

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan utama terjadi antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (agen). Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu yang disebut sebagai *principal* membayar atau memanfaatkan individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut Brigham dan Huston (2004). Pemisah antara agen dan pemilik yang memungkinkan terabaikannya kepentingan pemilik Robinson dan Pearce, (2008).

Teori agensi merupakan teori yang menekankan pentingnya pemilik perusahaan (*principles*) dalam menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga profesional (*agent*) yang lebih mengerti dan memahami cara untuk menjalankan suatu usaha Moeljono (2005). Timbulnya masalah hubungan antara agen dan pemilik perusahaan (*agency problems*) terjadi ketika manajer tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham Ni Nyoman (2011).

Menurut Hasnawati & Sawir (2015) teori keagenan secara prinsip menggunakan asumsi utama bahwa pemilihan kebijakan perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Ketika pihak prinsipal dan agen memiliki tujuan yang sama untuk memaksimumkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal. Agar agen bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham maka diperlukan pengawasan yang dapat dilakukan melalui cara-cara seperti pengikatan agen, pemeriksaan laporan keuangan, dan pembatasan terhadap pengambilan keputusan oleh manajemen Utomo, Andini & Raharjo (2016).

2.1.2 Teori Sinyal

Teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan Brigham dan Houston (2001). Teori sinyal menjelaskan tentang dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan ini disebabkan akibat terjadinya asimetri informasi antara pihak internal dan pihak eksternal/ pihak luar (investor, kreditor).

Manajemen berharap dapat memberikan sinyal kemakmuran kepada pemilik ataupun pemegang saham dalam menyajikan informasi keuangan. Publikasi laporan keuangan tahunan yang disajikan oleh perusahaan akan dapat memberikan sinyal pertumbuhan dividen maupun perkembangan harga saham perusahaan. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan mengurangi informasi asimetris, caranya dengan memberikan sinyal kepada pihak luar berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang. Laporan keuangan yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan.

Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena mengandung banyak catatan, rincian dan gambaran keadaan masa lalu, saat ini, dan tentu saja masa yang akan datang untuk memperkirakan kemajuan perusahaan dan akibatnya pada perusahaan. Informasi laporan keuangan yang mencerminkan nilai perusahaan merupakan sinyal positif yang dapat mempengaruhi opini investor dan kreditor atau pihak-pihak berkepentingan lainnya. Peningkatan utang diartikan oleh pihak luar sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban di masa yang akan datang dan adanya risiko bisnis yang rendah, akan direspon secara positif oleh pasar Brigham dan Houston (1999).

2.2 Nilai Perusahaan

Menurut Savator (2005) tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan berdasarkan (*theory of the firm*) Meidiawati & Mildawati (2016). Brigham dan Houston (2011) mengatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham Widyantari & Yadnya, (2017). Seorang manajer perusahaan juga dituntut untuk bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham yaitu meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

Nilai perusahaan (*value of the firm*) adalah ukuran keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menjalankan operasi bisnis di masa lalu dan prospek bisnis di masa yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham Chandra (2007). Nilai perusahaan akan meningkat jika investor menangkap adanya informasi positif yang dapat berpengaruh terhadap prospek bisnis perusahaan dimasa depan. Menurut Senata (2016) penilaian investor terhadap sebuah perusahaan yang cenderung dikaitkan terhadap harga saham.

Harga saham tersebut atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham dapat dijadikan proksi sebagai nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut Brealey, Myers & Marcus (2007). Bagi perusahaan terbuka harga saham yang diperjual belikan di pasar modal merupakan indikator nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan *Tobin's Q*. Menurut Hasibuan, Dzulkirom & Endang (2016) *Tobin's Q* merupakan perbandingan antara nilai pasar ditambah total utang terhadap total aset. Rasio *Tobin's Q* dinilai dapat memberikan informasi paling baik sebab *Tobin's Q* memasukkan semua unsur utang, modal saham perusahaan dan seluruh asset perusahaan, yang berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor dalam bentuk saham saja, namun juga untuk kreditur.

Tobin's Q adalah indikator untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya tentang nilai perusahaan, yang menunjukkan suatu performa manajemen dalam mengelola aset perusahaan Rahmawati, Topowijono & Sulasmiyati (2015). Nilai *Tobin's Q* menggambarkan suatu kondisi peluang investasi yang dimiliki perusahaan Lang et al (1989) atau potensi pertumbuhan perusahaan Tobin & Brainard (1969). Sehingga *tobin's Q* dipilih sebagai alat untuk mengukur nilai perusahaan.

2.3 Kebijakan Deviden

Kebijakan dividen (*dividend policy*) merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen ataukah akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang Martono & Harjito (2010) dalam Suffah & Riduwan (2016). Artinya, kebijakan dividen adalah keputusan membayar atau menahan laba untuk diinvestasikan kembali pada perusahaan. Bagi perusahaan menahan laba merupakan sumber dana yang cukup besar dan penting untuk pertumbuhan perusahaan sedangkan membagikan laba merupakan kompensasi yang diinginkan sebagian inverstor Sembiring & Pakpahan (2010).

Kebijakan dividen dapat diukur dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR). Dimana DPR membandingkan antara dividen per lembar saham dengan laba per lembar saham. Menurut Martikarini (2014) kebijakan dividen merupakan sinyal positif untuk perusahaan dimasa mendatang karena menarik investor untuk membeli saham perusahaan. Ketika perusahaan membayarkan dividen tinggi, maka harga saham juga akan tinggi yang berdampak pada tingginya nilai perusahaan begitu juga sebaliknya.

2.3.1 Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan Brigham & Houston (2009). Dengan demikian dapat dikatakan *profitabilitas* perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Seringkali pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan Bhekti Fitri Prasetyorini; Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba yang besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja yang baik, sebaliknya kalau laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil atau menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik.

Laba yang menjadi ukuran kinerja perusahaan harus dievaluasi dari suatu periode ke periode berikutnya dan bagaimana laba aktual dibandingkan dengan laba yang direncanakan. Apabila seorang manajer telah bekerja keras dan berhasil meningkatkan penjualan sementara biaya tidak berubah, maka laba harus meningkat melebihi periode sebelumnya yang mengisyaratkan keberhasilan. ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pihak pemegang saham yaitu untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. Naiknya rasio ROE dari tahun ke tahun pada perusahaan berarti terjadi adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikator bahwa nilai perusahaan juga naik karena naiknya laba bersih sebuah perusahaan yang bersangkutan akan menyebabkan harga saham yang berarti juga kenaikan dalam nilai perusahaan.

2.3.2 Leverage

Leverage merupakan pendanaan utang untuk memperkuat dampak perubahan laba operasional pada pengembalian pemegang saham Brealey, Myers & Marcus (2007). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. *Leverage* meningkatkan ekspektasi pengembalian bagi pemegang saham, tetapi juga meningkatkan resiko Brealey, Myers & Marcus

(2007). Artinya, *leverage* yang semakin besar akan menunjukkan kemampuan membayar utang-utangnya dan menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula.

Tetapi, Kurnia (2017) menemukan bahwa rasio *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola utangnya dalam rangka memperoleh keuntungan dan juga mampu untuk melunasi kembali utangnya. Kurnia (2017) juga menyebutkan dalam buku terjemahan Horne & Wachowicz, (2009) dijelaskan bahwa *leverage* ialah penggunaan biaya tetap untuk meningkatkan profitabilitas.

Leverage dalam penelitian dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio*. Kasmir (2009) menyatakan bahwa DER merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. DER menunjukkan seberapa besar perusahaan memiliki utang dan seberapa banyak penggunaan utang oleh perusahaan sebagai pendanaannya Purnama (2016). Jadi besarnya utang yang digunakan perusahaan dapat dilihat pada nilai DER.

Penggunaan utang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan karena penggunaan utang dapat menghemat pajak. Penggunaan utang memiliki keuntungan yang diperoleh dari pajak, karena bunga utang adalah pengurangan pajak Widyantri & Yadnya (2017). Jadi, perusahaan yang ingin memaksimalkan nilai maka perlu mengestimasi struktur modal secara optimal.

2.3.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Badan Standarisasi Nasional ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 macam, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Keputusan yang dikeluarkan oleh ketua Bapepam No.Kep.11/PM/1997 menyebutkan bahwa perusahaan kecil dan menengah berdasarkan asset adalah badan hukum yang memiliki total asset

tidak lebih dari seratus milyar, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang total asetnya diatas seratus milyar.

Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total asset perusahaan. Menurut Prasetia, Tommy & Saerang (2014) Seluruh dana berupa total asset yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi pendanaan perusahaan dapat mencerminkan ukuran perusahaan. Perusahaan dengan total asset yang besar akan lebih memudahkan manajemen untuk mempergunakan asset perusahaan tersebut, kemudahan yang dimiliki manajemen dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan Ikhsan (2019).

2.3.4 Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya dalam jangka pendek atau yang harus segera dibayar. Likuiditas perusahaan sangat penting dikarenakan berkaitan dengan mengubah asset menjadi kas. Brealey, Myers & Marcus (2007) Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk menjual sebuah aset guna mendapatkan kas pada waktu singkat. Likuiditas sering digunakan oleh investor untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Likuiditas dapat diukur dengan *current ratio*, yang merupakan rasio antara asset lancar dibagi utang lancar. *Current ratio* dapat memberikan gambaran tentang kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban kewajiban jangka pendeknya.

Semakin besar *current ratio* maka perusahaan memiliki tingkat likuiditas yang baik, sehingga akan memberikan pandangan positif terhadap kondisi perusahaan serta akan meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi ketidakmampuan perusahaan dalam membayar semua kewajibannya juga akan memberikan pandangan negatif, bahwa perusahaan mengalami masalah keuangan Ikhsan (2018). Sehingga kepercayaan investor semakin berkurang dan akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Adapun hasil-hasil sebelumnya dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1	Rosyana (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responcibility</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	- <i>Corporate Social Responcibility</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Agustin (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	- <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3	Ikhsan (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden terhadap	- Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - <i>Leverage</i> , Kebijakan Deviden tidak berpengaruh

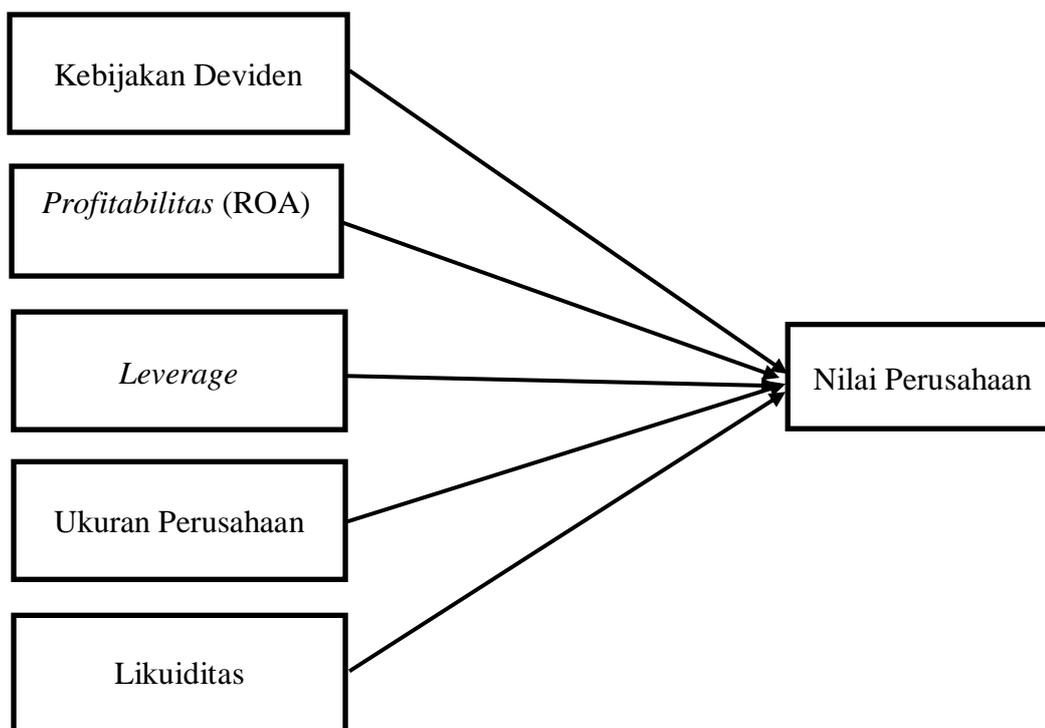
		Nilai Perusahaan	terhadap nilai perusahaan
4	Pramitha (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan	- <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5	Luthfiana(2018)	Pengaruh Solvabilitas, Provitabilitas, dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan	- Solvabilitas, Provitabilitas, dan Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
6	Suffah dan Riduwan (2016)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan	- Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan kebijakan dividen berpengaruh positif pada nilai perusahaan - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan
7	Ramona (2019)	Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Boox Tax Differences</i> sebagai Variabel Pemoderasi	- <i>Leverage</i> dan <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan - Kebijakan Deviden, Kebijakan hutang dan <i>Book tax differences</i> Tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

8	Widyanti (2014)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Dividend Payout Ratio</i> , dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas dan <i>Dividend Payout Ratio</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan - <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
---	-----------------	--	---

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka ini dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan mengungkapkan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti berdasarkan batasan dan rumusan masalah sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Penelitian



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis : Pengaruh Kebijakan Deviden, *Profitabilitas*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.

2.6 Bangunan Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah diatas bangunan hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hermuningsih (2013) dalam Prastuti & Sudiartha (2016) dividen adalah sebagian keuntungan perusahaan yang dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang saham. Pembayaran dividen dilihat sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Pembayaran dividen ditujukan untuk mengurangi ketidakpastian karena mengurangi resiko tingkat keuntungan yang disyaratkan oleh pemegang saham dan mengurangi konflik antara kepentingan manajer perusahaan dengan pemegang saham (*theory agency*,) Jensen & Meckling (1976). Lundstrum (2005) dalam Sembiring (2010) melakukan penelitian terkait dengan dividen memberikan *signaling explanation* dan hasil penelitiannya mendukung argumen bahwa dividen dapat digunakan sebagai suatu isyarat (*signal*) untuk membantu memecahkan permasalahan manager dan investor. Ketika pembayaran dividen yang dilakukan tinggi maka harga saham akan tinggi dan berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh Penelitian yang dilakukan Senata (2016), Fenandar & Raharja (2012) mengatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Besarnya tingkat pengembalian perusahaan dapat dilihat melalui besar kecilnya laba perusahaan tersebut. Jika laba perusahaan itu tinggi maka tingkat

pengembalian investasi (ROA) perusahaan akan tinggi maka investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan Eduardus Tandelilin (2001). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saha. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor akan suatu saham, maka harga saham tersebut akan semakin tinggi. Harga saham yang makin tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Ramadhani (2017), *leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Rasio *Leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang . Rasio ini digunakan untuk membandingkan sumber modal yang berasal dari hutang (hutang jangka panjang dan hutang jangka pendek) dengan modal sendiri. Hal ini biasanya digunakan untuk mengukur financial leverage dari suatu perusahaan.

Hasil dari penelitian Izzah (2017) dan Nurmindia, dkk (2017) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menjelaskan bahwa Secara teori leverage menggambarkan seluruh asset perusahaan dan risiko finansial yang akan menjadi beban perusahaan di masa mendatang. Bagi setiap perusahaan, keputusan dalam pemilihan sumber dana merupakan hal penting sebab hal tersebut akan memengaruhi struktur keuangan perusahaan, yang akhirnya akan memengaruhi kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₃ : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan**4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan kekuatan financial perusahaan. Semakin besar perusahaan semakin tinggi pula minat investor untuk menanamkankan sahamnya dibandingkan perusahaan kecil Denziana & Monica (2016). Perusahaan besar yang memiliki asset yang tinggi akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Menurut Sembiring & Pakpahan (2010) Perusahaan yang besar akan dengan mudah mempunyai akses ke pasar modal untuk mengumpulkan dana dalam waktu yang singkat dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memperoleh pendanaan dari pasar modal Novari & Lestari (2016). Semakin besar perusahaan tersebut, maka perusahaan akan semakin dipercaya dalam memberikan tingkat pengembalian yang tinggi kepada investor. Artinya, ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor Denziana & Monica (2016).

Dari beberapa penelitian yang dilakukan terkait dengan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan hasil yang konsisten yaitu berpengaruh positif signifikan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sujoko & Soebiaturo (2007), Novari & Lestari (2016), Pratama & Wiksuana (2016), Mindra & Erawati (2014), yang konsisten menyimpulkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan semakin besar perusahaan maka semakin baik nilai perusahaannya, maka hipotesis yang dapat disusun adalah :

H₄ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

5. Pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan

Menurut Putra & Lestari (2016) Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor karena perusahaan mampu untuk memenuhi kewajibannya. Semakin tinggi likuiditas perusahaan, semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Maka, minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan akan meningkat.

Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi berarti saham perusahaan tersebut banyak diminati investor sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Rompas (2013), Putra & Lestari (2016) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan dari penjelasan tersebut, maka dapat diajukan hipotesis tentang pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut:

H₅ : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

