setara dengan nilai saham ditambah dengan nilai pasar utangnya. Namun, dengan asumsi ukuran utangnya tetap konsisten, maka setiap peningkatan nilai saham dengan sendirinya akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Untuk situasi ini, peningkatan nilai perusahaan tidak dapat dibedakan dari kenaikan harga saham (Sattar, 2017:42).

Nilai perusahaan merupakan pandangan seorang investor terhadap tingkat keberhasilan seorang manajer dalam mengawasi aset perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Silvia Indrarini, 2019:2). Meningkatkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena meningkatkan nilai perusahaan berarti memiliki kemampuan untuk meningkatkan tujuan utama dari suatu perusahaan.

2.2.2 Karakteristik Nilai Perusahaan

Beberapa karakteristik yang dimiliki nilai perusahaan sebagai berikut:

1. Memiliki hak suara dalam rapat umum pemegang nilai perusahaan, untuk mengetahui kebijakan perusahaan sebesar penguasaan nilai perusahaannya.
2. Memiliki hak terakhir dalam hak pembagian kekayaan perusahaan jika perusahaan tersebut dibubarkan setelah seluruh kewajiban dilunasi.
3. Memiliki batasan tanggung jawab pada klaim pihak lain sebesar proporsi nilai perusahaannya. Hak pemilikan dapat dialihkan pada pihak lain.
4. Dividen dibayarkan sepanjang perusahaan mendapatkan nilai perusahaan. Sehingga pendapatan yang didapat dari bagi hasil nilai perusahaan jadi lebih tidak pasti.

2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2012) Untuk mengambil keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor faktor yang mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai, yaitu sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh negatif karena jika perusahaan besar memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar, namun modal yang digunakan juga besar, sehingga profitabilitasnya menjadi tidak terlalu tinggi dibanding dengan perusahaan yang ukurannya lebih kecil.

2. Profitabilitas

Profitabilitas yang dihasilkan perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Sehingga sejalan dengan peningkatan likuiditas, jika terjadi peningkatan laba ROE meningkat. Semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola modal maka akan menghasilkan laba. Sehingga nilai perusahaan yang terlihat dalam PBV akan meningkat.

3. Likuiditas

Likuiditas perusahaan semakin tinggi, maka akan semakin banyak dana yang tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasional dan juga investasinya, sehingga menyebabkan persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat.

4. Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba sejalan dengan peningkatan likuiditas, jika ada peningkatan laba *growth of earning after tax* akan meningkat, sehingga semakin baik kinerja perusahaan maka nilai perusahaan yang terlihat dalam PBV akan meningkat.

5. Inflasi

Inflasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sehingga inflasi dapat menurunkan daya beli perusahaan, dan membuat perusahaan akan terdorong untuk melakukan retensi dana yang lebih besar agar dapat terus membiayai aktivitasnya.

2.2.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2017:114) indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat menggunakan:

1. Price Book Value (PBV)

Menurut Diah & Mertha (2017) Price to Book value merupakan salah satu variabel yang menggambarkan seberapa besar pasar dalam menentukan nilai buku saham suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan investor secara maksimum apabila makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya dengan prospek perusahaan tersebut (Husnan & Padjiastuti, 2015). PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

2. Price Earning Ratio (PER)

Menurut Mulyati (2020) Price Earning Ratio menyatakan bahwa untuk melihat bagaimana pasar menentukan kinerja perusahaan yang digambarkan oleh *earning per share*. Rasio ini menunjukkan bahwa seberapa besar investor dalam menilai harga saham terhadap kelipatan *earning's*.

$$PER = \frac{\text{Harga per saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

3. Tobin's Q

Tobin's Q adalah nilai perusahaan yang merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham, rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental (Magdalena, 2019). Tobin's Q dapat dihitung dengan rumus :

$$Q = \frac{(EMD + D)}{TA}$$

Keterangan :

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas

TA = Nilai total aktiva

D = Nilai buku dari total hutang

4. Earning Per Share (EPS)

Menurut kasmir (2013:207), mendefinisikan Earning Per Share (EPS) sebagai berikut :“Rasio laba per saham disebut rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham.”

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah lembar saham beredar}}$$

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba selama menjalankan operasinya, semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan maka kinerja perusahaan akan semakin baik, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat sehingga akan menarik investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut (Putra & Lestari, 2016).

Menurut Kasmir (2016 : 196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh

laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

2.3.2 Jenis – Jenis Profitabilitas

Secara umum ada empat jenis analisis utama yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas yakni terdiri dari, Menurut Kasmir (2008:199)

1. Net Profit Margin (NPM) Menurut Riyanto (2013:336) “Net Profit Margin adalah suatu rasio yang mengukur keuntungan netto per rupiah penjualan”. Menurut Riyanto (2013:336) “Net Profit Margin adalah perbandingan antara net operating income dengan net sales. Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Rasio ini akan menggambarkan penghasilan bersih perusahaan berdasarkan total penjualan bersih.

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2. Return On Asset (ROA) Return On Asset menurut Kasmir (2012:201) adalah “rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan”. Menurut Toto Prihadi (2008) mengemukakan ROA bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendaya gunakan aset untuk memperoleh laba dan mengukur hasil total untuk seluruh kreditor dan pemegang saham selaku penyedia sumber dana. Menurut Toto Prihadi (2008:68) “Return On Asset yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat laba terhadap asset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut”. Persentase ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

3. Return On Equity (ROE) Menurut Brigham & Houston (2010) “Return On Equity yaitu rasio laba bersih terhadap ekuitas biasa mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Menurut Sawir (2009 : 20) “Return On Equity adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah

perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan”. Persentase ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

4. Return on Investment (ROI) Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama Return on Investment (ROI) atau Return on Total Assets, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:

$$ROI = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Assets}}$$

2.4 Likuiditas

2.4.1 Definisi Likuiditas

Likuiditas merupakan suatu perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan kegiatan usahanya harus memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban-kewajiban finansial yang harus segera dilunasi. Likuiditas merupakan salah satu faktor yang menentukan sukses atau tidaknya suatu perusahaan. Menurut Agus Harjito dan Martono (201:55) menyatakan bahwa “likuiditas merupakan indikator kemampuan perusahaan untuk membayar atau melunasi kewajiban-kewajiban finansialnya pada saat jatuh tempo dengan mempergunakan aktiva lancar yang tersedia”. Sedangkan menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) mendefinisikan bahwa “rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek”.

Adapun jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan menurut Agus Harjito dan Martono (2013:55) diantaranya sebagai berikut :

1. Current Ratio

Current ratio atau rasio lancar merupakan perbandingan antara aktiva lancar (current assets) dengan hutang lancar (current liabilities). Aktiva lancar terdiri

dari kas, surat-surat berharga, piutang dan persediaan. Sedangkan hutang lancar terdiri dari hutang dagang, hutang wesel, hutang pajak, hutang gaji/upah dan hutang jangka pendek lainnya. Current ratio yang tinggi memberikan indikasi jaminan yang baik bagi kreditor jangka pendek dalam arti setiap saat perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban-kewajiban finansial jangka pendeknya. Rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan suatu perusahaan. Current ratio dihitung dengan formula :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

2. Quick Ratio (Rasio Cepat)

Alat ukur yang lebih akurat untuk mengukur tingkat likuiditas perusahaan adalah quick ratio (atau disebut juga acid test ratio). Rasio ini merupakan perimbangan antara jumlah aktiva lancar dikurangi persediaan dengan jumlah hutang lancar. Persediaan diabaikan dalam perhitungan quick ratio, karena persediaan merupakan komponen atau unsur aktiva lancar yang paling kecil tingkat likuiditasnya. Quick ratio memfokuskan komponen-komponen aktiva lancar yang lebih likuid yaitu diantaranya : kas, surat-surat berharga, dan piutang dihubungkan dengan hutang lancar atau hutang jangka pendek. Quick ratio dihitung dengan formula :

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

2.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, namun dalam penelitian selalu menunjukkan hasil yang berbeda. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat pada **tabel 2.1** berikut ini:

No.	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Renly Sondakh,	<i>The Effect Of Dividend</i>	Berdasarkan hasil

	(2019)	<p><i>Policy, Liquidity, Profitability And Firm Size On Firm Value In Financial Service Sector Industries Listed In Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period</i></p>	<p>penelitian bahwa: 1.) Kebijakan dividen yang diukur dengan menggunakan Dividend Payout Ratio (DPR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang membagikan dividen kepada pemegang saham karena akan menarik investor untuk melakukan investasi;</p> <p>2.) Likuiditas yang diukur dengan Aktiva Lancar (CR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Manajemen keuangan mampu mengalokasikan dana untuk membiayai hutang jangka pendek perusahaan;</p> <p>3.) Profitabilitas yang diukur dengan Return On Assets (ROA)</p>
--	--------	---	--

			<p>tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena kurangnya kemampuan manajemen keuangan dalam mengelola aset untuk meningkatkan pendapatan dan menekan biaya; dan (4) ukuran perusahaan yang diukur dengan Natural of Total Assets Log berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Membuktikan bahwa ukuran perusahaan yang baik dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya dan meningkatkan nilai perusahaan.</p>
2.	Jenny Ambarwati (2019)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas tidak mempengaruhi nilai</p>

			perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Namun secara bersamaan likuiditas dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI
3.	I Putu Sukarya & I Gde Kajeng Baskara (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food And Beverages	Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	Choirul Iman, Fitri Nurfatma Sari, Nanik Pujiati (2021)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.	Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh

			positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan begitupula dengan variabel profitabilitas terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Made Olivia Dwi Putri, I Gusti Bagus Wiksuana (2021)	<i>The Effect Of Liquidity and Profitability On Firm Value Mediated By Dividend Policy</i>	The results of this study indicate a significant effect of liquidity and profitability as well as dividend policy on firm value
6.	I Wayan Kembaryana, Ida Bagus Eka Artika, Dominicus Djoko Budi Susilo	The Effect of Liquidity, Profitability and Dividend Policy on Firm Value of Manufacturing Companies Listed On the Indonesia Stock Exchange	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut: 1.Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, jika likuiditas perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat. 2.Profitabilitas

			<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, jika likuiditas perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat.</p> <p>3. Kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya jika kebijakan dividen perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat.</p>
7.	Nur Laila Fitriana (2022)	Pengaruh Leverage, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Airlines Company Listed IDX 2011-2020	<p>Berdasarkan hasil penelitian Variabel leverage memiliki hasil signifikan positif terhadap variabel nilai perusahaan pada airlines company listed IDX 2011-2020. Variabel likuiditas memiliki hasil signifikan negatif terhadap variabel nilai perusahaan pada airlines company listed IDX 2011-2020.</p>

			<p>Variabel profitabilitas menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap variabel nilai perusahaan pada airlines company listed IDX 2011-2020. Variabel leverage, likuiditas, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
--	--	--	--

2.6 Pengembangan Hipotesis

1. Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba pada periode tertentu, semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan maka kinerja perusahaan akan semakin baik, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat dan akan menarik investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut. (Putra & Lestari, 2016). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Putra & Lestari (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena jika profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan tentu akan meningkat, hal ini tentunya akan membuat investor tertarik pada perusahaan yang memiliki profitabilitas yang baik. Serta pada penelitian yang dilakukan oleh Kembayana *et al* (2022) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ambarwati & Vitaningrum (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Namun berbeda pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Sondakh (2019) menyatakan profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena kurangnya kemampuan manajemen keuangan dalam mengelola aset untuk meningkatkan pendapatan.

H₁ = Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.

2. Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Putra & Lestari (2016) juga menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan karena jika likuiditas perusahaan meningkat maka nilai perusahaan tentunya akan meningkat, hal ini juga akan menarik investor ke perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmasari et al (2016) juga menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Lukita&Ariesta (2019) juga menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Tahu & Susilo (2017) yang juga menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sukarya & baskara (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar likuiditas perusahaan maka perusahaan memiliki tingkat likuiditas yang baik untuk dapat memberikan persepsi positif terhadap kondisi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Berbeda dengan hasil penelitian Putri & Wiksuana (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Fitriana & Purwohandoko (2022) Menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan kearah negatif terhadap nilai perusahaan.

Namun sangat berbeda dengan penelitian Kresna & Suzan (2022) yang menyatakan likuiditas secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani & Mahardika (2021)

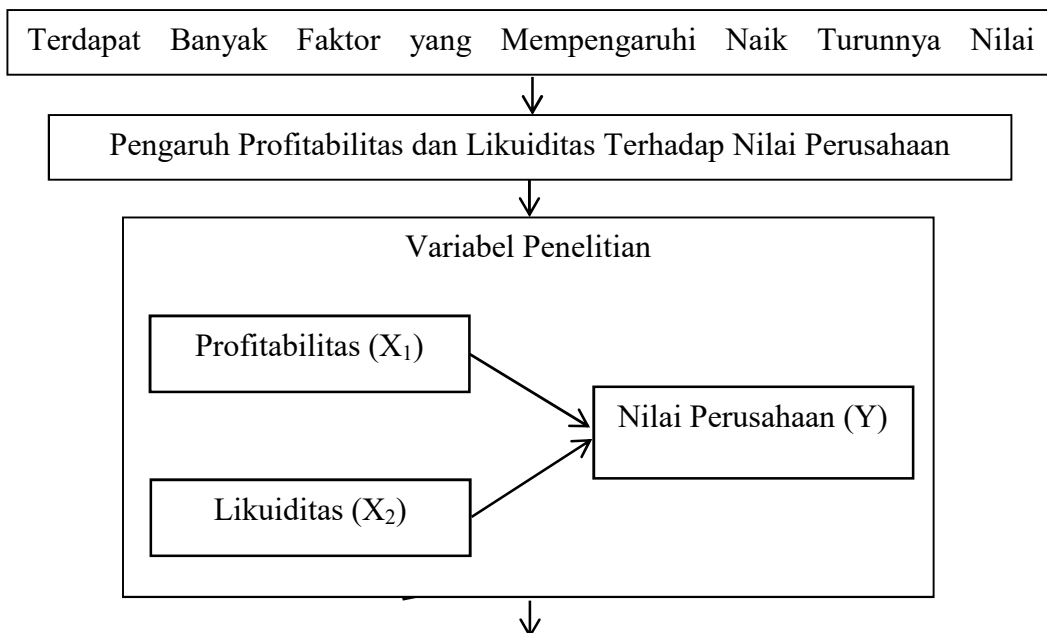
mengungkapkan bahwa likuiditas yang diukur dengan menggunakan *Current Ratio* (CR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

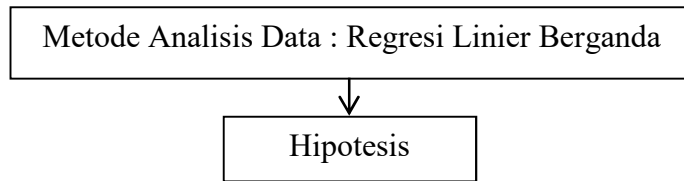
H₂ = Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.

2.7 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan maka dapat digambarkan kerangka pemikiran pada gambar 2.1 kerangka pemikiran menggambarkan bahwa untuk mengetahui pengaruh nilai perusahaan maka peneliti ingin mengetahui keterkaitan antara variabel profitabilitas sebagai X₁ terhadap nilai perusahaan, lalu keterkaitan hubungan antara likuiditas sebagai X₂ terhadap nilai perusahaan.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:





Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

Sumber : kresna & Suzan (2022)

Keerangan Garis :

—————→ : **Hubungan secara parsial**

Keterangan : pengaruh profitabilitas dan likuiditas untuk memprediksi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.