

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teoritis

2.1.1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah teori yang paling banyak dikutip di bidang akuntansi sosial dan lingkungan (Tilling, 2004). Naser et al, (2006) mengatakan teori legitimasi sudah digunakan dalam tinjauan akuntansi dalam melebarkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Legitimasi masyarakat adalah faktor strategis untuk pertumbuhan perusahaan di masa depan. Hal ini dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk membangun strategi perusahaan, terutama yang berkaitan dengan upaya untuk memposisikan diri ditengah-tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dianggap diinginkan atau perusahaan mencari dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan sumber kekuatan baru perusahaan untuk kelangsungan hidup. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan legitimasi adalah sistem manajemen perusahaan yang diarahkan pada bias masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya perjanjian sosial antara perusahaan dengan masyarakat dan adanya pengungkapan sosial tentang lingkungan.

2.1.2. Teori Sinyal

Brigham & Houston (2011) menyatakan teori sinyal ialah keputusan yang akan diambil manajemen perusahaan untuk memberi petunjuk kepada investor mengenai bagaimana menilai prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bahwa suatu informasi pada investor ataupun pihak lain dalam pengambilan keputusan yang berupa sinyal positif maupun sinyal negatif pada saat informasi dari perusahaan diterbitkan. Selanjutnya informasi tersebut digunakan untuk bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Sinyal positif atau negatif yang diperoleh dari informasi perusahaan yang digunakan oleh investor sebagai bahan observasi mengenai nilai perusahaan. Sinyal positif yang diajukan perusahaan dapat menginvestasikan investor diperusahaan

tersebut. *Signaling Theory* menjelaskan bahwa bagaimana perusahaan mempunyai motivasi memberikan laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan tersebut terjadi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak luar karena perusahaan lebih fasih dalam profil dan prospek untuk kedepannya dibandingkan dengan pihak luar (kreditur dan investor).

2.1.3. Dividend Growth

Dalam menghitung keberhasilan suatu perusahaan, *growth ratio* berperan penting. Terutama bagi investor pemula yang menginginkan analisis saham yang lebih mendalam. Menurut Fahmi (2012), *growth ratio* adalah rasio untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya dalam kegiatan industri atau dalam pembangunan ekonomi secara umum. Tingkat pertumbuhan dapat dilihat dalam berbagai aspek seperti penjualan, laba setelah pajak, laba per saham, harga pasar per saham dan dividen per saham.

Dividend growth merupakan faktor penting yang diperhatikan oleh pemegang saham. Jika dividen yang dibagikan perusahaan kepada pemegang sahamnya meningkat selama periode yang signifikan, maka rasio tersebut mewakili persentase kenaikan pembayaran dividen selama periode berikutnya dibandingkan dengan periode sebelumnya. Dividen yang dibayarkan perusahaan kepada pemegang sahamnya adalah pembagian keuntungan perusahaan yang diamortisasi untuk periode yang bersangkutan. Dengan demikian, *dividend growth* juga merupakan sarana yang digunakan analisis untuk menentukan kinerja perusahaan.

2.1.4. Profitabilitas

Menurut Suharli (2006), laba yang layak dibagikan ke stakeholder atau shareholder adalah laba sesudah bunga dan pajak. Semakin tinggi laba yang diperoleh, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya. Profitabilitas adalah gambaran kinerja dari manajemen dalam mengelola perusahaan dan merupakan faktor acuan bagi investor dalam pembelian saham. Bagi perusahaan, peningkatan profitabilitas merupakan suatu kewajiban supaya saham perusahaan dapat terus menarik investor-investor. Investor melihat gambaran tentang perusahaan dengan

melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan menunjukkan tinggi rendah nilai dari suatu perusahaan. Jika investor ingin mengetahui seberapa besar yang dicapai perusahaan dalam hal pengembalian investasi, yang akan dilihat terlebih dahulu adalah profitabilitasnya, terkhusus ROE. Karena rasio ini mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan pengembalian keuntungan bagi investornya.

Ukuran profitabilitas dibagi menjadi berbagai macam, yaitu: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Keuntungan yang dibayarkan untuk *stakeholder* dan *shareholder* yaitu laba setelah bunga dan pajak. Semakin tinggi keuntungan yang didapat, semakin tinggi juga kapasitas perusahaan dalam membayar dividen. Ini berarti semakin besar dividen, semakin besar menghemat biaya modal, disisi lain manajer menjadi semakin meningkatkan kekuatannya bahkan kepemilikan juga meningkat karena menerima dividen sebagai akibat dari keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas adalah penilaian penting investor untuk pengamabilan keputusan investasinya.

Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam cara menaikkan nilai perusahaan yaitu dengan cara meningkatkan kekayaan pemilik dan pemegang saham yang tercermin dari harga saham. Jadi merupakan suatu kondisi dimana investor terdorong untuk menganalisis nilai perusahaan, karena analisis nilai perusahaan akan memberikan informasi yang berguna untuk investor dalam menilai dan mengevaluasi harapan perusahaan pada waktu mendatang dalam menghasilkan laba. Sehingga profitabilitas tentu akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas dapat dilihat pada rasio profit margin, *return on investment* (ROI), *return of asset* (ROA), *return of equity* (ROE). Penelitian ini menggunakan rasio ROA yang menjadi ukuran profitabilitasnya. Menurut Tandelilin (2010), *return of asset* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan seluruh aset yang dimilikinya untuk memperoleh laba bersih setelah pajak.

2.1.5. Ukuran Perusahaan

Menurut Sujoko & Soebiantoro (2007), *firm size* yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkembang sehingga investor merespon dengan baik dan nilai perusahaan akan bertambah. Perusahaan dengan penjumlahan keseluruhan aktiva yang tinggi tentu lebih diperhatikan oleh investor, kreditur, dan pengguna informasi keuangan lainnya, serta pihak manajemen lainnya lebih bebas dalam penggunaan aset yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, *firm size* dihitung dengan keseluruhan aktiva yang dimiliki dalam perusahaan tersebut. Perusahaan harus dapat mengelola dan menggunakan dengan sebaik-baiknya untuk menghasilkan laba atau profit bagi perusahaan.

Menurut Gitman (2006:352), nilai yang dimiliki perusahaan berbanding lurus dengan nilai dari lembar saham yang dijual di pasar modal. Dari sana akan diketahui aset yang dimiliki apakah besar atau biasa saja. Jika asetnya besar, maka nilai yang diperoleh juga akan semakin besar.

Menurut Budiasih (2009:44), besar kecilnya perusahaan di nilai akan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin sederhana bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pembiayaan dana baik dari internal maupun eksternal. Perusahaan besar tentu mempunyai keseluruhan aktiva yang besar, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan beserta aktiva yang dimilikinya. Jadi ukuran perusahaan adalah faktor yang dapat menentukan kapasitas perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan.

2.1.6. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang dimaksud pada penelitian ini adalah nilai pasar. Karena nilai perusahaan bisa mendatangkan kemakmuran yang maksimal bagi para pemegang sahamnya jika perusahaan memiliki harga saham yang terus meningkat. Semakin tinggi stock price perusahaan, maka semakin sejahtera para pemegang sahamnya dan semakin tinggi *firm value* yang menerangkan potensi masa depan perusahaan, dan itu juga mencerminkan aktiva dari perusahaan.

Menurut Samuel (2000) nilai perusahaan (*firm value*) adalah konsep penting bagi investor, karena merupakan indeks pasar dalam mengukur perusahaan secara keseluruhan. Menurut Sartono (2010), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai jual perusahaan ketika beroperasi. Jika nilai jualnya lebih besar dari nilai likuiditas, maka manajemen perusahaan telah berfungsi dengan semestinya.

Menurut Noerirawan (2012), jika nilai yang diperoleh perusahaan merupakan bentuk dari kepercayaan masyarakat terhadap usahanya selama beberapa tahun. Tanpa kepercayaan, perusahaan akan sulit bertahan dan berdiri sampai sekarang. Ini menunjukkan bahwa pentingnya perusahaan dalam menjaga kepercayaan kepada masyarakat atau investor. Nilai perusahaan yang tinggi diinginkan oleh pemilik bisnis, karena nilai perusahaan yang tinggi membuktikan pemegang sahamnya lebih sukses. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan diwakilkan dengan harga pasar saham yang mencerminkan dari keputusan investasi pendanaan dan manajemen aset.

Untuk mengukur nilai perusahaan kita menggunakan rasio penilaian. Sutrisno (2009), rasio dalam mengukur kapasitas perusahaan dalam mewujudkan *value* bagi investor atau bagi stakeholder dan shareholder. Rasio penilaian memberikan informasi tentang seberapa besar orang menilai perusahaan, sehingga investor berminat membeli saham dengan harga diatas nilai buku. Dalam penelitian ini, rasio keuangan yang digunakan adalah Rasio PBV. PBV adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besaran harga suatu saham di market dengan membandingkan nilai buku saham tersebut. Semakin tinggi rasio tersebut, maka perusahaan dipandang memiliki prospek yang baik.

Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan merupakan dambaan pemilik perusahaan, karena nilai yang tinggi menunjukkan bahwa pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan diwakili oleh harga pasar saham, yang mencerminkan keputusan investasi pendanaan dan manajemen aset. Maksud harga saham diatas yaitu harga yang terjadi ketika saham-saham tersebut diperdagangkan di BEI, lebih tepatnya adalah harga penutupan (*closing price*) saham-saham tersebut di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Suharli (2006), nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan diukur dengan nilai pasar wajar dari harga saham. Bagi perusahaan yang sudah melakukan penawaran saham kepada publik, nilai wajar pasar sahamnya ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa, yang ada dalam *listing price*.

2.2. Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian oleh Pratama & Wiksuana (2016) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Bersumber pada hasil analisis data yang didapatkan adalah ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pratiwi & Wiksuana (2020) menyatakan bahwa hasil analisis data yang diperoleh bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan hasil penelitian Grecia (2020) adalah ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan berdasarkan penelitian oleh Anisa, Hermuningsih & Maulida (2022) hasil analisisnya adalah ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian diatas belum konsisten antara peneliti satu dengan peneliti yang lainnya. Penelitian sebelumnya ini sebagai bahan acuan dalam membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Kesimpulan
1.	I Gusti Bagus Angga Pratama, I Gusti Bagus Wiksuana (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi	Variabel Independen: Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Mediasi: Profitabilitas	1. Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan
2.	AA Ngurah Dharma Adi Putra dan Putu Vivi Lestari (2016)	Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	1. Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Kesimpulan
3.	Taufik Firmansyah Supardi (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011-2015)	<p>Variabel Independen: Ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, dan kebijakan dividen</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p>	1. Secara parsial ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage dan kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
4.	Dina Tri Wulandari (2018)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI)	<p>Variabel Independen: Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p>	1. Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, profitabilitas, dan leverage masing-masing berpengaruh signifikan dan berkorelasi positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Kesimpulan
5.	Riska Reuwina Harnum (2018)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013-2015	<p>Variabel Independen: CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p>	<p>1. Secara parsial CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>2. Secara simultan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan</p>
6.	Kezia Abigail Tarmadi Putri, Liongicasia Mardeni a (2019)	Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2015	<p>Variabel Independen: GCG, CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p>	<p>1. GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>2. Profitabilitas dan CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan</p> <p>3. Ukuran perusahaan mempengaruhi secara negatif terhadap nilai perusahaan</p>

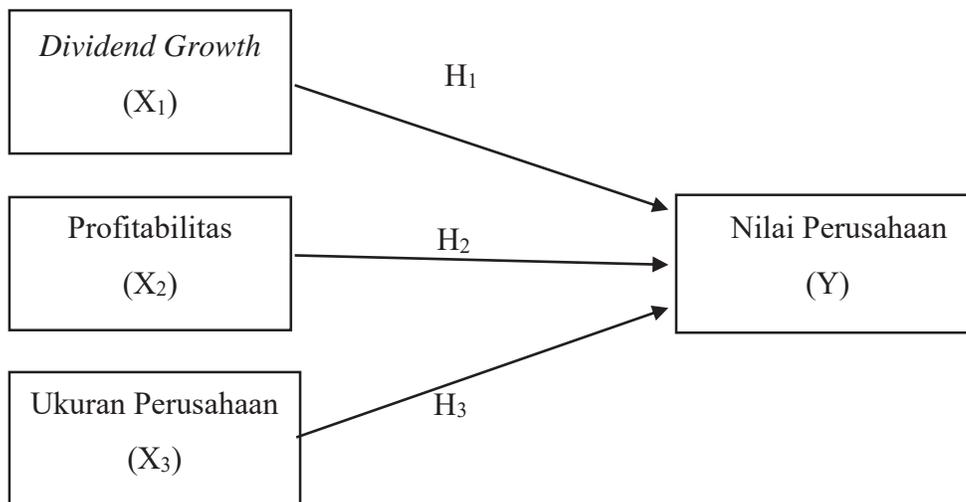
No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Variabel Penelitian	Kesimpulan
7.	Susilawati (2019)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan	<p>Variabel Independen: Corporate social responsibility dan good corporate governance</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p>	1.GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8.	Angel Grecia (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)	<p>Variabel Independen: Ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p>	1.Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Variabel Penelitian	Kesimpulan
9.	I Dewa Ayu Indah Pratiwi, I Gusti Bagus Wiksuan a (2020)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Property di Bursa Efek Indonesia	<p>Variabel Independen: Struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen: Nilai perusahaan</p>	1. Struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan
10.	Nur Anisa, Sri Hermuningsih, dan Alfiatul Maulida (2022)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages	<p>Variabel Independen: Ukuran perusahaan, leverage, kebijakan dividen dan profitabilitas</p> <p>Variabel Dependen: Nilai Perusahaan</p>	<p>1. Ukuran perusahaan dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p> <p>2. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menjelaskan hubungan atau keterkaitan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengaruh antara *dividend growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka variabel dalam penelitian dapat dirumuskan dalam kerangka konseptual berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



2.4. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh *dividend growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan nilai perusahaan.

2.4.1. Pengaruh *Dividend Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan pemberian dividen seharusnya tidak hanya membagikan keuntungan perusahaan kepada investor, tetapi juga mempertimbangkan adanya dividen dan mengikuti kebijakan pembagian dividen perusahaan. Adanya pengumuman pembagian dividen dapat menjadi sinyal yang baik terhadap investor karena mereka akan mendapatkan keuntungan, sedangkan dapat juga menjadi sinyal yang buruk ketika dividen diumumkan menurun dari periode sebelumnya. Maka dari itu, perusahaan berusaha untuk mempertahankan *dividend growth* meskipun telah terjadi penurunan jumlah laba. Hal ini tidak selalu terjadi. Turunnya *dividend growth* belum tentu, karena

laba perusahaan turun, tetapi tidak dibagikan dalam dividen melainkan menjadi laba ditahan. Namun demikian *dividend growth* tetap menjadi sinyal bagi para investor yang mengharapkan keuntungan dalam bentuk dividen. Menurut Putra & Lestari (2016) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

Hipotesis 1: *Dividend Growth* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah jumlah laba bersih yang dapat dihasilkan selama beroperasi. Laba yang dibagikan kepada pemangku kepentingan yaitu laba setelah bunga dan pajak. Semakin banyak keuntungan perusahaan, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan dividen, dan ini berdampak terhadap naiknya nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Siregar, 2018) adalah profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas adalah gambaran kinerja dari manajemen dalam mengelola perusahaan dan merupakan faktor acuan bagi investor dalam pembelian saham. Hasil penelitian itu diperkuat lagi dengan penelitian dari (Grecia, 2020) yaitu profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah:

Hipotesis 2: Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.4.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian (Supardi, 2017) menyimpulkan secara parsial ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat diukur dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dengan bertambahnya ukuran perusahaan diharapkan dapat melakukan kegiatan atau kegiatan operasional yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Tidak tertutup kemungkinan perusahaan besar sudah memiliki sistem manajemen tersendiri dalam pengelolaan perusahaan untuk meningkatkan aset dan keuntungan yang diinginkan sehingga dapat meningkatkan nilai saham perusahaan. Maka tanggapan sementara yang disajikan adalah:

Hipotesis 3: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.4. Pengaruh *Dividend Growth*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penjelasan hubungan antara variabel-variabel di atas, *dividend growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. (Putra & Lestari, 2016) menemukan bukti bahwa kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian itu, secara simultan *dividend growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jadi tanggapan sementara yaitu:

Hipotesis 4: *Dividend growth*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.