

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2022

Melissa Yolanda

Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning
Jln. Yos Sudarso KM 8 Rumbai Pekanbaru
E-mail : muhammadbaihaki3@gmail.com

diterima: 06/3/2023; direvisi: 12/4/2023; diterbitkan: 07/6/2023

Abstract: *This research aims to analyze the influence of profitability, capital structure and company size on company value in manufacturing companies on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2022 period. The sampling method used in this research is a purposive sampling technique based on the criteria for food and beverage companies that are registered on the IDX and publish financial reports and present the data in full, including data from the variables studied during the 2018-2022 period. The samples obtained were 13 companies. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study show that partially profitability as measured by ROE has an influence but is not significant on company value with a significance value of 0.64, capital structure as measured by DER has a significant positive influence on company value with a significance value of 0.005, and company size has influence but not significant on company value with a significance value of 0.101. Simultaneously, profitability, capital structure and company size have a significant influence on company value..*

Keywords: *Profitability, Capital Structure, Company Size*

PENDAHULUAN

Melihat kondisi ekonomi global yang semakin meningkat mengakibatkan persaingan di dunia usaha semakin ketat. Setiap perusahaan diuntut untuk dapat meningkatkan usahanya. Hal ini mendorong manajer untuk meningkatkan daya saingnya dengan cara meningkatkan produktivitasnya. Perkembangan usaha juga sering kali di tandai oleh perubahan-perubahan yang sangat cepat. Dengan demikian, dalam menjalankan bisnisnya perusahaan membutuhkan pendanaan untuk keberlangsungan bisnis perusahaan. Dalam hal ini perusahaan perlu mempertimbangkan investasi.

Indonesia berpenduduk kurang lebih 270,2 juta jiwa atau meningkat sekitar 14,46% (Santoso;2020) diantara jumlah penduduk Indonesia, industri makanan dan minuman memiliki peluang yang cukup besar untuk memenuhi kebutuhan utama manusia yaitu kebutuhan pangan, sehingga tetap menjadi prioritas utama konsumen bahkan lebih stabil dalam kondisi apapun. Stok industri makanan dan minuman tidak berpengaruh oleh perubahan ekonomi Indonesia. Pengaruh tersebut terlihat dari kontribusi ekspor makanan dan minuman pada tahun 2020 (Januari-Juni) yang meicipai US\$ 13,73 miliar. Industri makanan dan minuman meiliki deimand tinggi

pada masa pandemic Covid-19 karena masyarakat perlu mengonsumsi asupan yang bergizi untuk meningkatkan imunitas tubuh untuk menjaga kesehatan tubuh.

Se makin tingginya persaingan dipasar global saat ini menjadikan perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam meningkatkan nilai perusahaan. Sebagai indikator kinerja perusahaan, nilai perusahaan (*market value*) dapat memberikan gambaran tentang tingkat evaluasi kinerja perusahaan dan daya saingnya dipasar. Dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan dapat melakukan beberapa strategi seperti meningkatkan profitabilitas, mengoptimalkan struktur modal, dan memperbesar ukuran perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan nilai jual dari perusahaan ditinjau dari keberhasilan manajemen operasional perusahaan dan tingkat nilai jual serta likuiditas perusahaan. Tujuan utama adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan terutama bagi para pemilik sahamnya, terwujud berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan. Tujuan ini bersifat garis besar karena pada praktiknya tujuan itu senantiasa dipengaruhi oleh keputusan-keputusan di bidang keuangan (Sastrawan;2016).

Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang. Menurut Lukman Syamsudin (2013), profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai potensi perusahaan dalam menghasilkan laba yang berhubungan dengan penjualan, aktiva, dan modal. Manfaat rasio profitabilitas untuk mengetahui tingkat laba perusahaan, sebagai tolak ukur bank dalam penilaian terhadap perusahaan, menjadi pedoman bagi manajer perusahaan untuk mengukur kinerja perusahaan, dan untuk mengetahui pajak perusahaan.

Bukan hanya profitabilitas, tetapi nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya struktur modal yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Irham Fahmi (2017), struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu, antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholders' equity*) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan. Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target struktur modal optimalnya, maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Dengan demikian hutang adalah unsur dari struktur modal perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat mengklasifikasikan seberapa besar kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara, yaitu dapat diukur dengan total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, nilai pasar saham, dan total aktiva. Ukuran perusahaan diwakili oleh total aset perusahaan (Elnawati;2016). Perusahaan dengan total aktiva besar dapat disebut sebagai perusahaan besar, perusahaan besar lebih berhati-hati dengan pembuatan laporan keuangan dikarenakan perusahaan banyak diperhatikan dan dijadikan objek pengawasan oleh pemerintah dan masyarakat, sehingga mempengaruhi laporan yang lebih akurat. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin mudah perusahaan mendapatkan sumber dana baik internal maupun eksternal (Maryam;2014).

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor yang biasanya berkaitan dengan saham.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan berdasarkan aset yang dimilikinya,

sehingga dapat mencerminkan prospek perusahaan tersebut baik.

H1 : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Struktur Modal

Struktur modal adalah suatu dana perusahaan yang bersumber dari utang jangka panjang dan modal sendiri yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

H2 : Struktur Modal Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar suatu ukuran perusahaan biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi. Perusahaan yang memiliki total aktiva atau total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan, dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama.

H3 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 yang berjumlah 33 perusahaan. Total sampel yang dapat memenuhi kriteria

sebanyak 13 perusahaan dengan periode penelitian 5 tahun. Sehingga jumlah sampel observasi sebanyak 65 datapengamatan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan data-data dari beberapa dokumen laporan keuangan yang dimuat didalam website Bursa Efek Indonesia melalui situs (www.idx.co.id), serta dengan metode studi kepustakaan yaitu dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai buku-buku dan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini sebagai acuan dalam pembahasan dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Variabel ROE memiliki nilai minimum -0.68, nilai maksimum 1.45, nilai mean 0.14 serta standar deviasi 0.25. Variabel DER memiliki nilai minimum 0.10, nilai maksimum 2.84, nilai mean 0.83 serta standar deviasi 0.78. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 0.33, nilai maksimum 6.85, nilai mean 2.52 serta standar deviasi 1.47.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji *kolmogorov-smirnov* dapat diketahui bahwa data dalam penelitian terdistribusi secara normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai sig masing-masing variabel pada kolom *Kolmogorov-Smirnov* memiliki $\text{sig} (2 \text{ tailed}) 0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang akan di uji berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Variabel ROE dengan *tolerance* berjumlah 0,987 dan VIF berjumlah 1.013. Variabel DER dengan *tolerance* berjumlah 0.794 dan VIF berjumlah 1.260. Variabel Ukuran Perusahaan dengan *tolerance* berjumlah 0,803 dan VIF berjumlah 1.245. Dengan demikian, masing – masing variabel dengan *tolerance* $> 0,1$ serta VIF < 10 dengan begitu bisa dinyatakan tidak ditemukan kejadian multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa pola tidak terlihat dengan jelas, dan titik-titik meluas di bawah dan di atas dan disekitar angka 0. Dengan begitu, bisa dinyatakan bahwa tidak mengindikasikan terjadinya heterokedastisitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi

Melalui hasilnya pengujian *durbin-watson* menunjukkan bahwa total sampel 65 (n), total independen 3 (k=3). Nilai pada kolom *durbin-watson* hitung senilai 0.751 sedangkan nilai *durbin-watson* tabel senilai 1.6960 yang artinya $du \text{ hitung} > du \text{ tabel}$, maka dapat dikatakan autokorelasi terjadi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Sesuai pada hasilnya tabel analisis linier berganda, bisa dilakukan penyusunan persamaan linier berganda yaitu :

Rumus regresi linier berganda:

$$Y = -1.571 + 1.283X_1 - 0.715X_2 + 0.157X_3$$

Uji T

Vairiaibel ROE memiliki nilai signifikan $0.64 > 0.05$ airtinyai ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaiaian. Vairiaibel DER memiliki nilai signifikan $0.005 < 0.05$ airtinyai DER berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaiaian dan vairiaibel ukurain perusahaiaian memiliki nilai signifikan $0.101 > 0.05$ airtinyai nilai perusahaiaian tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaiaian.

Uji F

Nilai signifikan $0.006 < 0.05$, dinyaitaikain baihwai vairiaibel ROE, DER dan ukurain perusahaiaian dengan simultain terdaipait pengaruh yang signifikan paidai nilai perusahaiaian.

Koefisien Determinasi

Melailui pengujain R2, bisai diaimaiti nilai R2 iailaih sejumlah 0,183. Dairi maisailaih itu menaindakain ROE (X1), DER (X2) dan Nilai Perusahaiaian (X3) memberikain pengaruh dengan bersaimaiaian sejumlah 18,3%, dan 81,7% dipengaruhi paidai vairiaibel lain yang tidak dikaiji paidai penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
Hipotesisnyai aidailaih Ho1 terdaipait pengaruh aintairai profitaibilitais terhadap nilai perusahaiaian dan Hai1 terdaipait pengaruh negaitif aintairai profitaibilitais terhadap nilai perusahaiaian.

Vairiaibel profitaibilitais memiliki tingkat signifikainsi sebesar $0,64 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Tidak signifikan disini berarti Ho1 diterima dan Hai1 ditolak, yang berarti vairiaibel profitaibilitais tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaiaian.

Hail ini menyaitaikain baihwai mainaijemen perusahaiaian tidak berhasil meningkatkain nilai perusahaiaian bagi pemilik perusahaiaian sesuai dengan tujuan mainaijemen keuangain memaksimalkain nilai perusahaiaian. Untuk itu perusahaiaian harus mengkoreksi kembali prospek kegiatan yang dijailainkain perusahaiaian agar lebih produktif, sehingga para pemegang saham aikain meraisaikain keuntungan yang lebih besar dari biaya modalnya.

Hasil uji pairsial vairiaibel profitaibilitais dalam penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukain oleh Nyomain Agus Suwairdikai dan Ketut Mustandai (2017), yaitu hasil uji t yang menunjukkain baihwai vairiaibel profitaibilitais berpengaruh terhadap nilai perusahaiaian.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesisnyai aidailaih Ho2 terdaipait pengaruh aintairai struktur modal terhadap nilai perusahaiaian dan Hai2 terdaipait pengaruh positif aintairai struktur modal terhadap nilai perusahaiaian.

Vairiaibel struktur modail memiliki tingkai signifikaansi sebesar $0,005 < 0,05$ yang berarti signifikan. Signifikain disini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Yang artinya bahwa vairiaibel struktur modail berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai DER suatu perusahaan, maka menjadikain perusahaan semakin baik. Jika perusahaan dapat mengaitur kombinasi antara hutang dengan ekuitas, maka perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan demikian DER mempengaruhi nilai perusahaan sehingga investor akan merespon positif perusahaan dan akan tertarik untuk menanamkain saham pada perusahaan tersebut. Banyaknya investor yang menanamkain saham pada perusahaan akan membuat peningkatain harga saham sehingga berakibat pada naiknya nilai perusahaan.

Hasil uji parsial vairiaibel struktur modail dalam penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Diah Noviyanti dan Ni Putu Ayu Dairmayanti (2019), yaitu hasil uji t yang menunjukkan bahwa vairiaibel struktur modail sama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesisnya adalah H_0 terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan H_1 terdapat pengaruh negatif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Vairiaibel ukuran perusahaan memiliki tingkai signifikan sebesar $0,101 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Tidak signifikan disini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Yang artinya bahwa vairiaibel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal ini dikarenakan investor dalam membeli saham sebuah perusahaan tidak hanya ditinjau dari seberapa besar aktiva perusahaannya, namun juga dari sisi laporan keuangan, nilai baik, dan juga kebijakain dividen. Perusahaan yang mempunyai total aktiva yang besar dianggap telah mencapai tahap kedewasaan dimainai arus kas sudah positif dan memiliki prospek yang baik untuk jangka panjang. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset yang dimiliki. Jika perusahaan memiliki aset yang besar, maka pihak manajemen perusahaan lebih leluasa dalam mempergunakan aset untuk meningkatkan nilai perusahaan dan menjadikain kegiatan operasional perusahaan.

Hasil uji parsial variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rita Indah Mustikawati dan Sugeng Haryanto (2018), yaitu hasil uji t yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan sama-sama tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) secara parsial memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.64 > 0,05$ artinya H_0 ditolak.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa Struktur Modal yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) secara parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.005 < 0,05$ artinya H_0 ditolak.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.101 > 0,05$ artinya H_0 ditolak.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROE), Struktur Modal (DER), dan Ukuran Perusahaan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai

signifikansi sebesar $0.006 < 0,05$ artinya H_0 diterima.

Saran

Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan agar dapat meningkatkan profitabilitas dalam perusahaan tersebut, dapat dilakukan dengan cara menaikkan omset atau penjualan perusahaan, memperluas bidang industri, dan mengurangi biaya operasional. Selain meningkatkan profitabilitas, perusahaan juga diharapkan dapat menjaga ukuran perusahaan agar tetap tinggi dan tidak mengalami penurunan, karena dari hasil penelitian ukuran perusahaan dapat menarik para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut sehingga mengakibatkan nilai perusahaan juga akan meningkat.

Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan para investor dalam menentukan dan memutuskan investasi yang akan dilakukan, karena setiap investor menginginkan prospek yang lebih baik bagi perusahaannya di masa depan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebaiknya bagi peneliti selanjutnya meneliti kembali pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, karena hasil penelitian ini belum konsisten dengan hasil-hasil penelitian terdahulu. Disarankan menambah variabel independen lainnya yang dianggap berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan menggunakan teknis analisis lainnya agar hasil dari penelitian lebih akurat dan lebih baik kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayem, S. dan R. Nugroho, 2016, *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Akuntansi, Vol.4 No.1, hal. 31-40
- Chasanah, A. N, 2018, *Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017*, Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, Vol.3 No.1, hal. 39-47
- Fahmi, Irham, 2015, *Analisis Laporan Keuangan*, Alfabeta, Bandung
- FEB, 2022, *Pedoman Penulisan Proposal & Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru
- Hadiyati, 2017, *Pengantar Manajemen*, Nofa, Pekanbaru
- Hanafi, Mamduh M, 2016, *Manajemen Keuangan*, Edisi Kedua, BPFE-YOGYAKARTA, Yogyakarta
- Harmono, 2015, *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*, Edisi 1 Cetakan Keempat, PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Hasibuan, Malayu S.P, 2016, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Bumi Aksara, Jakarta
- Horne, James C.Van dan Machowicz, Jhon M, 2013, *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta
- Indriyani, E, 2017, *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol.10 No.2, hal. 333-348
- Kasmir, 2014, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Kelima, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Musthafa, 2017, *Manajemen Keuangan*, CV Andi Ofset, Yogyakarta
- Saragih, Ferdinand D dan Yulianto Nugroho, 2014, *Dasar-Dasar Keuangan International*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Suardika dan Mustanda, 2017, *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, E-Jurnal Universitas Udaya, Vol.6 No.3, hal. 1248-1277
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung
- Yanti, I. G. A. D. N. dan N. P. A. Darmayanti, 2019, *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman*, E-Jurnal Manajemen, Vol.8 No.4, hal. 2297-2324
- Manullang, M., 2015, *Dasar-dasar Manajemen*, Yogyakarta, Gajah Mada Universitas Press.
- Mukmin, 2020, *Manajemen Pemasaran Syariah*, Yogyakarta, CV. Bildung Nusantara.
- Mulyadi, 2015, *Manajemen Biaya*, Jakarta, Salemba Empat.
- Priansa, 2017, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, Bandung, Grasindo.
- Rukmana, 2018, *Manajemen Sekolah*, Jakarta, Gramedia.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*

R&D, Jakarta, Salemba Empat.

Sunyoto, 2017, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Gramedia.

Tjiptono, F., 2016, *Strategi Pemasaran Jasa*, Jakarta, Gramedia.

Veronika Desinta Senja, 2020, *Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah di SMAN 4 Kota Bengkulu*