


PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP STRUKTUR MODAL

Mira Septiani^{*1}, Endang Wulandari²

^{1,2} Universitas Sahid, Indonesia

*Korespondensi: wulandariendang12@gmail.com

<p>Info Article Received : 10 September 2022 Revised : 07 October 2022 Accepted : 02 November 2022 Publication : 30 November 2022</p>	<p>Abstract : <i>This study aims to see the effect of sales growth, company size and investment opportunity set on the capital structure Secondary data is used for research and collected using purposive sampling. The data was then analyzed using multiple linear regression. The results showed that R, which amounted to 0.331. This means that the variation of all independent variables can affect changes in the dependent variable by 0.331 (33.1%). While the remaining 66.9% is influenced by other variables outside this study. The coefficient has a significant value of sales growth variable research is $0.225 > 0.05$, meaning that partially the effect is not significant. The significant value of the company size variable research is $0.310 > 0.05$, meaning that partially it has no significant effect and the significance value of the investment opportunity set (IOS) variable research is $0.002 < 0.05$, meaning that partially it has a significant effect. Therefore, sales growth and firm size have no effect on capital structure. Meanwhile, investment opportunity set affects the capital structure. The limitation of this research is the lack of research period on the small sample used.</i></p>
<p>Keywords: <i>Capital Structure, Sales Growth, Firm Size, Investment Opportunity Set.</i> Kata Kunci: Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Investment Opportunity Set.</p>	<p>Abstrak : Tujuan penelitian untuk melihat pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan investment opportunity set terhadap struktur modal perusahaan jasa hotel, restoran dan pariwisata. Data sekunder digunakan untuk penelitian dan dikumpul kan menggunakan purposive sampling. Data kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa R, yaitu sebesar 0,331. Artinya variasi seluruh variabel bebas dapat mempengaruhi perubahan variabel terikat sebesar 0,331 (33,1%). Sedangkan sisanya 66,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Koefisiennya memiliki nilai signifikan penelitian variabel pertumbuhan penjualan adalah $0,225 > 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh tidak signifikan. Nilai signifikan penelitian variabel ukuran perusahaan adalah $0,310 > 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh tidak signifikan dan nilai signifikansi penelitian variabel <i>investment opportunity set</i> (IOS) adalah $0,002 < 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh signifikan. Maka pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Sementara itu, investment opportunity set berpengaruh pada struktur modal. Keterbatasan penelitian ini adalah kurangnya periode penelitian terhadap sampel kecil yang digunakan.</p>
<p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License </p>	

INTRODUCTION

Perkembangan dunia bisnis setiap tahunnya terus meningkat dan membuat persaingan didalamnya semakin ketat. Hal ini mengakibatkan banyak perusahaan berusaha meningkatkan nilai perusahaan mereka (Mirnawati, 2020). Menurut (Udayani, 2013) Nilai perusahaan akan dapat tercapai apabila perusahaan mampu mengelola struktur modal yang optimal, karena tujuan manajemen struktur modal adalah memaksimalkan nilai perusahaan itu sendiri yang merupakan tujuan suatu perusahaan yang sangat sulit.

Menurut Martono dan Agus Harjito (2010) dalam (Guna, 2018) struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Dalam pemenuhan modal suatu perusahaan dapat berasal dari dalam (internal) yaitu berupa laba yang ditahan, sedangkan dana dari luar (external) perusahaan berupa utang (Muslimah, 2020).

Keputusan yang membahas mengenai sumber dana yang diperoleh dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan yang digunakan untuk membiayai sesuatu investasi yang sudah dianggap layak disebut keputusan pendanaan (Nurvianda, 2018). Keputusan pendanaan ini dianggap menarik karena setiap dana yang digunakan pasti mempunyai biaya yang disebut biaya dana, misalnya jika dana yang digunakan berasal dari hutang maka akan timbul biaya seperti bunga, tetapi hutang juga bersifat mengurangi pajak jadi akan menjadi pertimbangan dari pada menggunakan modal sendiri. Jika modal berasal dari modal sendiri maka harus mempertimbangkan *opportunity cost* dari modal yang dimaksud. Biaya yang ditimbulkan karena keputusan pendanaan adalah konsekuensi yang disebabkan dari keputusan yang diambil, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menganalisis dan mempertimbangkan secara seksama berbagai faktor yang mungkin bisa mempengaruhi struktur modal perusahaan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi struktur modal. Pada penelitian ini faktor yang dianggap mempengaruhi struktur modal adalah pertumbuhan penjualan dimana perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang baik pastilah juga memiliki tingkat laba yang baik pula, dengan adanya tingkat laba yang baik timbullah juga keinginan perusahaan untuk mendapatkan laba yang lebih baik lagi dari tahun ke tahunnya. Seiring dengan munculnya keinginan perusahaan untuk memperbesar pendapatannya tersebut, maka dana yang dibutuhkan perusahaan akan berbanding lurus dengan hasrat perusahaan tersebut (Guna, 2018). Tingkat

pertumbuhan penjualan yang tinggi biasanya akan lebih mendapatkan pendapatan atau laba yang ditahan lebih banyak, hal itu tentu akan membuat perusahaan lebih menggunakan dana internal daripada dana eksternal sehingga akan mempengaruhi struktur modal.

Faktor lain yang mempengaruhi struktur modal dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menurut Brigham dan Houston (2011) dalam (Rais, 2017) adalah ukuran atau skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain berdasarkan total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan aset, *log size* nilai pasar saham, jumlah karyawan, dan lain-lain. Ukuran perusahaan yang besar dianggap sebagai suatu indikator yang menggambarkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan finansial yang baik dan diyakini mampu memenuhi segala kewajibannya. Hal itu akan membuat perusahaan lebih banyak menggunakan dana internal daripada dana eksternal, sehingga akan mempengaruhi struktur modal perusahaan tersebut.

Faktor lain yang dianggap mempengaruhi struktur modal dalam penelitian ini adalah *investment opportunity set* (IOS). *Investment opportunity set* (IOS) menurut (Udayani, 2013) merupakan kombinasi pertumbuhan aktiva dan ekuitas yang dimiliki perusahaan dalam keputusan investasi di masa yang akan datang. Menurut Kallapur dan Trombley (2001) dalam (Marinda, 2014), pertumbuhan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*-nya, sementara IOS merupakan opsi untuk berinvestasi pada suatu proyek yang memiliki *Net Present Value* positif. Sehingga IOS ini merupakan kesempatan berinvestasi yang akan ditanamkan perusahaan dan tentunya akan mempengaruhi struktur modal perusahaan.

Penelitian tentang struktur modal di Indonesia sebetulnya sudah banyak dilakukan di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Milansari, dkk (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal sedangkan pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal. Penelitian lain dilakukan oleh Mas, dkk (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Udayani, dkk (2013) juga melakukan penelitian tentang struktur modal dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *investment opportunity set* berpengaruh terhadap struktur modal. Selain itu Guna, dkk (2018) melakukan penelitian tentang struktur modal dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran

perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang masih terjadi perbedaan hasil penelitian (*research gap*) mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap struktur modal, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Perbedaan pada penelitian ini dari penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada objek serta tahun yang berbeda. Penelitian ini menggunakan perusahaan jasa sub sektor hotel, restoran dan pariwisata yang terdaftar secara konsisten di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2015-2019.

METHOD

Pemilihan Sampel dan Pengumpulan Data

Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data sekunder dari seluruh perusahaan jasa sub sektor hotel, restoran dan pariwisata yang terdaftar secara konsisten di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2015-2019. Populasi penelitian ini berjumlah 37 perusahaan dan pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2009) dalam (Khariy, 2016) metode *purposive sampling* yaitu metode yang menggunakan kriteria tertentu dalam pengambilan sampel yang diteliti. Secara ringkas populasi dan sampel penelitian yang memenuhi kriteria disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Populasi dan Jumlah Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan jasa sub sektor hotel, restoran dan pariwisata yang terdaftar secara konsisten di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2015-2019.	37
Perusahaan jasa sub sektor hotel, restoran dan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019 tetapi tidak memiliki data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian.	15
Total perusahaan yang dijadikan sampel (memenuhi syarat)	21
Total data yang digunakan (5 tahun amatan)	105 Data

Sumber: data diolah (2022)

Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber data dokumenter seperti laporan tahunan (*annual report*) pada situs resmi Bursa

Efek Indonesia (www.idx.co.id). Penelitian ini memiliki variabel yang dikelompokkan menjadi variabel dependen dan independen. Variabel dependennya adalah struktur modal, sedangkan variabel independennya meliputi pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan *investment opportunity set* (IOS).

Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Struktur modal menurut Horne dan John (2007: 232) dalam (Milansari, 2020) adalah bauran (proporsi) pembiayaan jangka panjang permanen perusahaan yang diwakili oleh utang, saham preferen, dan ekuitas saham biasa. Menurut Horne dan Wachowicz (2012) dalam (Milansari, 2020) untuk mengukur struktur modal dapat menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*) dan mencari DER dapat menggunakan rumus:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Pertumbuhan penjualan ialah perbedaan dari total penjualan dalam kurung waktu satu tahun ke tahun berikutnya. Perbedaan tersebut dihitung dari perbandingan antara akumulasi penjualan tahun ini dikurangi oleh akumulasi penjualan ditahun sebelumnya lalu dibagi oleh akumulasi penjualan ditahun sebelumnya (Guna, 2018). Skala yang umum digunakan untuk mengukur pertumbuhan penjualan sebagai berikut:

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

Ukuran perusahaan adalah cerminan besar kecilnya perusahaan yang tampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun (Khariry, 2016). Skala yang umum digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Natural Total Aset}$$

Investment opportunity set (IOS) menurut Myers (1997) dalam (Marinda, 2014) merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi antara aktiva yang dimiliki dan pilihan investasi yang akan datang. Dalam penelitian ini IOS diukur dengan proksi *Market Value to Book of Equity* (MV/BE) dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$\text{Market Value to Book of Equity} = \frac{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar} \times \text{Closing Price}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Pada penelitian ini, teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 26.0 dan sebelum melakukan analisis regresi linear berganda data harus diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas dan uji normalitas.

RESULTS AND DISCUSSION

Results

Pengujian Asumsi Klasik

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas penelitian ini:

		Coefficients ^a										
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1.612	1.999		-.806	.422						
	Pertumbuhan Penjualan	.385	.315	.115	1.222	.225	.132	.121	.115	.992	1.008	
	Ukuran Perusahaan	.073	.072	.096	1.021	.310	.078	.101	.096	.996	1.004	
	MV/BE	.202	.065	.293	3.109	.002	.298	.296	.292	.993	1.007	

a. Dependent Variable: DER

Nilai *tolerance* pertumbuhan penjualan adalah 0,992, nilai *tolerance* ukuran perusahaan adalah 0,996, Nilai *tolerance* MV/BE adalah 0,993 angka-angka *tolerance* tersebut melebihi angka 0,1. Angka *varians inflation factor* (VIF) kurang dari angka 10 yaitu angka VIF pertumbuhan penjualan adalah 1,008, angka VIF ukuran perusahaan adalah 1,004 dan MV/BE adalah 1,007. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa data yang peneliti gunakan adalah bebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi masalah autokorelasi. Berikut adalah hasil uji autokorelasi penelitian ini:

Model Summary^b

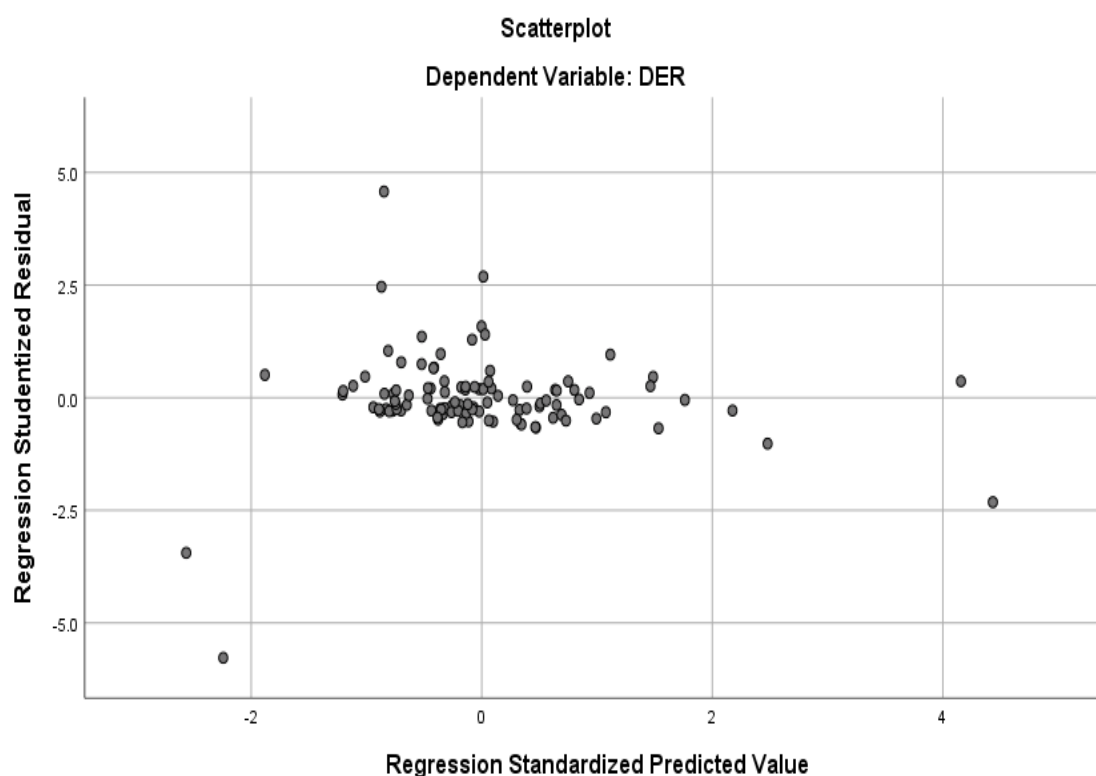
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.331 ^a	.110	.083	.941478060500515	1.609

a. Predictors: (Constant), MV/BE, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: DER

Berdasarkan Tabel DW dengan $n=105$ dan jumlah variabel bebas=3, maka nilai d_l dan d_u berturut-turut sebesar 1.6237, dan 1.7411. Dengan demikian, $DL < (4-DW) > DU$ yaitu sebesar $1.6237 < (4 - 1.609) > 1.7411$ atau $1.6237 < 2.391 > 1.7411$. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala autokorelasi.

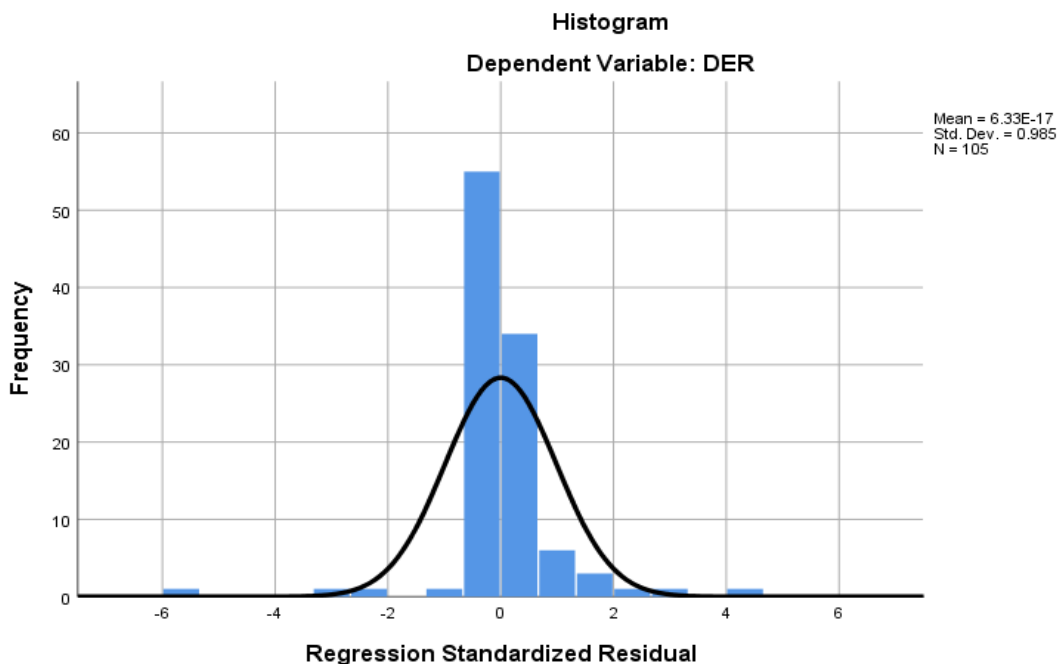
Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui sama atau tidak varian dari residual, dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas (residualnya mempunyai varian yang sama). Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas penelitian ini:



Jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah titik 0 (nol) pada sumbu Y dan X serta tidak membentuk pola tertentu seperti zig-zag, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas pada penelitian ini.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah

yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Berikut adalah hasil uji normalitas penelitian ini:



Pada hasil uji *histogram*, apabila garis tersebut membentuk gunung dan terlihat sempurna dengan kaki yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi normal. Data residual menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

Uji signifikansi secara parsial (*t-test*) dilakukan untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji signifikansi secara parsial (*t-test*) pada penelitian ini:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.612	1.999		-.806	.422
	Pertumbuhan Penjualan	.385	.315	.115	1.222	.225
	Ukuran Perusahaan	.073	.072	.096	1.021	.310
	MV/BE	.202	.065	.293	3.109	.002

a. Dependent Variable: DER

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan penelitian variabel pertumbuhan penjualan adalah $0,225 > 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh tidak signifikan. Nilai signifikan penelitian variabel ukuran perusahaan adalah $0,310 > 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh tidak signifikan dan nilai signifikansi penelitian

variabel *investment opportunity set* (IOS) adalah $0,002 < 0,05$, artinya secara parsial berpengaruh signifikan.

Uji signifikansi secara simultan (*F-test*) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji signifikansi secara simultan (*F-test*) pada penelitian ini:

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.043	3	3.681	4.153	.008 ^b
	Residual	89.524	101	.886		
	Total	100.568	104			

a. Dependent Variable: DER

b. Predictors: (Constant), MV/BE, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

Dari hasilnya dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan penelitian yaitu $0,008 < 0,05$ artinya secara simultan berpengaruh signifikan. Uji koefisien determinasi (R^2) mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini:

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.331 ^a	.110	.083	.941478060500515	

a. Predictors: (Constant), MV/BE, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: DER

Nilai pada kolom R, yaitu sebesar 0,331. Artinya variasi seluruh variabel bebas dapat mempengaruhi perubahan variabel terikat sebesar 0,331 (33,1%). Sedangkan sisanya 66,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

CONCLUSION

Penelitian ini menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan *investment opportunity set* terhadap struktur modal pada perusahaan jasa sub sektor hotel, restoran dan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal dan variabel *investment opportunity set* berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

Direkomendasikan kepada peneliti selanjutnya untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap struktur modal, serta memperpanjang periode

penelitian. Untuk perusahaan dan investor hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi struktur modal agar terhindar dari risiko yang mungkin timbul dari setiap keputusan mengenai struktur modal.

REFERENCES

- Guna, Michael Adi, dan R. Djoko Sampurno. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2012-2016). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 7, No. 2.
- Khariy, Mukhlani dan Meina Wulansari Yusniar. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011 – 2014). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 4, Nomor 2, Juni 2016.
- Marinda, Fajrul, Moch Dzulkirom AR dan Muhammad Saifi. (2014). PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET (IOS)* DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN (STUDI PADA PERUSAHAAN SEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 14.
- Mas, Ida Ayu Dwi Pusparini dan Sayu Kt. Sutrisna Dewi. 2020. PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN STRUKTUR AKTIVA TERHADAP STRUKTUR MODAL. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 8, 2020: 3105-3124.
- Milansari, Rani, Endang Masitoh, dan Purnama Siddi. (2020). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI. *Jurnal Akuntansi*: Vol. 8, No. 1, Hal. 1-10.
- Mirawati, Anita Wijayanti dan Purnama Siddi. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL. *Accounting Global Journal*, Vol. 4, No. 1, Hal. 97-113.
- Muslimah, Dahlia Nur, Suhendro dan Endang Masitoh. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN

PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BEI. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 20(1), Februari 2020, pp.195-200.

Nurvianda, Ghaesani, Yuliani dan Reza Ghasarma. (2018). PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN PENDANAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.16 (3).

Rais, Bella Novianti, dan Hendra F. Santoso. (2017). PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol. 17, No. 2.

Udayani, Dewi dan I Gst Ngr. Agung Suaryana. (2013). PENGARUH PROFITABILITAS DAN *INVESTMENT OPPORTUNITY SET* PADA STRUKTUR MODAL. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 4.2, 299-314.

<http://www.idx.co.id> diakses 21 September 2022

<http://www.sahamok.co.id> diakses 21 September 2022

<http://www.yahoofinance.com> diakses 21 September 2022