**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, UMUR PERUSAHAAN DAN INVESTASI PEMASARAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Eva Safitri 1, Choliq Sabana2, dan M. Sigit Taruna3**

*Universitas Pekalongan,*

*Email : \*evasafitrti0606@gmail.com*

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan Investasi Pemasaran Terhadap Nilai Perusahaan Dengan profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2020. Metode-metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji kecocokan model, analisis regresi linear berganda dan uji interaksi/MRA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif Signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh Negatif Signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Umur Perusahaan berpengaruh Positif Signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Umur Perusahaan berpengaruh Negatif Signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Investasi Pemasaran berpengaruh Positif Signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Investasi Pemasaran berpengaruh Negatif Signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

**Kata Kunci:** Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Investasi Pemasaran, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

***ABSTRACT***

*This study was conducted to examine and analyze the effect of firm size, firm age, and marketing investment on firm value with profitability as a case study moderating variable in banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2020. The methods used in this research are descriptive statistical test, classical assumption test, model fit test, multiple linear regression analysis and interaction test/MRA. The results of this study indicate that firm size has a significant positive effect on firm value, firm size has a significant negative effect on firm value, firm age has a significant positive effect on firm value, firm age has a significant negative effect on firm value, marketing investment has a significant positive effect on firm value, Marketing Investment has a significant negative effect on firm value.*

***Keywords:*** *Company Size, Company Age, Marketing Investment, Firm Value, Profitability.*

**PENDAHULUAN**

Nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya (Fatima 2017). Jika harga saham suatu perusahaan tinggi maka dapat memberikan hal positif kepada pemegang saham atau calon pemegang saham. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemagang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Menurut (Susanti 2010). Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen asset. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indicator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi.

Pengembangan perbankan Indonesia perlu dilakukan secara hati-hati agar tidak menimbulkan gejolak sehingga perbankan dapat tumbuh secara sehat dan berkesinambungan serta mampu memberikan manfaat yang besar bagi pembangunan ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat. Tantangan yang dihadapi industri perbankan ke depan semakin meningkat, bervariasi, dan dinamis. Tantangan tersebut terutama muncul dari adanya pandemi Covid-19 dan kebijakan pembatasan sosial berskala besar yang mengikutinya. Selain itu, terdapat sejumlah tantangan struktural perbankan yang masih harus dihadapi terkait skala usaha dan daya saing perbankan serta perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat diiringi dengan perubahan perilaku ekonomi masyarakat. Mencermati tantangan tersebut, OJK memandang perlu merumuskan arah perbankan ke depan yang selaras dengan dinamika perekonomian dan perbankan nasional yang dituangkan dalam Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia 2020 – 2025 (RP2I).

RP2I berisikan arah dan acuan pengembangan jangka pendek maupun pengembangan struktural secara bertahap dalam rentang waktu enam tahun. Arah pengembangan jangka pendek ditujukan untuk mengoptimalkan peran perbankan dalam mempercepat proses pemulihan ekonomi nasional akibat dampak pandemi Covid-19. Arah pengembangan struktural ditujukan untuk memperkuat perbankan nasional sehingga memiliki daya tahan (resiliensi) yang lebih baik, daya saing yang lebih tinggi, dan kontribusi yang lebih optimal terhadap perekonomian nasional. (Otoritas Jasa Keuangan ,2022).

Berdasarkan Tabel 1.1 berisi rata-rata ukuran perusahaan, umur perusahaan, investasi pemasaran, nilai perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2018-2020 yang mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Dimana rata-rata ukuran perusahaan tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 29,69 ke 29,98, kemudian tahun 2020 juga mengalami kenaikan menjadi 30,16. Rata-rata umur perusahaan tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 46,53 ke 47,53, kemudian tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 48,53. Rata-rata investasi pemasaran mengalami penurunan pada tahun 2018-2019 dari 0,61% ke 0,55%, kemudian mengalami kenaikan tahun 2020 menjadi 0,60%. Rata-rata nilai perusahaan tahun 2018-2019 mengalami penurunan dari 1,70% ke 1,09%, kemudian tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 1,20%. Rata-rata profitabilitas tahun 2018-2019 mengalami penurunan dari 0,20% ke 0,14%, kemudian tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 0,16%.

Pada penelitian ini menggunakan indikator Price to Book Value (PBV) karena PBV merupakan pengukuran yang stabil dan digunakan secara luas oleh sekuritas seluruh negara. Price to Book Value (PBV) yang semakin tinggi mengartikan bahwa semakin tinggi pula kinerja keuangan dengan dana yang telah ditanamkan oleh investor sehingga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan dan akan lebih banyak menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Hal yang penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu kinerja keuangan yang bagus karena pengelolaan dananya dilakukan dengan tepat.

Penelitian ini sebelumnya pernah di lakukan oleh peneliti bernama Dewi Septianawati (2019) yang meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel modersi. Nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV) yang menghasikan bahawa ukuran perusahaan berpengruh positif terhadap nilai perusahaan, umur perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. adapun faktor dari nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik, karena perusahaan besar mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang baik serta kondisi penjualan yang stabil. Investor akan tertarik untuk menanamkan modal pada perusahaan dan akhirnya membuat harga saham meningkat.(Dewi,2019). Penelitian dari (Dewi,2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh teerhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian dari Eka Indriyani ( 2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Faktor lain dari nilai perusahaan ada juga umur perusahaan.

Umur perusahaan yaitu lama perusahaan untuk tetap eksis dan mampu bersaing di dalam dunia usaha (Dewinta dan Setiawan, 2016). Umur perusahaan diperoleh dari hasil pengurangan tahun berjalan dikurangi dengan tahun berdirinya (Binti Ulin Ulfa, 2017). Bahwa perusahaan dapat mempertahankan performa perusahaan dan tujuan dari perusahaan tersebut. Semakin lama perusahaan berdiri maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin lama suatu perusahaan berdiri maka investor sebagai penanam modal lebih percaya dibandingkan dengan yang baru berdiri, karena di asumsikan dengan aset yang banyak akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dan perusahaan mampu bertahan, sehingga harga saham meningkat.

Umur perusahaan terhadap nilai perusahaa pernah dilaukan oleh peneli bernama Delinalie dan Yustiana (2015) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun penelitian ini berbeda dengan penelitian dari Dewi Septiawati (2019) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Fakor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan ada investasi pemasaran (marketing investment) Pengeluaran dana untuk pemasaran harus dilihat sebagai sebuah investasi. Investasi dalam program pemasaran tidak bisa dipertimbangkan dari setiap perbedaan jika perusahaan menginvestasi hari ini untuk kampanye iklan yang baru, hasilnya akan terlihat dalam beberapa bulan kemudian. Walaupun itu hanya sebuah kampanye untuk memperkenalkan merek, investasi pemasaran harus dapat meningkatkan penjualan atau memperpendek putaran penjualan [sales cycle]. Pada penelitian ini menggunaka Return On Marketing Investment (ROMI). Menurut Powell (2002:7) dalam (Cahiril dan Syamsul, 2013).

Return On Marketing Investment (R0MI) adalah sebuah alat yang akan membantu pemasar untuk memahami program pemasaran merencanakan dan mengatur penganggaran, mengkomunikasikan tujuan dan maksud dari program pemasaran, mengatur prioritas, mengeksekusi dan mengelolanya, memonitori dan mengukurnya dan saat hal ini sukses, hal ini akan kembali untuk uang yang lebih banyak dan mengukur program pemasaran tersebut agar dapat lebih sukses.

Dikarenakan adanya ketidaksamaan antara hasil penelitian satu dengan penelitian yang lainnya. Maka judul dalam penelitian ini yaitu: PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, UMUR PERUSAHAAN DAN INVESTASI PEMASARAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PERUSAHAAN PERBANKANYANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE (2018-2020).

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional (correlational research). Penelitian korelasional (correlational research) adalah penelitian yang akan menguji keterkaitan antara variabel baik dalam bentuk hubungan maupun pengaruh (Nurhayati 2012). Dalam penelitian ini melihat hubungan ukuran perusahaan, umur perusahaan dan investasi pemasaran terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada tahun 2018-2020.

**Populasi dan Sampel**

Populasi adalah sekumpulan data yang mempunyai karakteristik yang sama untuk menentukan sampel yang akan digunakan peneliti. Populasi penelitian ini merupakan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 yang berjumlah 46 perusahaan di setiap tahunnya.

Sampel adalah bagian dari populasi yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk diamati, sehingga sampel ukurannya lebih kecil dibandingkan populasi dan berfungsi sebagai wakil dari populasi. (Siti Nurhayati,2012). Jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria dalam metode penarikan sampel.

**Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kali ini data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dan diakses memalui web PT Bursa Efek Indonesia. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi berupa publikasi-publikasi dan sudah dikumpulkan oleh orang lain (Siti Nurhayati,2012:28). Sumber sekunder diperoleh dari website (www.idx.co.id) dan juga dari sumber internet lainnya . Sedangkan jenis data dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Menurut Siti Nurhayati (2012:28). Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka-angka.

**ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

1. **Statistik Deskriptif**

|  |
| --- |
| **Descriptive Statistics** |
|  | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| PBV | 129 | .01 | 11.96 | 1.3293 | 1.63448 |
| ROA | 129 | .00 | 2.54 | .1553 | .33521 |
| Size | 129 | 26.83998 | 34.42374 | 29.9418978 | 1.71955084 |
| UP | 129 | 19 | 125 | 47.53 | 24.457 |
| ROMI | 129 | .000027 | 4.550241 | .52663359 | .873796942 |
| Valid N (listwise) | 129 |  |  |  |  |

Dari 5 variabel nilai standar deviasi PBV, ROA & ROMI lebih besar dari nilai rata-ratanya, maka variasi data yang dimiliki cukup besar.

Dan nilai standar deviasi SIZE & UMUR PERUSAHAAN standar deviasinya lebih kecil dari nilai rata-ratanya, maka variasi data yang dimiliki kecil.

1. **Uji Asumsi Klasik**

Uji Normalitas

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 75 |
| Normal Parametersa,b | Mean | ,0000000 |
| Std. Deviation | ,14938987 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,066 |
| Positive | ,066 |
| Negative | -,066 |
| Test Statistic | ,066 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,200c,d |
| a. Test distribution is Normal. |
| b. Calculated from data. |
| c. Lilliefors Significance Correction. |
| d. This is a lower bound of the true significance. |

Data berdistribusi normal apabila nilai asymsig (2-tailed) lebih dari 0,05. Dapat dilihat dari tabel bahwa nilai asymsig (2-tailed) 0,200 atau lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Collinearity Statistics |
| Tolerance | VIF |
| 11 | (Constant) |  |  |
| Size | .921 | 1.085 |
| Age | .911 | 1.097 |
| ROMI | .907 | 1.103 |
| ROA | .887 | 1.128 |
| a. Dependent Variable: PBV |

Data tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai tolerannya lebih dari 0,10 dan nilai VIFnya kurang dari 10.

Dapat dilihat dari tabel bahwa nilai toleran masing-masing variabel bebas lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi mutikolinearitas antara variabel bebas yang diteliti.

Uji Heterokedasitas

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -,001 | ,177 |  | -,007 | ,995 |
| Size | ,005 | ,006 | ,107 | ,823 | ,413 |
| Age | ,001 | ,001 | ,182 | ,566 | ,573 |
| ROMI | -,012 | ,023 | -,125 | -,540 | ,591 |
| ROA | -,008 | ,025 | -,095 | -,331 | ,382 |
| a. Dependent Variable: Gleytser |

Data tidak mengalami gangguan heterokedasitas apabila nilai signifikannya lebih dari 0,05.

Dapat dilihat dari table bahwa nilai signifikan masing-masing variabel bebas lebih dari 0,05 maka data dalam penelitian ini tidak terjadi gangguan heterokedasitas.

Uji Autokorelasi

|  |
| --- |
| **Model Summaryb** |
| MModel | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .404a | .164 | .116 | .1611438 | 1.182 |
| a. Predictors: (Constant), ROA, Size, Age, ROMI |
| b. Dependent Variable: PBV |

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa data tidak terjadi autokorelasi. Oleh karena *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1.180 DW table n = 74 dan k = 3, pada level alpha 5% diperoleh nilai dL = 1,2707 dU=1,6519 dan 4-dU=2,3481 karena nilai *Durbin Warson* berada diantara dU dan 4-dU, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang diajukan tidak terdapat autokorelasi.

Uji F (Uji Kecocokan Model)

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | ,522 | 6 | ,087 | 3,580 | ,004b |
| Residual | 1,651 | 68 | ,024 |  |  |
| Total | 2,173 | 74 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: PBV |
| b. Predictors: (Constant), ROMI\_ROA, Size, Age, Size\_ROA, ROMI, Age\_ROA |

Model dikatakan cocok atau Fit apabila nilai signifikan pada tabel annova kurang dari 0,05. Dapat dilihat dari tabel bahwa nilai signifikan pada tabel annova 0,004 atau kurang dari 0,05 maka model regresi cocok.

1. **Analisis Regresi Linear Berganda**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | ,477 | ,312 |  | 1,528 | ,131 |
| Size | ,015 | ,011 | ,163 | 1,356 | ,180 |
| Age | ,005 | ,002 | ,712 | 2,392 | ,020 |
| ROMI | -,094 | ,040 | -,507 | -2,369 | ,021 |
| a. Dependent Variable: PBV |

Koefisien Regresi Variabel Size (X1) Nilai koefisien regresi yaitu 0,163 yang menunjukan bahwa jika variabel profitabilitas (ROA) naik 1 satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,163.

Koefisien Regresi Variabel Umur perusahaan (X2) Nilai koefisien regresi yaitu 0.712 yang menunjukan bahwa jika variabel likuiditas (UP) naik 1 satuan maka nilai perusahaan akan naik yaitu sebesar 0.712.

Koefisien Regresi Variabel *ROMI* (X3) Nilai koefisien regresi yaitu -0.507 yang menunjukan bahwa jika variabel *ROMI* naik 1 satuan maka nilai perusahaan akan turun yaitu sebesar -0.507.

Uji Statistik (Uji t)

Berdasarkan table dari uji analisis regresi linear berganda uji statistic menghasilkan :

Nilai t hitung dari variabel size sebesar 1,356 dan nilai signifikan sebesar 0,180 atau lebih besar dari 0,05 maka variabel size berpengaruh positif tidak signifikan terhadap PBV.

Nilai t hitung dari variabel age sebesar 2,392 dan nilai signifikan sebesar 0,020 atau lebih kecil dari 0,05 maka variabel age berpengaruh positif signifikan terhadap PBV.

Nilai t hitung dari variabel romi sebesar -2,369 dan nilai signifikan sebesar 0,021 atau lebih kecil dari 0,05 maka variabel romi berpengaruh negatif signifikan terhadap PBV.

1. **Uji Interaksi/MRA**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | ,477 | ,312 |  | 1,528 | ,131 |
| Size | ,015 | ,011 | ,163 | 1,356 | ,180 |
| Age | ,005 | ,002 | ,712 | 2,392 | ,020 |
| ROMI | -,094 | ,040 | -,507 | -2,369 | ,021 |
| Size\_ROA | ,022 | ,045 | ,131 | ,495 | ,622 |
| Age\_ROA | -,044 | ,027 | -,717 | -1,635 | ,107 |
| ROMI\_ROA | 1,576 | ,643 | ,612 | 2,450 | ,017 |
| a. Dependent Variable: PBV |

Nilai koefisien Ukuran Perusahaan (X1) mempunyai pengaruh sebesar 0,163 hal ini berarti jika Ukuran Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,163. Koefisien bernilai positif.

Nilai koefisien Umur Perusahaan (X2) mempunyai pengaruh sebesar 0,712 hal ini berarti jika Umur Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,712. Koefiseien bernilai positif.

Nilai koefisien ROMI (X3) mempunyai pengaruh sebesar -0,507 hal ini berarti jika ROMI mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar -0.507. Koefisien bernilai negatif.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan Profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi. Hasil uji interaksi/MRA pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan Profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi menghasilkan bahwa Beta sebesar 0,131 bernilai positif dengan signifikansi sebesar 0.622 > 0.05 yang mengartikan bahwa variabel moderasi ROA memoderasi secara tidak signifikan pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Maka dari itu H4 penelitian ini ditolak.

Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan Profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi. Hasil uji interaksi/MRA pengaruh Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan Profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi menghasilkan bahwa Beta sebesar -0,717 bernilai negatif dengan signifikansi sebesar 0,107 > 0.05 yang mengartikan bahwa variabel moderasi ROA tidak memoderasi dan tidak signifikan pengaruh Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Maka dari itu H5 penelitian ini ditolak.

Pengaruh Investasi Pemasaran terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan Profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi. Hasil uji interaksi/MRA pengaruh Investasi Pemasaran terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan Profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi menghasilkan bahwa Beta sebesar 0,612 bernilai positif dengan signifikansi sebesar 0.017 > 0.05 yang mengartikan bahwa variabel moderasi ROA memoderasi secara signifikan pengaruh Investasi Pemasaran terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Maka dari itu H6 penelitian ini diterima.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

* Uji t terhadap variabel Ukuran Perusahaan (X1) didapatkan t hitung 1,356 dan nilai signifikansinya lebih besar dari 5% (0.180 > 0.05), variabel Ukuran Perusahaan (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel nilai perusahaan (Y), maka H1 ditolak.
* Uji t terhadap variabel Umur perusahaan (X2) didapatkan t hitung 2,392 dan nilai signifikan lebih kecil dari 5% (0.020 < 0.05), variabel Umur perusahaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan (Y), maka H2 diterima.
* Uji t terhadap ROMI (X3) didapatkan t hitung -2,369 dan nilai signifikan lebih kecil dari 5% (0.021 < 0.05), variabel ROMI (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan (Y), maka H3 ditolak.
* Uji t terhadap variabel Size\_ROA didapatkan t hitung sebesar 0,495 dengan signifikansi 0.622 karena signifikansinya lebih besar dari 5% (0.622 > 0.05), sehingga variable ROA dan variabel Ukuran perusahaan (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y),yang berarti ROA tidak dapat memoderasi antara Size dengan Nilai Perusahaan, maka H4 ditolak.
* Uji t terhadap variabel Age\_ROA didapatkan t hitung sebesar -1,635 dengan signifikansi 0.107 karena signifikansinya lebih besar dari 5% (0.107 > 0.05), sehingga variable ROA dan variabel Umur perusahaan (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y), yang berarti ROA tidak dapat memoderasi antara Umur Perusahaan dengan Nilai Perusahaan, maka H5 ditolak.
* Uji t terhadap variabel ROMI\_ROA didapatkan t hitung sebesar 2,450 dengan signifikansi 0.017 karena signifikansinya lebih kecil dari 5% (0.017 < 0.05), sehingga variable ROA dan variabel ROMI (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y), yang berarti ROA dapat memoderasi antara ROMI dengan Nilai Perusahaan, maka H6 diterima.

# DAFTAR PUSTAKA

1. Afandy, Chairil, Dan Syamsul Bachri. 2013. “Analisis Return On Marketing Investment Pada Distro Flo.”
2. Aisah, Ayu Nurhayani, Dan Kastawan Mandala. 2016. “Pengaruh Return On Equity, Earning Per Share, Firm Size Dan Operating Cash Flow Terhadap Return Saham.” *E-Jurnal Manajemen Unud.*
3. Anggasta, Giovani. 2019. “Pengaruh Ukuran Perusahan, Profitabilitas, Dividen Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.”
4. Arini, Kurnia Rina, Dan Andy Dwi Bayu Bawono. 2018. “Pengaruh Ukuran Dan Umur Perusahaan Terhadap Audit Report Lag Dengan Profitabilitas Dan Solvabilitas Sebagai Variabel Moderating.”
5. Chandra, Dellinalie, Dan Yustina Triyani. 2015. “Pengaruh Level Diversifikasi, Leverage, Return On Asset, Umur Perusahaan Dan Sektor Industri Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2009-2011.”
6. Chandra, Teddy. 2014. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Vol.18, No.4.*
7. Fatima, Anna. 2017. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Moderasi.”
8. Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: Universitas Diponegoro.
9. Gumanti, Tatang A. 2009. “Teori Sinyal Dalam Manajemen Keuangan.”
10. Indriyani, Eka. 2017. “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Ilmu Akuntansi.*
11. Kurniawan, Raynaldi Surya. 2021. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi.”
12. Murhadi, Werner R. 2012. *Analisis Laporan Keuangan Proyeksi Dan Valuasi Saham.* Surabaya: Salemba Empat.
13. Mustafa, Ima, Anggita Langgeng Wijaya, Dan Nik Amah. 2021. “Pengaruh Tipe Auditor, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Audit Report Lag.”
14. Nurhayati, Siti. 2012. *Metodologi Penelitian Praktis.* Pekalongan: Unikal Press.
15. Prasetia, Ta'dir Eko, Parengkuan Tommy, Dan Ivone S Saerang. 2014. “Stuktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar DI BEI.”
16. Rachmawati, Arinie. 2017. “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahan Pada Perusahaan Industri Keuangan Non Bank Periode 2014-2016.”
17. Rahmawati, Umi Nafisah. 2017. “Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI) .”
18. Septianawati, Dewi. 2019. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan Leverage Dam Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.”
19. Susanti, Rika. 2010. “Analisi Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Go Public Yang Listend Tahun 2005-2008).”