

ABSTRAK

Pengaruh Profitabilitas, *Investment Opportunity Set* (IOS), dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI.

Oleh : Mayang Sari/2012

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang sejauh mana (1) Pengaruh profitabilitasterhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan (3) Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2010. Peneliti menentukan jumlah sampel perusahaan yang diambil dengan kriteria tertentu (teknik *purposive sampling*). Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi dari data-data yang dipublikasikan oleh perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan profitabilitas, *investment opportunity set*, dan *leverage* sebagai variabel independen.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan $t_{hitung} 2,915 > t_{tabel} 1,972$ dengan tingkat signifikansi $0,011 < 0,05$ dan nilai koefisien $\beta 0,241$ sehingga H_1 diterima, (2) *investment opportunity set* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan $t_{hitung} 2,129 > t_{tabel} 1,972$ dengan tingkat signifikansi $0,042 < 0,05$ dan nilai koefisien $\beta 0,099$ sehingga H_2 diterima, (3) *leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan dengan $t_{hitung} 2,492 > t_{tabel} 1,972$ dengan tingkat signifikansi $0,033 < 0,05$ dan nilai koefisien $\beta -0,009$ sehingga H_3 diterima.

Dalam penelitian ini disar ankan: (1) bagi perusahaan emiten hendaknya meningkatkan nilai perusahaan sehingga menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tercatat, (2) bagi investor sebaiknya melakukan investasi pada perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi dengan mempertimbangkan nilai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, (3) bagi peneliti selanjutnya agar jumlah sampel dilakukan secara acak tidak hanya untuk perusahaan manufaktur saja, (4) jangka waktu penelitian sebaiknya dapat diperpanjang dengan jumlah sampel perusahaan yang lebih besar dan beragam, (5) variabel yang diteliti diharapkan lebih bervariasi lagi.