

## **PENGARUH EPS, PER DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI MEDIASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

**Reza Cholifah Dwi Yulianti<sup>1</sup>, Yoosita Aulia<sup>2</sup>, Alberta Esti Handayani<sup>3</sup>**

Universitas Dr. Soetomo

Corresponding author: yoosita.aulia@unitomo.ac.id

### **Keywords:**

EPS,  
Price Earning Ratio,  
Leverage, Profitability and  
Company Value

### **Article history**

Received August 2023

Revised October 2023

Accepted October 2023

### **ABSTRACT**

*This study aims: To test and prove the effect of EPS, Price Earning Ratio and Leverage on profitability; To test and prove the effect of EPS, Price Earning Ratio, Leverage and Profitability on company value; To test and prove Profitability mediation on the effect of EPS on firm value; To test and prove Profitability mediation on the effect of Price Earning Ratio on firm value; To test and prove Profitability mediation on the effect of leverage on firm value. The results showed that EPS and Price Earning Ratio had a positive effect on Profitability and Leverage had no effect on Profitability; Earning Per Ratio, Leverage and Profitability have a positive effect on Firm Value and EPS has no effect on Firm Value; Profitability is able to mediate the effect of EPS and Price Earning Ratio on Firm Value and Profitability is unable to mediate the effect of Leverage on Firm Value.*

## **PENDAHULUAN**

Perekonomian global yang berlangsung saat ini membuat persaingan usaha yang ekstrim guna memiliki keuntungan, keunggulan dan value tersendiri. Perusahaan didirikan pada dasarnya guna untuk menciptakan dan menambah nilai tambah, terutama dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang menerapkan prinsip dalam ekonomi, umumnya diarahkan untuk mencapai keuntungan maksimal, tetapi juga berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemilikinya serta meningkatkan kepercayaan pasar pada prospek perusahaan dimasa mendatang. Nilai perusahaan yaitu salah satu tujuan normatif yang ingin dan akan di capai oleh manajemen keuangan pada suatu perusahaan dengan mengoptimalkan kemakmuran *stakeholder*. Nilai perusahaan amatlah penting karena pertumbuhan kemakmuran investor yang tinggi dan dapat di andalkan dipengaruhi oleh tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar memandang dan menilai suatu perusahaan serta menggambarkan nilai yang berlangsung pada saat ini dari laba yang diharapkan pada masa mendatang juga merupakan indikator bagi pasar dalam melihat dan menilai suatu perusahaan (Aspari, *et al*, 2015).

## LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

### *Agency Theory (Teori Agensi)*

Teori Agensi (*agency theory*) menurut Supriyono (2018:63), teori agensi merupakan hubungan kontraktual dan mengikat antara prinsipal (penyedia kontrak) dengan agen (penerima kontrak), prinsipal dapat mengontrak agen untuk bekerja dengan kepentingan, sasaran atau tujuan prinsipal sehingga dapat memberikan wewenang pembuatan keputusan kepada agen untuk mencapai tujuan tersebut. Teori agensi memiliki peran sebagai dasar dalam praktik bisnis yang dilakukan guna meningkatkan nilai perusahaan juga memberikan keuntungan dan kemakmuran kepada principal.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan dimasa mendatang. Upaya memaksimalkan nilai perusahaan penting bagi perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti nilai kemakmuran para pemegang saham juga semakin maksimal sesuai dengan tujuan perusahaan (Saraswati, *et al*, 2018). Menurut Arfan (2016:82) bahwa nilai dari perusahaan yang di publikasikan dapat memberikan informasi seberapa besar masyarakat (investor) atau para pemegang saham menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan harga yang tinggi dibanding nilai buku saham.

### **EPS**

Laba per lembar saham atau *earnings per share* (EPS) adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih perusahaan yang terkandung dalam satu lembar saham beredar (Sukamulja, 2019:103). *Earnings per share* (EPS) adalah informasi mendasar yang dianggap paling berperan dalam keputusan investasi para investor, karena EPS dapat menggambarkan prospek penerimaan yang akan diterima oleh investor di masa mendatang. Besarnya nilai EPS dapat dihitung dari laba bersih dan jumlah saham beredar dalam laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan.

### **Price Earning Ratio**

*Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham. Dengan mengetahui besaran PER, calon investor dapat mengetahui apakah harga sebuah saham tergolong wajar atau tidak secara nyata sesuai dengan kondisi saat ini dan bukannya berdasarkan pada perkiraan masa yang akan datang (Hery, 2017:144). *Price earning ratio* juga merupakan ukuran untuk menentukan bagaimana pasar

memberi nilai atau harga pada saham.

### *Leverage*

*Leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. *Leverage* atau Solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi) (Kasmir, 2012: 150).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Henry, 2017:192). Profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pemilik atau pengurus perusahaan, tetapi juga bagi pihak-pihak di luar perusahaan terutama yang mempunyai hubungan dan kepentingan dengan perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Inti dari penggunaan rasio ini adalah untuk menunjukkan efisiensi perusahaan.

### **Hipotesis**

H<sub>1</sub>: *EPS* berpengaruh terhadap profitabilitas

H<sub>2</sub>: *Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap profitabilitas

H<sub>3</sub>: *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas

H<sub>4</sub>: *EPS* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>5</sub>: *Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>6</sub>: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>7</sub>: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H<sub>8</sub>: Mediasi Profitabilitas pada pengaruh *EPS* terhadap nilai perusahaan

H<sub>9</sub>: Mediasi Profitabilitas pada pengaruh *PER* terhadap nilai perusahaan

H<sub>10</sub>: Mediasi Profitabilitas pada pengaruh *Leverage* terhadap nilai Perusahaan

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *consumer goods industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 12 (dua belas) perusahaan sektor *consumer goods industry*. Teknik penentuan sampel yang diguna

kan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2013: 122), sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 12 perusahaan sektor *consumer goods industry* yang menjadi populasi dalam penelitian.

## Identifikasi Variabel dan Pengukurannya

Tabel 1

### Identifikasi variabel dan Indikator variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Pengukuran	Indikator Variabel	Skala
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>EPS</i></li> <li>➤ Sukamulja (2019), Sari, et al (2021), Sinta, et al (2021)</li> </ul>	<i>EPS</i> (EPS) merupakan Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih perusahaan yang terkandung dalam satu lembar saham beredar.	<i>EPS</i> :  $\frac{\text{laba bersih}}{\text{jumlah saham beredar}}$	Ratio
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Price Earning Ratio</i> (PER)</li> <li>➤ Hery (2017), Nafisah, et al (2020), Aulia, et al (2018)</li> </ul>	<i>Price Earning Ratio</i> (PER) adalah rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham.	<i>Price Earning Ratio</i> :  $\frac{\text{harga saham}}{\text{laba perlembar saham}}$	Ratio
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Leverage</i></li> <li>➤ Kasmir (2018), Hery (2018), Utama, et al (2018)</li> </ul>	<i>Leverage</i> digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. <i>Debt to equity ratio</i> merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas.	<i>Debt to equity ratio</i> :  $\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$	Ratio
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nilai Perusahaan</li> <li>➤ Saraswati, et al (2018), Hery (2018), Wansani (2022)</li> </ul>	Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan didirikan sampai dengan saat ini. Menghitung nilai perusahaan dapat menggunakan indikator <i>Price to Book Value</i> (PBV).	<i>Price to Book Value</i> :  $\frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$	Ratio
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Profitabilitas</li> <li>➤ Kasmir (2018), Octaviany, et al (2019), Firlana, et al (2020).</li> </ul>	Menurut Kasmir (2018:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. <i>Return on asset</i> menurut Kasmir (2018:201) adalah hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama <i>return on investment</i> (ROI) atau <i>return on asset</i> merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.	<i>Return on asset</i> :  $\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$	Ratio

Teknik Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini peneliti adalah Path Analysis dan Uji Sobel. *Path analysis* merupakan sebuah model perluasan dari analisis regresi linier berganda untuk mengukur hubungan antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya (Ghozali, 2018: 245). Uji sobel digunakan untuk menghitung nilai variabel mediasi yang berdistribusi secara normal (Ghozali, 2018: 251). Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk menguji dan membuktikan ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu EPS, Price Earning Ratio dan Leverage terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan) dengan variabel mediasi (profitabilitas). Model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Z = b_{zx1}X_1 + b_{zx2}X_2 + b_{zx3}X_3 + e_1$$

$$Y = b_{yx1}X_1 + b_{yx2}X_2 + b_{yx3}X_3 + b_{yz}Z + e_2$$

Dengan Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

X1 = EPS

X2 = Price Earning Ratio

X3 = Leverage

Z = Profitabilitas

$b_{x1, x2, x3, z, y}$  = koefisien jalur

$e_{1,2}$  = error

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel diatas diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup> Test Substruktur 2* sebesar 0,854. Hal ini menunjukkan bahwa diperoleh 85,4% variabel dependen dari nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu EPS, Price Earning Ratio, Leverage sedangkan sisanya sebesar 14.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian. Variabel-variabel lain yang mempengaruhi profitabilitas menurut Ramdhonah, Ikin Solikin, Maya Sari (2019) dan penelitian dari, Ida Bagus Anom Purbawangsa, *et al* (2016) adalah variabel pertumbuhan perusahaan. Menurut Aprilia, Arief Yulianto (2016) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 4**

### Hasil Uji Koefisien Diterminasi Test Substruktur 1 dan 2

Koefisien Determinasi	
Adjusted R Square Test Substruktur 1	0,261
Adjusted R Square Test Substruktur 2	0,854

**Table 5**  
**Tabel Uji Hipotesis Simultan Test Substruktur 1 dan 2**

	F	Sig.	Keterangan
Regresi Test Substruktur 1	5,127	0,005	Berpengaruh
Regresi Test Substruktur 2	52,214	0,000	Berpengaruh

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikansi untuk Test Substruktur 1 yaitu pengaruh EPS (X1), PER (X2), dan *Leverage* (X3) secara simultan terhadap Profitabilitas (Z) sebesar  $0,005 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh EPS (X1), *Price Earning Ratio* (X2), dan *Leverage* (X3) secara simultan terhadap Profitabilitas (Z). Nilai signifikansi untuk Test Substruktur 2 yaitu pengaruh EPS (X1), *Price Earning Ratio* (X2), *Leverage* (X3), dan Profitabilitas (Z) secara simultan terhadap Nilai Perusahaan (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh EPS (X1), *Price Earning Ratio* (X2), *Leverage* (X3), dan Profitabilitas (Z) secara simultan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

**Table 6**  
**Uji Hipotesis Partial Test Substruktur 1 dan 2**

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta	Sig.	Keterangan
(Constant)	-3,210			
(Constant)	-12,489			
EPS (X1)* Profitabilitas (Z)	0,019	0,484	0,003	Berpengaruh
PER (X2)*Profitabilitas (Z)	0,213	0,310	0,042	Berpengaruh
<i>Leverage</i> (X3)*Profitabilitas (Z)	1,969	0,198	0,188	Tidak Berpengaruh
EPS (X1)*Nilai Perusahaan (Y)	0,005	0,094	0,222	Tidak Berpengaruh
PER (X2)*Nilai Perusahaan (Y)	0,194	0,201	0,007	Berpengaruh
<i>Leverage</i> (X3)*Nilai Perusahaan (Y)	2,938	0,212	0,004	Berpengaruh
Profitabilitas (Z)*Nilai Perusahaan (Y)	1,066	0,762	0,000	Berpengaruh

a. Dependent Variable: Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

**Table 7**  
**Uji Hipotesis Sobel Test**

Variabel	Test Statistik	Sig.	Keterangan
Profitabilitas (Z)* EPS (X1)*Nilai Perusahaan (Y)	3,010	0,003	Berpengaruh
Profitabilitas (Z)* PER (X2)*Nilai Perusahaan (Y)	2,061	0,039	Berpengaruh
Profitabilitas (Z)* <i>Leverage</i> (X1)*Nilai Perusahaan (Y)	1,333	0,182	Tidak Berpengaruh

### **Pengaruh *EPS* (X1) terhadap Profitabilitas (Y1)**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, hasil ini menunjukkan adanya pengaruh antara *EPS* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur sektor *Consomer Goods Industry* yang terdaftar di BEI. Nilai beta menunjukkan arah yang positif, nilai ini memiliki arti bahwa *EPS* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas. Hipotesis ini mendukung teori agensi yang dinyatakan dalam penelitian Laili (2022) dimana para investor sebelum menanamkan modalnya dalam perusahaan menilai pada laba yang dihasilkan dari aset perusahaan. Informasi tersebut kemudian dinyatakan Perusahaan yang memiliki *EPS* tinggi akan menambah profit perusahaan karena akan mendapatkan laba tinggi. Keuntungan yang tinggi akan meningkatkan pembilang untuk Profitabilitas (ROA) (Wedyaningsih dan Nurlaela, dkk, 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Maqsood, Anwar, Raza dkk (2016), Ulzanah dan Murtaqi (2015) dan Wedyaningsih, Siti Nurlaela, Kartika Hendra Titisari (2019) yang menyatakan *EPS* berpengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan.

### **Pengaruh *Price Earning Ratio* terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,042 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, hasil ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Price Earning Ratio* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur sektor *Consomer Goods Industry* yang terdaftar di BEI. Nilai beta menunjukkan arah yang positif, nilai ini memiliki arti bahwa *Price Earning Ratio* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas. Hipotesis ini mendukung teori agensi yang dinyatakan dalam penelitian Hadiprajitno (2013) principal ialah pemegang saham, sedangkan agen ialah manajemen yang mengelola perusahaan, principal dalam agency theory adalah pihak-pihak yang menyerahkan sebagian atau seluruh wealth-nya untuk dikembangkan oleh pihak lain. Dari informasi yang diterima tersebut suatu saham mempunyai *Price earning ratio* (PER) 5 kali, berarti harga saham tersebut 5 kali lipat terhadap *EPS* (EPS) nya. Saham yang mempunyai *Price earning ratio* (PER) yang semakin kecil bagi pemodal akan semakin bagus, karena saham tersebut memiliki harga yang semakin murah, dengan nilai *Price earning ratio* yang bagus investor memiliki peluang untuk menerima hasil (return) yang layak dari suatu investasi saham (Maretha, 2015). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Maretha (2015) dan Alexandra (2013) yang menyatakan *Price earning ratio* (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas (ROA).

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,015 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak, hasil ini menunjukkan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur sektor *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI. Hipotesis ini mendukung teori agensi yang dinyatakan dalam penelitian Maryatun (2017) *semakin tinggi Leverage perusahaan, semakin baik transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham perusahaan*. Hal ini terjadi karena komposisi antara hutang dan modal sendiri dalam mendanai perusahaan sangat tidak seimbang, masing-masing penggunaan modal mempunyai pengaruh berbeda terhadap laba yang diperoleh oleh perusahaan. Hal ini berarti bahwa setiap satuan penambahan *debt to equity ratio* maka akan ada penurunan kemampuan laba (Edith Theresa dalam Febria dan Halmawati, (2014;324)). Hasil penelitian ini menolak hipotesis ketiga yaitu *Leverage* tidak berpengaruh positif terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur sektor *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI Periode 2019 - 2021. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Febria dan Halmawati (2014) yang menyatakan *Leverage (Debt equity ratio)* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, namun sejalan dengan hasil penelitian dari Brahmana (2018), Afiezan H. Adam, Robert dkk (2020), Suryaningsih (2016) yang menyatakan *Leverage* tidak berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA).

### **Pengaruh *EPS* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,222 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak, hasil ini menunjukkan *EPS* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur sektor *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI. Dari informasi yang diterima laba per lembar saham (*EPS*) yang dibagikan kepada para investor tinggi maka menandakan bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan tingkat kesejahteraan yang baik kepada pemegang saham, karena hal itu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan keuntungan kepada pemegang sahamnya (Noviana, 2017). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Putri dan Noor (2022) yang menyatakan *EPS* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun sejalan dengan hasil penelitian Sari dan Muslihat (2021), Pioh dan Tommy, dkk (2018), Sihombing dan Hutagalung dkk (2020) yang menyatakan *EPS* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Price Earning Ratio* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima, hasil ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Price Earning Ratio*. Nilai beta menunjukkan arah yang positif, nilai ini memiliki arti

bahwa *Price Earning Ratio* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Peningkatan dari suatu *price earning ratio* (PER) akan berpengaruh pada naik turunnya laba perusahaan. Jika laba yang dihasilkan naik maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan yang signifikan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan di masa depan (Wiratno, 2022). *Price Earning Ratio* (PER) sebagai cara penilaian untuk mengetahui nilai saham yang sesungguhnya dari suatu perusahaan, bagi para investor semakin tinggi *Price Earning Ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan akan mengalami kenaikan (Fahmi, 2014: 84). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Wansani, Mispiananti (2022), Prasetyorini (2013), Lebelaha, Ivonne S. Saerang (2016) yang menyatakan *price earning ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{a6}$  diterima, hasil ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur sektor *Consomer Goods Industry* yang terdaftar di BEI. Nilai beta menunjukkan arah yang positif, nilai ini memiliki arti bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hipotesis ini mendukung teori agensi yang dinyatakan dalam penelitian Hadiprajitno (2013) principal ialah pemegang saham, sedangkan agen ialah manajemen yang mengelola perusahaan, principal dalam agency theory adalah pihak-pihak yang menyerahkan sebagian atau seluruh wealth-nya untuk dikembangkan oleh pihak lain. *Leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang, besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan nantinya akan dipakai dalam menjalankan aktifitas operasional perusahaan. Dalam penelitian Ugwuanyi (2012) menyatakan bahwa peningkatan hutang distruktur modal meningkatkan kekayaan pemegang saham yang nantinya akan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Pioh, Parengkuan Tommy dkk (2018), Sihombing, Debora Natalia Hutagalung dkk (2020), Pratama, I Gusti Bagus Wiksuana (2016) yang menyatakan *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{a7}$  diterima, hasil ini menunjukkan adanya pengaruh antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Nilai beta menunjukkan arah yang positif, nilai ini memiliki arti bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hipotesis ini mendukung teori agensi yang dinyatakan dalam

penelitian Hadiprajitno (2013) principal ialah pemegang saham, sedangkan agen ialah manajemen yang mengelola perusahaan, principal dalam agency theory adalah pihak-pihak yang menyerahkan sebagian atau seluruh wealth-nya untuk dikembangkan oleh pihak lain. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi serta berhasil membukukan laba yang terus meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkinerja baik, sehingga akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat (Sianipar, 2017). Profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga akan menciptakan sentimen positif bagi pemegang saham dan nilai perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Novari, Putu Vivi Lestari (2016), Akbar, Irham Fahmi (2020), Wansani, Mispiananti (2022) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Profitabilitas memediasi pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan Tabel 8 Hasil uji sobel menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,010 > dari t-tabel (1.96). Maka sesuai dengan hasil perhitungan uji sobel menunjukkan bahwa variabel *intervening* Profitabilitas (Z) secara signifikan memediasi pengaruh EPS (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Dengan demikian hipotesis H8 diterima. Pengaruh langsung EPS terhadap Nilai Perusahaan lebih kecil (0,094) dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi Profitabilitas ( $0,484 \times 0,762 = 0,369$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas mampu memediasi secara signifikan pengaruh antara EPS terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji sebelumnya menunjukkan pengaruh yang positif signifikan antara EPS terhadap Profitabilitas, tidak berpengaruh positif antara EPS terhadap Nilai Perusahaan, dan positif signifikan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

### **Profitabilitas memediasi pengaruh price earning ratio terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan Tabel 8 Hasil uji sobel menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,061 > dari t-tabel (1.96). Maka sesuai dengan hasil perhitungan uji sobel menunjukkan bahwa variabel *intervening* Profitabilitas (Z) secara signifikan memediasi pengaruh Price Earning Ratio (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Dengan demikian hipotesis H9 diterima. Pengaruh langsung PER terhadap Nilai Perusahaan lebih kecil (0,201) dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi Profitabilitas ( $0,310 \times 0,762 = 0,225$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas mampu memediasi secara signifikan pengaruh antara PER terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji sebelumnya menunjukkan pengaruh yang positif signifikan antara PER terhadap Profitabilitas, positif signifikan antara PER terhadap Nilai Perusahaan, dan positif signifikan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

### **Profitabilitas memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan Tabel 8 Hasil uji sobel menunjukkan nilai t-hitung sebesar 1,333 < dari t-tabel (1.96). Maka sesuai dengan hasil perhitungan uji sobel menunjukkan bahwa variabel *intervening* Profitabilitas (Z) tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Dengan demikian hipotesis H10 ditolak. Pengaruh langsung *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan lebih besar (0,212) dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi Profitabilitas ( $0,198 \times 0,762 = 0,151$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh antara *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji sebelumnya menunjukkan tidak berpengaruh yang positif antara *leverage* terhadap Profitabilitas, berpengaruh positif signifikan antara *leverage* terhadap Nilai Perusahaan, dan positif signifikan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Pratama, I Gusti Bagus Wiksuana (2016), Octaviany, Syamsul Hidayat dkk (2019) yang menyatakan Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

### **Simpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa simpulan yang dapat diuraikan antara lain:

- a. *EPS* dan *Price Earning Ratio* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas dan *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas.
- b. *Earning Per Ratio*, *Leverage* dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dan *EPS* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Profitabilitas mampu memediasi pengaruh *EPS* dan *Price Earning Ratio* terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

### **Keterbatasan**

- a. Periode penelitian selama 3 tahun (2019-2021) jika menambah tahun pengamatan sampai tahun 2022, laporan keuangan tahun 2022 belum tersedia sehingga penelitian tidak dapat dilakukan sampai tahun terbaru sehingga sampel yang dihasilkan belum mewakili keseluruhan kondisi perusahaan.
- b. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, sehingga penelitian tidak bisa mengendalikan dan mengawasi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam perhitungan.

## Saran

### a. Bagi Perusahaan

Perusahaan Manufaktur sektor *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia disarankan agar lebih memperhatikan lagi *EPS*, *Price Earning Ratio*, *Leverage* dan Profitabilitas yang dimiliki untuk meningkatkan nilai perusahaan.

### b. Bagi Investor

Investor dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan dan faktor lainnya *EPS*, *Price Earning Ratio*, *Leverage* dan Profitabilitas dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan Manufaktur sektor *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini masih dapat dikembangkan dengan memasukkan perusahaan sektor yang berbeda dengan tahun yang berbeda atau dengan tambahan tahun serta memasukkan sekaligus membandingkan perusahaan yang memiliki *return* saham yang mengalami fluktuasi. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti Pertumbuhan Penjualan atau ukuran perusahaan yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- (Alexandra), W. W.-T. (2013). The P/E Ratio And Profitability. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, Vol 12(No 1).
- Akbar Firlana, I. F. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol 5(No 1).
- Afiezan H. Adam, Robert, Vincent Valentino Yansen, Putri Pradini Manday, Dewi Chandra, N. A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Leverage* (DER) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Dagang Besar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, Vol 14(No 2).
- Anggraeni Nevira, Nur Sayidah. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, Vol 1(No 2), 100-114.
- Assegaf Aminullah, Alvi Mulyanintiyas, Yoosita Aulia. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Earning Response Coefficient Yang Dimoderasi Oleh Accruals Earning Management: Studi Empiris Perusahaan

- Di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL PABEAN: PERPAJAKAN, BISNIS, EKONOMI, AKUNTANSI, MANAJEMEN*, Vol 4(No 1). Retrieved from <http://jurnal.politeknikbosowa.ac.id/index.php/pabean/article/view/228/88>.
- Brahmana Laurentia, Liper Siregar, Jubi Jubi, E. G. (2018). Pengaruh Leverage Dan Aktivitas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Financial*, Vol 4(No 1).
- Dewi Rizky Alifia Safira, Yoosita Aulia. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Biaya Operasional Dan Struktur Modal Terhadap Pajak Penghasilan Badan Terutang Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi PT. Catur Sentosa Adiprana. *Soetomo Accounting Review*, Vol 1(No 3), 344-356.
- Dirvi Abbas, Dillah Ubay, & Sutardji. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 17(No. 1).
- Fuady Ridla Tsamrotul, I. R. (2018). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016). *Jurnal Ilmiah Binaniaga*, Vol 14(No 1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunde Yulita M., Sri . Murni, M. H. R. (2017). Analisis Pengaruh Leverage terhadap profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Industri Food And Beverages Yang Terdaftar Di BEI (Periode 2012-2015). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 5(No 3).
- Hery, S.E., M.Si., CRP., R. (2018). *Analisis laporan keuangan* (Adipramono (ed.); Cetakan 3,). PT Grasindo.
- Kasmir, D. (2018). *Analisis laporan keuangan* (Cetakan 11). Rajawali Pers, 2018.
- Laili Nur, B. H. (2022). Pengaruh profitabilitas, Free Cash Flow, Leverage Dan Kebijakan Dividen Terhadap Manajemen Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *FEB UMP*. <https://repository.ump.ac.id:80/id/eprint/12838>.
- Languju Octavia, Marjam Mangantar, H. H. D. T. (2016). Pengaruh Return on Equity, Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio dan Struktur Modal

- terhadap Nilai Perusahaan Property and Real Estate terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16(No 2).
- Lebelaha Devina L.A., I. S. S. (2016). Pengaruh Price Earnings Ratio, Debt To Equity Ratio Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16(No 2).
- Maryatun, T. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Financial Leverage, Manajemen Laba Terhadap Cost of Equity Perusahaan. *FEB UMP* 2017. <https://repository.ump.ac.id:80/id/eprint/2807>.
- Midra Sukma, T. E. (2014). Pengaruh EPS (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, Vol 2(No 2).
- Mu'minatus, S., Jihadi, M., Bambang, W., Novita, M., Dewi, N & Yoosita Aulia. (2021). The Effect of RGEC and EPS on Stock Prices: Evidence from Commercial Banks in Indonesia. *Yoosita AULIA / Journal of Asian Finance*, 8(8), 67-0074. Retrieved from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Octaviany Ayu, Syamsul Hidayat, M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol 3(No 1).
- Oktary Dewi, M. M. (2017). Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Pontianak*, Vol 10(No 2).
- Pioh Hizkia T., Parengkuan Tommy, J. L. S. (2018). Pengaruh Debt to Equity Ratio, EPS, Dan Return On Assets Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 6(No 4).
- Ramdhonah I Gusti Bagus Angga, I. G. B. W. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol 5(No 2).
- Ramdhonah Zahra, Ikin Solikin, M. S. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, Vol 7(No 1).
- Ranitasari, S. (2016). Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Dengan Sustainability Report Sebagai Intervening. *FE UMY*. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/8007>.
- Sari Bella Pradita, A. M. (2021). Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Dan Net Profit Margin Terhadap Price To Book Value Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2019. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, Vol 12(No 2).

- Sianipar Syarinah, M. I. (2017). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Universitas Riau, Vol 4*(No 1).
- Sinta, Gendro Wiyono. 2021. Mengimplementasikan Rasio Keuangan Untuk Mengukur Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Ilmiah Edunomika*.
- Suastini Ni Made, Ida Bagus Anom Purbawangsa, H. R. (2016). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, Vol 5*(No 1).
- Sukamulja, S. (2019). *Analisis laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi* (F. M. (ed.); Edisi 1, 2). Andi, 2019.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, Achmad Sani, Maharani, V. (2012). *Metodologi penelitian manajemen sumberdaya manusia: Teori, kuesioner, dan analisis data*. UIN-Maliki Press, 2012.
- Sukmayanti Ni Wayan Pradnyanita, N. T. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Property dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Vol 8*(No 1).
- Sihombing Meltry Anggita, Debora Natalia Hutagalung, Noviana Siska, D. S. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, EPS, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Program Studi Akuntansi Politeknik Ganesha, Vol 4*(No 2).
- Ulzanah Ashifa Arief, I. M. (2015). The Impact of Earnings Per Share, Debt to Equity Ratio, And Current Ratio Towards The Profitability of Companies Listed In LQ45 From 2009 To 2013. *Journal of Business and Management, Vol 4*(No 1).
- Wedyaningsih Nita, Siti Nurlaela, K. H. T. (2019). EPS, Debt to Equity Ratio dan Current Ratio Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sub-Sektor Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia. *Edunomika, Vol 3*(No 1).
- Yanti I Gusti Ayu Diah Novita, N. P. A. D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen, Vol 8*(Vol 4).