

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Likuiditas

Likuiditas Menurut Sudiani & Darmayanti (2016) *Current ratio* dapat memberikan gambaran tentang kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo.

Apabila semakin tinggi likuiditasnya akan semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terlihat melalui harga saham, perusahaan yang memiliki aktiva lancar akan dapat memenuhi jangka pendeknya. Semakin besar *current ratio* maka entitas memiliki tingkat likuiditas yang bagus, sehingga akan memberikan hasil positif terhadap kondisi entitas serta akan meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi ketidaksanggupan suatu entitas dalam melunasi utangnya juga akan memberikan pandangan buruk bahwa entitas tersebut mempunyai kendala keuangan, (Putri & Endang, 2016). Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya keyakinan investor sehingga akan berpengaruh pada penurunan nilai perusahaan.

Likuiditas ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan yang akan memenuhi kewajiban jangka pendek (Van Horne & wachowicz, 1998). Perusahaan ini memiliki alat untuk membayar aset-aset lancar yang jumlahnya jauh lebih besar kewajiban-kewajiban yang segera dibayar dalam kewajiban jangka pendek. Likuiditas ini akan memberikan informasi penting bagi pertumbuhan atau berkembangnya perusahaan dalam jangka pendek (Putri, Z.A &

Endang, N.P., 2016). Jangka pendek perusahaan ini tidak dapat mengelola perusahaan, yang dalam keadaan perusahaan semakin sulit dalam jangka pendek.

Likuiditas ialah keahlian suatu entitas dalam membayar utang jangka pendek pada saat jatuh tempo. Investor akan percaya jika suatu entitas dikatakan likuid, hal ini dikarenakan suatu entitas yang mempunyai tingkat likuiditas yang tinggi dianggap memiliki dana yang banyak, sehingga entitas tersebut akan memakai dana internalnya dulu dalam membiayai investasinya. Brealey dan Myers dalam Uremadu et al (2012) bahwa Investor akan tertarik terhadap perusahaan yang menghasilkan uang untuk membayar hutang atau kewajibannya. Dalam penelitian ini menggunakan *Current Ratio* dikarenakan ingin mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar.

Likuiditas dengan nilai tinggi akan memperoleh investor yang berinvestasi pada perusahaan sehingga permintaan saham perusahaan meningkat dan harganya naik. Kenaikan likuiditas akan meningkatkan nilai perusahaan, membuat keputusan keuangan akan menganjurkan untuk menggunakan likuiditas yang tinggi nilai perusahaan yang lebih tinggi agar bisa memanfaatkan peluang investasi secara optimal (Alfi et al, 2016). Dengan operasionalnya baik maka perusahaan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Jika perusahaan ini mampu memelihara likuiditas dengan baik, maka operasional perusahaan akan berjalan dengan baik dan dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Ada beberapa tujuan dan manfaat likuiditas yaitu sebagai berikut: 1. Cadangan yang dibutuhkan dan yang telah ditetapkan oleh bank sentral karena

kalau tidak dipenuhi akan terkena pinalti dari bank sentral. 2. Memperkecil dana yang menganggur karena kalau memiliki banyak dana yang menganggur akan mencapai mengurangi profitabilitas bank. 3. Mencapai likuiditas yang aman menjaga proyeksi *cashflow* kedalam kondisi yang sangat mendesak misalnya penarikan dana dari nasabah, pengambilan nasabah. Berikut manfaat yang berkaitan dengan likuiditas yaitu sebagai berikut: 1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. 2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. 3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. 4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. 5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.

Likuiditas ini merupakan kemampuan perusahaan akan membayar kewajiban jangka pendek perusahaan. Likuiditas ini berguna akan mengetahui kemampuan entitas dalam membiayai ataupun memenuhi kewajiban dalam utang pada saat akan jatuh tempo (Kasmir, 2016: 145). Perusahaan ini memiliki kualitas yang baik akan dianggap memiliki kinerja baik bagi investor. Dengan ini akan lebih menarik minat investor yang menanamkan modalnya kepada perusahaan. Likuiditas ini dapat digunakan atau diukur penelitian ini dengan rumus *current ratio* (CR). Dalam ratio lancar (*current ratio*) yang dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{Ratio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

### 1.1.2 Kebijakan Deviden

Kebijakan deviden menurut Martono & harjito (2014:270) ialah keputusan ini apakah yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai kebijakan deviden atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang.

Kebijakan deviden dikarenakan investor untuk memperkirakan bahwa kinerja perusahaan sangat baik, sebab investor ini mengharapkan keuntungan apa yang diinvestasikan, yang akan nantinya menarik investor (Salama et al., 2019). Akan semakin banyak keuntungan yang didapat maka dalam kemampuan membayar akan deviden akan juga semakin besar yang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pembayaran deviden berdampak pada kesejahteraan pemegang saham, dengan pembagian deviden yang tinggi maka investor yang akan dipenuhi nilai perusahaan akan dinilai baik (Yuniar & Wulandari et al, 2020).

Menurut Martono dan Harjitp (2008), kebijakan dividen (*dividen policy*) ialah ketetapan mengenai keuntungan yang didapatkan oleh suatu entitas pada akhir tahun dan akan dibagikan kepada stakeholder yang berupa kebijakan deviden atau tambahan modal dalam pembiayaan investasi dimasa depan. Kebijakan deviden merupakan suatu keputusan untuk mengetahui berapa besar bagian laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham dan berapa besar akan ditahan dalam perusahaan yang untuk selanjutnya diinvestasikan kembali.

Kebijakan deviden ialah merupakan keputusan laba yang akan didapatkan oleh suatu entitas pada akhir periode dan akan diberikan secara rata kepada stakeholder yang berupa deviden atau ditahan sebagai penambah modal untuk

membayai investasi dimasa depan. Kebijakan deviden ini suatu keputusan yang akan menentukan berapa besarnya keuntunganyang dibagikan kepada stakeholder dan akan ditahan dalam entitas yang akan diinvestasikan kembali. Kebijakan deviden ialah kebijakan dalam menentukan akan besarnya keuntungan pada perusahaan yang harus dibagikan kepada pemegang saham yang dalam bentuk deviden dan harus ditahan pada laba ditahan. Kebijakan deviden ini dapat dapat diartikan keputusan dalam beberapa banyak laba yang saat ini akan dibayar kepada deviden daripada ditahan lebih baik diinvestasikan kembali bisa kepada perusahaan (Gede & Artini, 2019). Pembayaran deviden ini ditunjukan untuk mengurangi ketidakpastian, dikarenakan keuntungan ini diisyaratkan oleh pemegang saham untuk mengurangi konflik antar menejemen perusahaan dan pemegang saham (Melinda Yanti Putu Diah, 2019).

Kebijakan deviden ini sebuah perusahaan yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan membagikan pendapatan laba ditahan dan deviden, yang akan berkaitan keputusan perusahaan yang membagikan pendapatan dalam bentuk deviden yang dihasilkan kepada pemegang saham sebagai laba ditahan yang diinvestasiakan di masa mendatang. Kebijakan Deviden mempromosikan dengan *Devidend Payout Ratio* (DPR), Dimana ratio pembayaran deviden adalah persentase laba yang akan dibayarkan kepada para pemegang dalam bentuk kas. DPR bisa dihitung dengan membandingkan antara *Devidend Per Share* dan *Earning Per Share*.

$$KD = \frac{\text{Devidend Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

### 2.1.3 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan ialah kenaikannya nilai penjualan dari tahun ke tahun atau waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki akan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi untuk membutuhkan lebih banyak investasi dari berbagai elemen aset, baik aset tetap ataupun aset lancar (Kesuma, 2009:41).

Pertumbuhan penjualan bisa menaikkan penghasilan industri dan mendukung industri ini mampu melaksanakan usahanya akan menaikkan nilai perusahaan (Alit Dramawan, 2015). Perusahaan ini dapat memaksimalkan sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat dilihat dari data penjualan dimasa lalu sehingga investor memikirkan keuntungan yang didapatkan dimasa datang dan menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan, berarti pertumbuhan penjualan merupakan salah satu bukti bahwa perusahaan ini benar-benar bertumbuh. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, investor, kreditor, maupun pihak lain untuk melihat prospek suatu perusahaan. (Pantow et al, 2015). Perusahaan ini dengan tingkat penjualan dan laba yang tinggi kecenderungan perusahaan bagaimana menggunakan utang sebagai sumber dana eksternal akan lebih besar membandingkan perusahaan-perusahaan yang rendah.

Pertumbuhan penjualan ini ialah indikator permintaan dan daya saing perusahaan yang ada suatu industri. Pertumbuhan ini ialah yang ada disuatu perusahaan untuk mempengaruhi kemampuan untuk mempertahankan keuntungan untuk menandai peluang yang ada pada masanya yang akan datang. Pertumbuhan penjualan ialah indikator permintaan yang ada didaya saing perusahaan untuk

suatu industri. Perusahaan penjualan yang tinggi guna mencerminkan pendapatan yang meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat. Hal ini guna semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka nilai perusahaan semakin meningkat dan begitu sebaliknya rendah maka pertumbuhan penjualan akan semakin rendah nilai perusahaan.

Menurut Nasehah dan Widyarti pertumbuhan penjualan merupakan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi dan industry di dalam perekonomian dimana perusahaan tersebut beroperasi. Pertumbuhan penjualan ini sangat diharapkan oleh pihak internal ataupun pihak eksternal entitas, karena pertumbuhan penjualan yang bagus akan memberikan perkembangan kepada entitas. Dari hasil investor, pertumbuhan suatu entitas ialah tanda entitas yang memiliki aspek untuk menguntungkan, investor mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang akan dilakukan untuk menunjukkan perkembangan yang bagus (Safrida, 2008:34).

Pertumbuhan penjualan ini akan diperlihatkan dengan pencapaian tingkat penjualan yang akan dihasilkan oleh entitas. Pertumbuhan penjualan (*growth*) memiliki peran penting dalam manajemen modal kerja. Dengan mengetahui berapa besar pertumbuhan penjualan, entitas dapat menebak hasilnya berapa besar profit yang didapatkan. Untuk mengukur pertumbuhan penjualan yang menggunakan rumus :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$$

#### 2.1.4 Nilai Perusahaan

Gitman (2006: 352), nilai yang dimiliki perusahaan sebanding dengan nilai dari lembar saham yang dijual pada pasar modal. Dari sana akan terlihat aset yang dimiliki apakah besar atau biasa saja. Kalau asetnya besar, nilai yang didapatkan semakin tinggi.

Nilai perusahaan ini merupakan indikator dengan kinerja keuangan yang bagi perusahaan *go public*. Nilai perusahaan yang tinggi akan mencerminkan harga saham yang ada didalam perusahaan maka akan nantinya akan menghasilkan juga harga saham yang tinggi (Sukirni, 2012). Nilai perusahaan yang tinggi akan mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, maka nilai semakin tinggi nilai perusahaan investor maka akan dapat keuntungan tambahan yang ada di perusahaan tersebut selain deviden yang akan diberikan kepada perusahaan itulah yang berupa *capital gain* yang ada di saham yang mereka miliki.

Menurut Epstein dan Martin (1994) ada beberapa konsep yang menjelaskan nilai perusahaan yaitu nilai nominal, nilai intrinsik, nilai likuidasi, nilai buku dan nilai pasar. Perusahaan go publik melihat masyarakat ataupun manajemen untuk mengetahui nilai perusahaan, nilai perusahaan dapat melihat kekuatan tawar-menawar saham, apabila perusahaan memperkirakan nilai perusahaan akan mempunyai hasil yang bagus dimasa depan, nilai saham akan menjadi semakin tinggi. Sebaliknya, apabila entitas dinilai kurang mempunyai harga yang bagus maka harga saham akan buruk (Andinata, 2010). Nilai perusahaan ini juga penting yang tak terkecuali bagi perusahaan dalam sektor *real estate* dan *property*,

Investasi mengikuti perkembangan masyarakat yang saat ini lebih banyak menginvestasikan uang yang dimilikinya, barang dan juga dalam bentuk tanah ataupun *property*. Populasi ini menterbataskan penduduk yang ketersediaan berupa tanah, yang akan menyebabkan kebutuhan ruang bangunan sebagai ruang hunian, perkantoran, maupun fasilitas umum akan meningkat total, sehingga sektor *property* dan *real estate* sebagai tempat yang diminati oleh para investor untuk diinvestasikan kepada perusahaan mereka.

Nilai perusahaan ini ialah harga yang bersedia dibayar maka calon pembeli yang apabila yang ada di perusahaan tersebut akan dijual, nilai perusahaan ini akan dijadikan suatu ukuran dalam suatu manajemen perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan kepada pemegang saham yang terpenuhi kesejahteraannya kepada pemegang saham yang mencerminkan tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini akan tercermin harga saham yang terlihat di pasar modal akan semakin tinggi harga saham perusahaan semakin baik dalam nilai perusahaan. Berikut faktor yang terjadi dalam nilai perusahaan: 1).Price Earning Ratio (PER) PER (Price Earning Ratio) merupakan jumlah dari modal atau uang yang rela dikeluarkan oleh investor untuk mendapatkan keuntungan. Indikator ini terdiri dari seberapa besar harga saham dan keuntungan yang didapatkan oleh pemegangnya.Semakin tinggi nilai dari PER, diharapkan laba atau keuntungan dari perusahaan akan meningkat di kemudian hari. 2).Price to Book Value (PBV) PBV dihitung untuk mengetahui berapa perbandingan nilai saham dan nilai buku yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai saham yang dimiliki, skor yang dimiliki perusahaan akan meningkat. Kalau sebaliknya, investor tidak akan

mau mendekat. 3).Tobin's Q Menurut Tobin, faktor yang mempengaruhi skor perusahaan terdiri dari nilai saham dan juga ekuitas itu sendiri. Selama dua hal itu bisa berjalan dengan baik dan skor yang didapatkan tinggi, nilai dari perusahaan semakin berada di atas awan dan disukai oleh banyak sekali investor.

Nilai perusahaan ialah harga saham yang tercantum antara pembeli dan penjual saat melakukan transaksi yang mencerminkan nilai aset perusahaan yang ada pada perusahaan yang sesungguhnya, maka nilai perusahaan semakin tinggi akan tinggi juga tanggung jawab atau kemakmuran para pemegang saham (Brigham, E.F & Houston, 2018:7). Investor harga saham yang tinggi akan menandakan nilai perusahaan bahwa tingginya tingkat kemakmuran dari para pemegang saham yang udah meninvestasikan investor tersebut. Nilai perusahaan yang selalu berkaitan dengan harga saham perusahaan dimana untuk calon pembeli bersedia membeli saham jika harga saham perusahaan dijual. Berikut rumus yang akan digunakan pada nilai perusahaan tersebut dengan menggunakan Ratio *price to book value* berikut adalah persentase:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham/lembar}}{\text{Nilai Buku Saham/lembar}}$$

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh likuiditas, kebijakan deviden, pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.**

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Peneliti	Variabel	Alat Ukur	Hasil Penelitian
1	Hamid Nur Ikhsan (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverenge</i> , Ukuran Pertimbangan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2014-2017	X1: Profitabilitas X2: Likuiditas X3: <i>Leverenge</i> X4: Ukuran pertimbangan X5: Kebijakan deviden Y: Nilai Perusahaan	Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>leverenge</i> , dan kebijakan deviden tidak terpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Bela Febriana Fista & Dini Widyawati (2017)	Pengaruh Kebijakan Deviden, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	X1: Kebijakan deviden X2: Pertumbuhan penjualan X3: Profitabilitas X4: Ukuran perusahaan Y: Nilai perusahaan	Regresi berganda	Menggunakan uji kelayakan model menunjukkan model layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut, dan menggunakan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji menunjukkan variabel kebijakan deviden, pertumbuhan penjualan, profitabiliras, dan ukuran

					perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.
3	AA Ngurah Dharma Adi Putra & Putu Vivi Lestari (2016)	Pengaruh Kebijakan Deviden, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	X1: Kebijakan deviden X2: Likuiditas X3: Profitabilitas X4: Ukuran Perusahaan Y: Nilai Perusahaan	Regresi bergand a	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan deviden, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4	Ida Ayu Puspita Trisna Dewi & I Ketut Sujana (2019)	Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Risiko bisnis terhadap nilai perusahaanaan	X1: Likuiditas X2: Pertumbuhan penjualan X3: Risiko bisnis Y: Nilai perusahaan	Regresi Bergan da	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa likuiditas terpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
5	Aris Setiawan (2019)	Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada	X1: Likuiditas X2: nPertumbuhan Penjualan Y: Nilai perusahaan	Regresi bergand a	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan

---

Perusahaan  
Telekomunikasi  
yang  
Terdaftar di  
Bursa Efek  
Indonesia

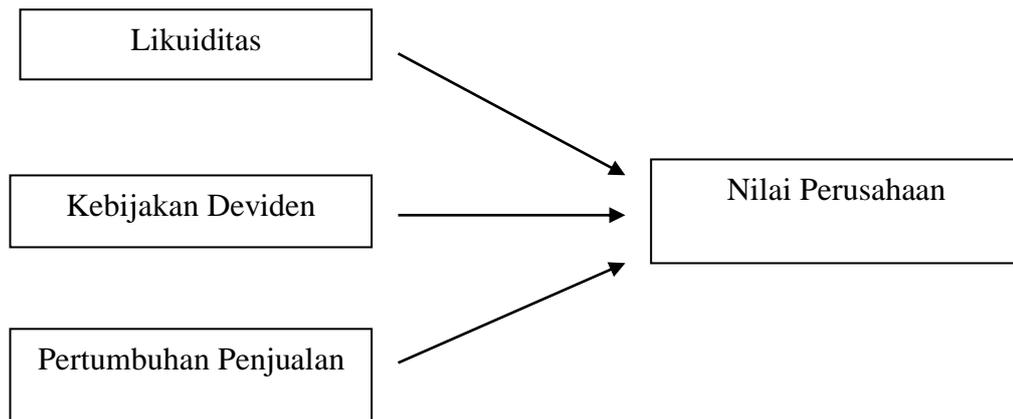
telekomunikasi,  
pertumbuhan  
penjualan tidak  
berpengaruh  
terhadap nilai  
perusahaan pada  
perusahaan  
telekomunikasi  
dan likuiditas  
dan  
pertumbuhan  
penjualan secara  
simultan  
berpengaruh dan  
signifikan  
terhadap nilai  
perusahaan pada  
perusahaan  
telekomunikasi  
yang terdaftar di  
bursa efek  
indonesia  
selama periode  
2016-2018

---

Sumber : Data Diolah, 2021

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan teori yang diuraikan sebelumnya dan penelitian terdahulu yang menunjukkan terdapat beberapa faktor untuk mengukur Nilai Perusahaan. Penelitian ini menguji faktor – faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menggunakan dengan Likuiditas, Kebijakan Deviden, Pertumbuhan Penjualan. Kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan dengan bagan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

## 2.4 Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Apa bila semakin tinggi likuiditasnya maka semakin tinggi juga nilai perusahaan terlihat melalui harga saham nya (Mery et al.,2017).

Perusahaan yang memiliki aktiva lancarnya besar dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Jika likuiditasnya tinggi maka perusahaan dapat dilihat dari *internal financing* yang cukup untuk membayar kewajiban sehingga struktur modal juga dapat berkurang (dewi et al.,2018).

Dengan meningkatkan likuiditas berarti meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor (Amijaya et al .,2016)

H1 : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### 2.4.2 Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan

Berdampak kebijakan deviden dikarenakan investor memperkirakan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik, sebab investor mengharapkan keuntungan dari

apa yang diinvestasikannya, hal ini memberikannya tanda pada investor, yang nantinya dapat menarik investor (Salama et al., 2019).

Semakin naik keuntungan yang didapat maka kemampuan membayar deviden juga semakin besar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pembayaran deviden berdampak pada kesejahteraan pemegang saham, apabila perusahaan tidak mempunyai kebijakan deviden yang konstan maka investor tidak akan mau mempertahankan modal (Yuniar, 2020).

Deviden menjadi salah satu sebab dilakukannya investasi, dengan pembagian deviden yang tinggi maka kesejahteraan investor terpenuhi sehingga nilai perusahaan akan dinilai baik (Wulandari et al., 2020).

H2 : Kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### **2.4.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Berkembangnya pertumbuhan penjualan dapat menaikkan penghasilan industri dan mendukung industri untuk mampu melaksanakan peluasan usahanya dapat menaikkan nilai perusahaan (Alit Dramawan, 2015).

Perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai perusahaan dengan melihat data penjalan dimasa lalu sehingga investor dapat memperkirakan keuntungan yang akan didapat dimasa depan (Pantow et al., 2015).

Pertumbuhan penjualan dari perusahaan mempunyai tanda yang menguntungkan sehingga investor akan mengharapkan tingkat pengembalian dari investasi yang dilakukan (Toalib & Kurnia, 2020).

H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan