

JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar
 Volume 2, Nomor 2, June 2023, Halaman 147-161
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 ISSN: 2302-6219
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13139892>

Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bei Periode 2018-2022)

Widya Arum¹, Wastam Wahyu Hidayat², Supardi Supardi³

¹²³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
 Email: Arumiw9@gmail.com¹, wastam.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id², supardi@dsn.ubharajaya.ac.id³

Abstrak

Nilai perusahaan adalah representasi dari semua sumber daya, kemampuan, reputasi, dan prospek keuangan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI 2018-2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Teknik pengumpulan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 18 perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan *food and beverage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* dan pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan *sales growth* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, *leverage* diproksikan dengan *debt to equity ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan bersama-sama secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan

Abstract

Corporate value is a representation of all a company's resources, capabilities, reputation and financial prospects. The aim of this research is to determine the effect of profitability, leverage and sales growth on company value in food and beverage companies listed on the IDX 2018-2022. The method used in this research is descriptive quantitative using the SPSS version 25 application. The sample collection technique uses purposive sampling with a sample size of 18 companies. The data used is secondary data in the form of financial reports of food and beverage companies. The research results show that the profitability variable which is proxied by return on assets and sales growth which is proxied by sales growth has an influence on company value, leverage which is proxied by the debt to equity ratio has no influence on company value. Profitability, leverage and sales growth together simultaneously have an influence on company value.

Keywords: Profitability, *Leverage*, Sales Growth, Company Value

Article Info

Received date: 20 June 2024

Revised date: 18 July 2024

Accepted date: 25 July 2024

PENDAHULUAN

Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Perusahaan di bidang ini yang paling tahan terhadap krisis moneter atau ekonomi. Semua itu dikarenakan perusahaan sektor ini tak pernah kehilangan pembeli karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok demi kelangsungan hidup. Perusahaan ini merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki peluang untuk berkembang pesat, seiring meningkatnya jumlah pertumbuhan masyarakat Indonesia.

Dengan semakin ketatnya persaingan di era globalisasi ini peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama suatu perusahaan. Seperti halnya perusahaan pada umumnya perusahaan *food and beverage* bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Ketika laba perusahaan meningkat, nilai perusahaan itu sendiri akan meningkat seiring dengan kenaikan harga sahamnya. Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kinerja serta prospek yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Dengan adanya kenaikan dan penurunan nilai perusahaan akan mempengaruhi minat investor terhadap perusahaan. Berikut nilai rata-rata perhitungan *price book value* (PBV) pada tabel 1.1:

Tabel 1. Perbandingan Perhitungan Price Book Value (PBV)

NO	KODE	PBV					RATA-RATA
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	AALI	1.17	1.48	1.23	0.86	0.69	1.09
2	ADES	1.13	1.09	1.23	2.00	3.17	1.72
3	BISI	2.18	1.36	1.26	1.09	1.57	1.49
4	BUDI	0.38	0.39	0.36	0.63	0.76	0.51
5	CAMP	2.30	2.35	1.85	1.67	1.91	2.02
6	CEKA	0.84	0.88	0.84	0.81	0.76	0.82
7	CLEO	5.36	7.91	6.71	5.63	5.62	6.25
8	CPIN	6.11	5.06	4.59	3.88	3.52	4.63
9	DLTA	3.44	4.50	3.47	2.96	3.06	3.49
10	DSNG	1.22	1.34	1.06	0.77	0.79	1.03
11	GOOD	1.19	0.86	0.73	7.37	6.80	3.39
12	HOKI	7.70	0.87	0.92	2.62	1.49	2.72
13	ICBP	5.64	5.14	3.79	2.99	3.19	4.15
14	INDF	1.95	1.84	1.42	1.15	1.10	1.49
15	JPFA	2.62	1.67	1.61	1.65	1.19	1.75
16	LSIP	1.02	1.19	1.01	0.79	0.63	0.93
17	MLBI	28.88	28.51	14.26	14.96	17.58	20.84
18	MYOR	7.02	4.74	5.50	4.10	4.43	5.16

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata nilai perusahaan sektor food and beverage periode 2018-2022 bergerak fluktuatif. Bila nilai suatu perusahaan mempunyai nilai *price book value* > 1 maka harga saham perusahaan tersebut dinilai lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut semakin baik dimata investor. Semakin tinggi nilai *price book value* maka diartikan semakin baik perusahaan menciptakan nilai bagi para pemegang saham.

Alasan penelitian ini dilakukan yaitu terdapat fenomena di tahun 2018-2022 yaitu pertumbuhan industri *food and beverage* tidak stabil selama tahun tersebut, karena ditahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan disebabkan oleh pandemi *Covid-19* sehingga masyarakat banyak yang kehilangan pekerjaannya, dan hal tersebut membuat masyarakat berinisiatif untuk mengurangi dan memperkecil kebutuhan sehari-hari yang mengakibatkan penurunan permintaan pada beberapa industri manufaktur khususnya di industri *food and beverage*. Ada juga beberapa faktor lain diantaranya yaitu peningkatan biaya operasional, perubahan pola konsumsi masyarakat, penurunan investasi dan pembiayaan, fluktuasi bahan baku. Hal ini mengakibatkan munculnya persaingan ketat antar perusahaan yang mengharuskan perusahaan memiliki kemampuan untuk tetap bertahan dalam usahanya. Sehingga persaingan usahawan yang kompetitif mengharuskan cepat dan tepat dalam menentukan strateginya, perusahaan harus memiliki strategi supaya perusahaan terus berjalan.

Nilai perusahaan adalah representasi dari semua sumber daya, kemampuan, reputasi, dan prospek keuangan perusahaan (Ngurah *et al.*, 2016). Nilai ini penting bagi pemangku kepentingan termasuk manajemen, pemegang saham dan kreditur yang berdampak pada keputusan mereka tentang investasi, pendanaan, dan strategi perusahaan. Menurut Sulistyio Rahayu *et al.*, (2020) nilai perusahaan dianggap penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang mampu mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, nilai yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan, nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan *Price To Book Value* (PBV). PBV yang tinggi akan membuat pasar percaya dengan proyek perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dihitung dari nilai laba ekspektasi masa depan dan dikembalikan dengan suku bunga yang

tepat. Ada sejumlah variabel yang memengaruhi nilai perusahaan, antara lain: profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan.

Faktor yang pertama adalah profitabilitas, yang merupakan salah satu elemen penting dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan diperiode tertentu demi mempertahankan kelangsungan usaha (Iman *et al.*, 2021). Profitabilitas merupakan sebuah gambaran bagaimana suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari asset ataupun modal yang mereka miliki. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas menunjukkan bahwa bisnis memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Sintyana dan Artini, 2018). Bisnis sangat memperhatikan profitabilitas karena dapat menunjukkan seberapa efektif suatu perusahaan dalam memperoleh laba dan menunjukkan seberapa baik kinerjanya. Jika perusahaan dianggap menjanjikan atau menguntungkan dimasa depan investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya untuk membeli sahamnya. Karena banyaknya minat investor terhadap perusahaan, harga saham akan naik. Jika tingkat pengembalian harga saham semakin tinggi, nilai perusahaan akan meningkat (Chynthiawati & Jonnardi, 2022).

Dengan rasio profitabilitas yang baik maka para investor, kreditur dan supplier akan melihat kekuatan didalam perusahaan tersebut. yang berarti akan mengindikasikan laba perusahaan yang tinggi dan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dalam bentuk dividen, dan sebaliknya rasio profitabilitas yang rendah menunjukkan masalah dalam bisnis yang mengurangi laba perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas diprosikan dengan *Return On Equity* (ROE). Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Dwiastuti dan Dillak, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil itu berbanding terbalik dengan penelitian yang di lakukan (Ali dan Faroji, 2021) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah *leverage* yang digunakan untuk membandingkan hutang perusahaan dengan asetnya dan untuk menentukan berapa banyak aset perusahaan yang diperlukan untuk memenuhi seluruh kewajibannya (Kasmir, 2014) dalam (W. W. Hidayat, 2018). *Leverage* merupakan rasio yang di gunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka pendek atau kewajibannya pada waktu jatuh tempo (Nareza Lazwardy Arafa & Mu'minatus Solichah, 2023). Pada penelitian ini diprosikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), DAR digunakan sebagai ukuran berapa besar aset perusahaan yang dibiayai hutang atau berapa besar hutang perusahaan memiliki pengaruh pada pembiayaan aset. Nilai DAR yang tinggi menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan, semakin besar risiko keuangan yang akan mengakibatkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya, yang berarti semakin besar kemungkinan nilai perusahaan akan turun.

Semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi nilai perusahaan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutama & Lisa, 2018) *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya secara semakin tinggi *leverage* semakin tinggi nilai perusahaan. Berbanding balik dengan penelitian yg di lakukan oleh (Rejeki *et al.*, 2021) bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang terakhir adalah pertumbuhan penjualan, bahwa pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Fajriah *et al.*, 2022). Menurut Elisa dan Amanah (2021), jika ada peningkatan dalam penjualan, ini akan berdampak positif pada keuntungan perusahaan perusahaan. Investor mempertimbangkan hal ini saat mereka memutuskan untuk investasi. Bisnis apapun berusaha untuk meningkatkan penjualan unit dan dolar secara bersamaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya menjual lebih banyak unit tetapi juga menetapkan harga yang lebih tinggi untuk unit tersebut. Selain itu, mengukur pertumbuhan penjualan membantu menentukan apakah suatu bisnis memiliki potensi kesuksesan jangka panjang karena menunjukkan bahwa permintaan pelanggan terhadap produk atau layanan semakin meningkat. Penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Endarwati dan Hermuningsih, 2019) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan (Rohmadhina, 2021) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberikan hasil yang berbeda-beda antara penelitian satu dengan yang lainnya (*research gap*), adanya fenomena bisnis yang terjadi, peneliti tertarik untuk mengajukan penelitian lebih lanjut dan mendalam, maka penelitian ini mengangkat judul analisis pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap

nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bej periode 2018-2022)

Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah dugaan awal yang masih berifat sementara yang disusun oleh peneliti yang akan dibuktikan kebenarannya setelah hasil penelitian diperoleh.

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang didapat dari kegiatan investasi. Dimana hal tersebut akan menjadi tolak ukur kondisi sebuah perusahaan sedang menguntungkan atau menjanjikan keuntungan dimasa yang akan mendatang maka akan banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham perusahaan tersebut, hal tersebut akan mendorong harga saham naik menjadi lebih tinggi. *Return on equity* adalah salah satu rasio yang menjadi ukuran dalam menghitung profitabilitas suatu perusahaan, dimana rasio ini mengukur tingkat keuntungan investasi oleh pemilik saham perusahaan dan pemilik modal. Jadi semakin tinggi ROE maka akan semakin baik juga nilai perusahaan dalam menghasilkan laba bersih.

Sehubungan dengan *signalling theory* dan *agency theory* bahwa manajemen (*agent*) dan pemilik perusahaan (*principle*) bekerja sama dengan baik dalam memperoleh laba yang tinggi sehingga investor akan lebih merespon sinyal positif tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Khotimah, 2022) bahwa profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhonah *et al.*, 2019).

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage dalam suatu perusahaan menjadi suatu pertimbangan penting yang harus diambil oleh suatu perusahaan oleh investor dalam berinvestasi. Karena menggambarkan tingkat resiko yang di tanggung oleh perusahaan, karena jika terjadi penurunan laba maka pemegang saham akan mengalami kerugian. Karena semakin tinggi tingkat leverage maka semakin besar juga risiko yang akan dihadapi serta semakin besar return suatu penghasilan yang diharapkan. Sehubungan dengan *signalling theory* bahwa semakin tinggi nilai hutang perusahaan resiko yang ditanggung oleh perusahaan semakin besar pula maka akan menjadi sinyal buruk untuk berinvestasi karena profitabilitas perusahaan menurun. *Agency theory* menjelaskan bahwa semakin tinggi leverage perusahaan mempunyai proposi hutang lebih besar dalam struktur modalnya maka akan mempunyai nilai agensi yang lebih tinggi. Sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Dewantari *et al.*, 2020) bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂: Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan sendiri merupakan keberhasilan suatu perusahaan melakukan perubahan nilai penjualan bersih yang meningkat pada laporan keuangan pertahun. Pertumbuhan penjualan yang stabil berkelanjutan biasanya menghasilkan peningkatan pendapatan suatu perusahaan, yang dimana akan menimbulkan kepercayaan investor dengan dipandang baik untuk menanamkan modalnya terhadap prospek jangka panjang perusahaan tersebut karena dinilai memiliki aspek yang menguntungkan dan memiliki masa depan yang baik.

Sehubungan dengan *signalling theory* dan *agency theory*, manajemen (*agent*) dan pemilik perusahaan (*principle*) bekerja sama dengan baik untuk mengelola sumber daya perusahaan dengan baik dan efisien untuk menyiapkan strategi agar penjualan mengalami peningkatan yang berpengaruh terhadap tingkat produksi sehingga perusahaan tersebut berkembang yang dimana akan meningkatkan nilai perusahaan dan akan menarik investor untuk menanamkan modalnya dan investor akan menrima sinyal positif tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Karlinda *et al.*, 2021) pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang di lakukan (N. S. Elisa & Amanah, 2021) pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

4. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham

merupakan tujuan utama perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019). Dalam penelitian sebelumnya ada beberapa indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan, tingginya nilai perusahaan bisa dilihat dari tingginya nilai profitabilitas (Arafa & Solichah, 2023). *leverage* digunakan untuk membandingkan hutang perusahaan dengan asetnya untuk menentukan berapa banyak aset perusahaan yang diperlukan untuk memenuhi seluruh kewajibannya (Sofia Prima Dewi, 2021). Dan pertumbuhan penjualan menurut (Fajriah *et al.*, 2022) merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dibandingkan periode sebelumnya. Berdasarkan uraian di atas hipotesis dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel dependen berkaitan erat dengan dengan variabel dependen dan saling mempengaruhi. Sehubungan dengan *signalling theory* dan *agency theory* bahwa manajemen (*agent*) dan pemilik perusahaan (*principle*) bekerja sama dengan baik dalam memperoleh laba yang tinggi, mengelola pendanaan yang berasal dari hutang dan sumber daya perusahaan untuk meningkatkan penjualan perusahaan sehingga investor akan lebih merespon sinyal positif tersebut.

H₄: Profitabilitas, Leverage dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori yang sudah ada, jadi penelitiannya cenderung objektif dan tidak mendalam. Menurut Sugiyono (2018) kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Selanjutnya menggunakan metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulannya. Penelitian ini, penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan periode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah selama lima tahun yaitu 2018-2022.

Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian dibuat kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebanyak 60 perusahaan.

Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari total karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian, dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling.

Peneliti memutuskan untuk memilih sampel ini berdasarkan penelitian terhadap karakteristik sampel yang telah disesuaikan dengan kriterianya yang akan diteliti yaitu:

1. Perusahaan *food and beverage* yang *go public* dan *listed* di BEI periode 2018-2022.
2. Perusahaan *food and beverage* yang mencantumkan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2018-2022.
3. Laporan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menggunakan mata uang rupiah selama tahun 2018-2022.
4. Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mendapatkan laba bersih selama tahun 2018-2022.

Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan data sekunder. Data sekunder sendiri merupakan sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti memperoleh data berupa laporan keuangan perusahaan *food and beverage* periode 2018-2022. Dimana sumber data tersebut di peroleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini pengolahan datanya menggunakan bantuan *software Microsoft office* dan *SPSS 25* dengan menggunakan analisis model regresi data panel. Langkah-langkah analisis yang

digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi, penentuan persamaan estimasi regresi, uji signifikansi (uji f dan uji t) serta analisis koefisien determinasi.

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) statistik deskriptif adalah suatu teknik analisis yang menggambarkan ataupun mendeskripsikan data dari penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Teknik yang digunakan peneliti selanjutnya adalah regresi linear berganda yang digunakan untuk memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan supaya menghasilkan nilai koefisien sebagai penduga (Ervan Triyanto, Heri Sismoro, 2019). Asumsi klasik terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan, yakni uji normalitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan hubungan variabel yang di teliti antara satu dengan lainnya yang berkaitan dengan kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang kebenarannya harus di uji (Sugiyono, 2018). Di dalam penelitian ini melakukan analisis uji hipotesis parsial (uji t) dan juga uji kelayakan modal (uji f) untuk mengetahui keterkaitan satu dengan lainnya, yaitu sebagai berikut:

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji koefisien regresi secara parsial atau t di hitung adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Langkah-langkah dalam melakukan uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi uji t < 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji t > 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Kelayakan Model (Uji f)

Menurut (Ghozali, 2018) uji f adalah untuk memperhatikan apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait.

Kriteria pengambilan keputusan adalah;

- a. Jika nilai F di hitung < F tabel dan jika prioritas (signifikan) lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima artinya variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- b. Jika nilai F hitung > F tabel dan jika profitabilitas (signifikan) lebih kecil dari 0,05 maka H_0 di tolak artinya variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel independen secara signifikan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah sebuah koefisien yang menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya maka semakin baik variabel independen yang dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi mempunyai kelemahan karena bias terhadap jumlah variabel bebas yang di masukan ke dalam model. Setiap penambahan satu variabel bebas maka R^2 akan meningkat. Oleh beberapa itu peneliti menyarankan agar menggunakan nilai *adjusted* R^2 untuk mengevaluasi pemilihan model regresi yang paling baik. Namun kenyataannya nilai *adjusted* R^2 dapat bernilai negatif, walaupun dikehendaki bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 di anggap nol.

HASIL

Deskripsi Objek Penelitian

Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan dibidang pembuatan dan penjualan makanan maupun minuman. Perusahaan *food and beverage* merupakan kelompok industri cukup besar di Indonesia yang berkembang dengan sangat pesat dan dinamis, seiring bertambahnya penduduk volume kebutuhan terhadap konsumsi juga meningkat. Selain itu dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang terus meningkat dari tahun ke tahun, yang membuat meningkatnya kondisi perdagangan saham perdagangan di Bursa Efek Indonesia mampu menarik kembali para investor untuk menginvestasikan kelebihan dananya di pasar saham. Penelitian ini menggunakan 18 perusahaan sebagai sampel sesuai

dengan kriteria yang telah disesuaikan sebelumnya. Perusahaan *food and beverage* yang dijadikan sampel adalah perusahaan yang telah publikasi data laporan keuangan pada periode 2018-2022. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini meliputi rasio profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan.

Analisis Data

Penelitian ini membahas pengaruh nilai perusahaan dengan menggunakan variabel bebas yaitu *Return On Equity*, *Debt to Equity Ratio* dan *Sales Growth* sedangkan variabel terikat menggunakan metode *price book value*. Sumber data yang digunakan untuk memperoleh semua variabel berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan *food and beverage* periode 2018-2022.

Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Yang bertujuan untuk membaca data serta memahami maksudnya. Hasil olahan data dalam bentuk deskriptif statistik yang akan dibahas adalah: rata-rata sampel (*mean*), nilai tertinggi (*maximum*), nilai terendah (*minimum*) dan standar deviasi sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Destriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	90	.36	28.88	3.5262	4.90420
Profitabilitas	90	.00	1.05	.1719	.17342
Leverage	90	.11	2.85	.8191	.71934
Pertumbuhan Penjualan	90	-.47	.50	.0806	.15831
Valid N (listwise)	90				

Nilai mean variabel nilai perusahaan sebesar 3,262 dengan tingkat penyimpangan 4,90420 dimana nilai deviasi standarnya lebih besar daripada nilai meannya menunjukkan adanya variasi (sebaran) yang luas. Dengan nilai minimum variabel pertumbuhan sebesar 0,36 (tahun 2018-2022) dan nilai maksimum sebesar 28,88 (tahun 2018-2022).

Nilai mean variabel profitabilitas sebesar 0,1719 dengan tingkat penyimpangan 0,17342 dimana nilai deviasi standarnya lebih besar daripada nilai meannya menunjukkan adanya variasi (sebaran) yang luas. Dengan nilai minimum variabel pertumbuhan sebesar 0,00 (tahun 2018-2022) dan nilai maksimum sebesar 1,05 (tahun 2018-2022).

Nilai mean variabel *leverage* sebesar 0,8191 dengan tingkat penyimpangan 0,71934 dimana nilai deviasi standarnya lebih kecil daripada nilai meannya menunjukkan adanya variasi (sebaran) yang kecil, sehingga dapat disimpulkan data pada variable *leverage* baik. Dengan nilai minimum variabel *leverage* sebesar 0,11 (tahun 2018-2022) dan nilai maksimum sebesar 2,85 (tahun 2018-2022).

Nilai mean variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,0806 dengan tingkat penyimpangan 0,15831 dimana nilai deviasi standarnya lebih besar daripada nilai meannya menunjukkan adanya variasi (sebaran) yang luas. Dengan nilai minimum variabel pertumbuhan sebesar -0,47 (tahun 2018-2022) dan nilai maksimum sebesar 0,50 (tahun 2018-2022).

Hasil Uji Asumsi klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen memiliki berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal yaitu memiliki signifikansi di atas 5% (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan pengujian *One Sample Kolmogorov Smirnov* test yang terdapat dalam program SPSS 25.0 for Windows.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.16099508
Most Extreme Differences	Absolute		.082
	Positive		.082
	Negative		-.070
Test Statistic			.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.188
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.149
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.140
		Upper Bound	.158
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Berdasarkan tabel diatas, nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,188 sedangkan kriteria yang ditetapkan adalah nilai Asymp.Sig.(2-tailed) > 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini data terdistribusi normal.

Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi di lakukan dengan menggunakan uji Durbin Waston. Yang di gunakan untuk mengetahui apakah terjadi kolerasi antara kesalahan pengganggu pada priode t dengan kesalahan pada priode t-1 (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dengan cara melihat nilai dari DW (durbin-waston), dl dan dU yang dilihat dari tabel durbin-waston dengan ketentuan berlaku.

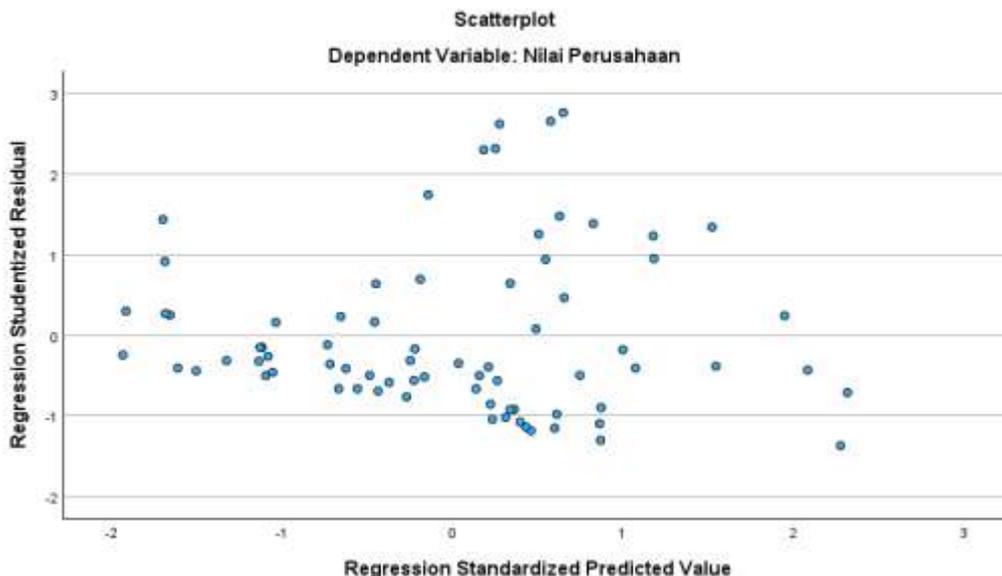
Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.870 ^a	.757	.748	1.84695	1.853
a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Profitabilitas					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan					

Berdasarkan tabel 4 bahwa nilai DW yang didapat adalah 1,853 Model persamaan nilai $dU > d < 4 - dU$ yaitu $dU (1,723) < d (1,853) < 4 - dU (2,147)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi telah terjadi ketidaksamaan jika terdapat varian yang berbeda maka disebut heteroskedastistas (Ghozali, 2018). Jika tidak ada gejala heterokedasitas didalam model regresi, itu adalah pertanda regresi tersebut baik. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastistas dilakukan menggunakan scatter plot, model regresi yang bebas dari masalah heteroskedastitas ditandai apabila tidak terdapat pola yang teratur.



Gambar 5 Grafik Scatter Plot

Berdasarkan gambar 5 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen (Sugiono, 2019).

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.316	.395		-.801	.425
	Profitabilitas	25.980	1.411	.919	18.415	<.001
	Leverage	-.399	.340	-.059	-1.174	.243
	Pertumbuhan Penjualan	-3.684	1.487	-.119	-2.478	.015

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

$$Y = -0,316 + 25,980X_1 - 0,399X_2 - 3,685X_3 + e$$

Berdasarkan hasil output di SPSS tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa model regresi penelitian ini dikembangkan sebagai berikut

1. Konstata = -0,316
 Hasil konstata sebesar -0,316 menyatakan bahwa jika profitabilitas, leverage dan pertumbuhan penjualan bernilai nol maka nilai perusahaan yang dihasilkan sejumlah -0,316.
2. Profitabilitas = 25,950
 Nilai profitabilitas perusahaan bernilai 25,950 artinya profitabilitas bernilai positif. Hal ini berarti setiap nilai profitabilitas mengalami kenaikan 1, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 25,950 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Artinya jika nilai profitabilitas semakin naik harus diikuti dengan naiknya nilai perusahaan.
3. Leverage = -0,399
 Nilai leverage bernilai -0,399 artinya leverage bernilai negatif. Hal ini berarti setiap nilai leverage mengalami penurunan 1, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,399 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Artinya jika nilai leverage semakin menurun harus diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan.
4. Pertumbuhan penjualan = -3,684

Nilai pertumbuhan penjualan bernilai -3,684 artinya pertumbuhan penjualan bernilai negatif. Hal ini berarti setiap nilai pertumbuhan penjualan mengalami penurunan 1, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -3,684 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Artinya jika nilai pertumbuhan penjualan semakin menurun harus diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Sugiono, 2018). Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% atau tingkat kesalahan $<0,05$ menggunakan aplikasi *SPSS 25 for windows*.

Untuk melihat variabel-variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Hasil tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan menghasilkan t hitung sebesar 18.415 dengan signifikansi sebesar $<0,001$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 0,05 profitabilitas yang diukur dengan *return on equity* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif, yang berarti cenderung memiliki nilai perusahaan *price book value* yang lebih tinggi. Dengan demikian **H_1 diterima**.

2. Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Hasil tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian variabel leverage terhadap nilai perusahaan menghasilkan t hitung sebesar -1,174 dengan signifikansi sebesar 0,243. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 0,05 yang berarti H_1 ditolak H_0 diterima. *Leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan demikian **H_2 ditolak**.

3. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Hasil tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil pengujian variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan menghasilkan t hitung sebesar -2,478 dengan signifikansi sebesar 0,015 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 0,05 pengaruh pertumbuhan yang diukur dengan *sales growth* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif, yang berarti cenderung memiliki nilai perusahaan *price book value* yang lebih tinggi. Dengan demikian **H_3 diterima**.

Uji Kelayakan Model (F)

Uji f digunakan untuk mengetahui kelayakan apakah permodelan yang dibangun memenuhi kriteria fit atau tidak. Model regresi di katakan fit apabila tingkat probabilitas f-statistik lebih kecil dari 0,05.

Tabel 7. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1724.937	3	574.979	118.974	<.001 ^b
	Residual	415.621	86	4.833		
	Total	2140.558	89			
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						
b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Profitabilitas						

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 574,979 dengan nilai signifikansi sebesar $<0,001$ lebih kecil dari 0,05. Maka yang digunakan signifikan atau dengan kata lain model pertama layak untuk digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi menunjukkan presentase variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi dapat diperoleh dari nilai *adjusted R²*.

Tabel 8. Uji Kofisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.806	.799	2.19836

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Profitabilitas

Penelitian ini mendapatkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,799 Hal ini berarti bahwa 79,9 % nilai perusahaan dapat di jelaskan oleh variabel profitabilitas, leverage dan pertumbuhan penjualan, sedangkan lainnya yaitu sebesar 20,1 % nilai perusahaan dapat di jelaskan oleh variabel lainnya.

PEMBAHASAN

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uji t (parsial) pada tabel 4.4 diketahui nilai signifikansi *return on equity* sebesar <0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar 18,415 yang artinya H₀ ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on equity* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Pengaruh signifikan positif dapat diartikan bahwa tingkat pengembalian ekuitas (*return on equity*) dan nilai perusahaan satu arah, artinya kenaikan *return on equity* akan diikuti kenaikan yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan begitupun sebaliknya, turunya *return on equity* akan diikuti turunya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sutama & Lisa, 2018), (Harfani & Nurdiansyah, 2021) dan (Ramdhonah *et al.*, 2019) menghasilkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki return yang tinggi yang paling diminati oleh investor, dengan demikian maka nilai perusahaan akan meningkat yang ditandai dengan peningkatan harga saham.

Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uji t (parsial) pada tabel 4.4 diketahui nilai signifikansi *debt to equity ratio* sebesar 0,243 yang dimana lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar -1,174, yang artinya H₁ ditolak H₀ diterima. Setiap *debt to equity ratio* mengalami kenaikan 1% akan menurunkan *price book value* -0,399. Yang berarti *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan, semakin besar risiko keuangan yang akan mengakibatkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya, yang berarti semakin besar kemungkinan nilai perusahaan akan turun. Sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Nareza Lazwardy Arafa & Mu'minatus Solichah, 2023) bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uji t (parsial) pada tabel 4.4 diketahui nilai signifikansi *sales growth* sebesar 0,15 yang dimana lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar -2,478 artinya H₀ ditolak dan H_a diterima. Pengaruh pertumbuhan yang diukur dengan *sales growth* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif, dapat diartikan bahwa setiap kenaikan pertumbuhan penjualan akan meningkatkan profit sebuah perusahaan dan akan secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (N. S. Elisa & Amanah, 2021) dan (Yulimtinan & Atiningsih, 2021) menghasilkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan. Hal itu dapat membuat para investor tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan.

Pengaruh profitabilitas, leverage dan pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan secara silmutan menunjukkan bahwa nilai F- statistik sebesar 118,974 dengan nilai probabilitas <0,001 dan di bawah 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *return on equity* (ROE), *debt to equity ratio* (DER) dan *sales growth* (SG) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Setiap pemilik perusahaan pastinya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi untuk menunjukkan keberhasilan atau kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dan hubungan antara harga saham dan nilai perusahaan sangat kuat. Harga saham yang tinggi meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja saat ini dan prospek masa depan perusahaan (Silalahi & Sihotang, 2021). Penelitian Terdahulu Yang Mendukung Teori Tersebut Adalah (Fuadati *Et al.*, N.D.), (Chynthiawati & Jonnardi, 2022), (Himawan, 2020) Dan (N. S. Elisa & Amanah, 2021)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2022.
2. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2022.
4. Profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh secara silmutan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2022.

SARAN

1. Bagi para peneliti selanjutnya di harapan dapat mengembangkan atau menambah objek penelitian selain variabel yang telah diteliti pada penelitian ini.
2. Bagi para perusahaan diharapkan setelah penelitian ini tetap memperhatikan profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan karena akan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan perlu untuk meningkatkan profitabilitasnya untuk memunculkan sinyal positif investor untuk menanamkan modal pada perusahaan. Manajemen juga perlu untuk memperhatikan seluruh aspek khususnya rasio hutang yang dapat menjadi sinyal negatif bagi calon investor.
3. Bagi para investor, sebaiknya calon investor disarankan mengkaji variabel profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terlebih dahulu sebelum menanamkan modalnya. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan investor untuk menilai total ekuitasnya dan *leverage* dapat dijadikan tolak ukur mengenai tingkat hutangnya.

REFERENSI

- Ali, J., & Faroji, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135. <https://doi.org/10.55182/Jnp.V1i2.36>
- Apriliyanti, V., Hermi, H., & Herawaty, V. (2019). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 201–224. <https://doi.org/10.25105/Jmat.V6i2.5558>
- Arianti, B. F., & Yatiningrum, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal , Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pendahuluan. 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.32662/Gaj.V5i1.1845>
- Carolin, J. Y., & Susilawati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya*, 7(1), 588–597. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1447>
- Chynthiawati, L., & Jonnardi, J. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(4), 1589–1599. <https://doi.org/10.24912/Jpa.V4i4.21390>
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74. <https://doi.org/10.23887/Pjmb.V1i2.23157>
- Dwiastuti, D. S., & Dillak, V. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Dan

- Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 11(1), 137–146. <https://doi.org/10.17509/Jaset.V11i1.16841>
- Elisa, N. S., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–20.
- Endarwati, R. D., & Hermuningsih, S. (2019). ... Struktur Modal Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Segmen ... , 15(1), 2013–2020. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1317469&val=617&title=pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Property Dan Real Estate](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1317469&val=617&title=pengaruh%20struktur%20modal%20dan%20pertumbuhan%20penjualan%20terhadap%20nilai%20perusahaan%20dengan%20profitabilitas%20sebagai%20variabel%20intervening%20pada%20perusahaan%20property%20dan%20real%20estate)
- Ervan Triyanto, Heri Sismoro, A. D. L. (2019). *Ervan Triyanto, 2) Heri Sismoro, 3) Arif Dwi Laksito*. 4(2), 73–86.
- Et. Al., D. H. (2021). Company Value Impact Of Liquidity, Solvability And Profitability. *Turkish Journal Of Computer And Mathematics Education (Turcomat)*, 12(4), 782–788. <https://doi.org/10.17762/Turcomat.V12i4.563>
- Fadhillah, I., & Afriyenti, M. (2021). Pengaruh Opini Audit, Kebijakan Hutang, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(1), 98–111. <https://doi.org/10.24036/Jea.V3i1.351>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/Jimb.V7i1.3218>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Harfani, A. N., & Nurdiansyah, D. H. (2021). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 5(1), 497–505. <https://doi.org/10.31539/Costing.V5i1.2818>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/Jiakes.V10i1.1175>
- Hidayat, W. W. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak : Studi Kasus*. 3(1), 19–26.
- Hidayat, W. W. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Effect Of Company Size, Return On Equity And Leverage On Firm Value In Manufacturing Companies In Indonesia*. 21(1), 67–75.
- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Universitas Brawijaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–37.
- Ikhwal, N. (N.D.). *Analisis Roa Dan Roe Terhadap Profitabilitas Bank*.
- Iman, C., Sari, F., & Pujiyanti, N. (2021). Tinjauan Teoritis Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 531–534.
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019a). *Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan*. 17(1), 66–81.
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019b). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual*, 17(1), 66–81. <https://doi.org/10.47232/Aktual.V17i1.34>
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect Of Liquidity, Leverage, And Profitability On Firm Value: Empirical Evidence From Indonesia. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No3.0423>
- Karlinda, A. E., Azizi, P., & Sopali, M. F. (2021). Pengaruh Pengalaman Kerja, Prestasi Kerja, Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Karir Pada Pt. Pln (Persero) Kota Padang Rayon Kuranji. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, 5(2), 523–531. <https://doi.org/10.52362/Jisamar.V5i2>

- Kebijakan, D. A. N., & Terhadap, D. (2021). *Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. 5(2). <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2>
- Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/29862>
- Lase, L. P. D., Telaumbanua, A., & Harefa, A. R. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Ekonomi (Jamane)*, 1(2), 254–260.
- Manggale, N., & Widyawati, D. (2010). *Pengaruh Return On Equity, Leverage, Ukuran Perusahaan*.
- Nadhilah, F., Widjaja, H. S., & Kaban, R. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(2), 174. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i2.2165>
- Nareza Lazwardy Arafa, & Mu'minatus Solichah. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Kebijakan Dividen. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 190–200. <https://doi.org/10.59024/jise.v1i3.201>
- Ngurah, I. G., Rudangga, G., & Sudiarta, G. M. (2016). *Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. 5(7), 4394–4422.
- Ningsih, S., & Sari, S. P. (2019). Analysis Of The Effect Of Liquidity Ratios, Solvability Ratios And Profitability Ratios On Firm Value In Go Public Companies In The Automotive And Component Sectors. *Business And Accounting Research (Ijebbar) Peer Reviewed-International Journal*, 3(4), 351–359.
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftahudin, M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 30–36. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Profitabilitas, P., Perusahaan, P., & Pramudia, N. S. (N.D.). *Siti Rokhmi Fuadati*.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). *Fv_Romdhonah, Solikin, Dan Sari (2020)*. 7(1), 67–82. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>
- Rejeki, H. T., Islam, U., Sunan, N., Haryono, S., Islam, U., & Sunan, N. (2021). *Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan*. 3, 1–9.
- Sabaruddin, Pujarani, Q. E., & Hadi, S. (2022). Influence Of Liquidity, Leverage, Profitability And Company Size To Company Value (Empire Study On Food Sub-Sector Companies And Beverages Listed On The Indonesia Stock Exchange Period 2014-2017). *Basic And Applied Computational And Advanced Research Journal*, 1(2), 55–62. <https://doi.org/10.11594/bacarj.01.02.02>
- Sari, D. K. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(4), 1–19.
- Sarmigi, E., Sumanti, E., & Azhar, A. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 20–29. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3501>
- Silalahi, E., & Sihotang, V. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 7(2), 153–166. <https://doi.org/10.54367/jrak.v7i2.1381>
- Sintyana, I. P. H., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 757. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i02.p07>
- Sofia Prima Dewi, F. H. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 137. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11414>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D* Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo Rahayu, V., Indah Mustikowati, R., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan,

- Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1248–1277. <https://doi.org/10.21067/Jrmm.V6i1.4467>
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Volume X No. 1 / Februari / 2018*. X(1), 21–39.
- Wulandari, S., Masitoh W, E., & Siddi, P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabel*, 18(4), 753–761. <https://doi.org/10.30872/Jakt.V18i4.9941>
- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). *Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan*. 6(1).