

**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2022)**

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Drajat Sarjana S1**

Program Studi Akuntansi



**Disusun Oleh :
NUR HANIFAH
NIM: 31401900126**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2022)**

Disusun Oleh :

NUR HANIFAH

NIM: 31401900126

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan
sidang panitia ujian Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 26 September 2023

Menyetujui,
Pembimbing



Dr. Hj. Luluk Muhimatul Ifada, S.E., M.Si., Akt
NIDN: 0604108003

**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN
PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Disusun Oleh :

Nur Hanifah

NIM : 31401900126

Telah dipertahankan didepan

Penguji pada tanggal, 20 Oktober 2023

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Dr. Hj. Luluk Muhimatul Ifada, SE., M.Si., Akt
NIDN : 0604108003

Penguji I



Dr. Chrisna Suhendi, MBA., SE., Ak., CA
NIK : 201493034

Penguji II

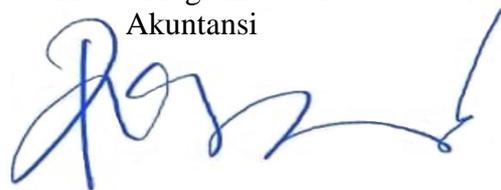


Sutapa, SE., M.Si., Akt
NIK : 211496007

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Tanggal, 20 Oktober 2023

Ketua Program Studi
Akuntansi



Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA
NIK : 211403012

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Hanifah
NIM : 31401900126
Program Studi : S1-Akutansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2022)” merupakan karya penelitian sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan cara yang baik sesuai dengan kode etik atau tradisi keilmuan. Penelitian siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Semarang, 4 Desember 2023

Yang menyatakan,



Nur Hanifah

NIM. 31401900126

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : NUR HANIFAH
NIM : 31401900126
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Pra Skripsi yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI 2018-2022)” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam proposal penelitian ini.

Semarang, 10 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,

NUR HANIFAH
NIM: 31401900126

**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2022)**

Disusun Oleh:

NUR HANIFAH

NIM: 31401900126

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI 2018-2022). Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI 2018-2022. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI 2018-2022 sebanyak 14 perusahaan yang sudah lolos kriteria sampel. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Uji Statistik Deskriptif, 2) Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi 3) Analisis Regresi Linear Berganda, 4) Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Statistik T, Uji F, dan Koefisien Determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Nilai Perusahaan.

**THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, LEVERAGE, COMPANY SIZE,
AND COMPANY GROWTH ON COMPANY VALUE
(EMPIRICAL STUDY ON FOOD AND BEVERAGE SUB-SECTOR
COMPANIES LISTED ON THE IDX 2018-2022)**

Arranged by:

NUR HANIFAH

NIM: 31401900126

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of profitability, leverage, company size and company growth on company value (empirical study of food and beverage sub-sector companies listed on the IDX 2018-2022). The population in this research is Food and Beverage Sub-Sector Companies Registered on the IDX 2018-2022. Meanwhile, the sample in this study was 14 companies in the Food and Beverage Sub Sector which were registered on the IDX 2018-2022 which had passed the sample criteria. The analysis techniques used in this research are: 1) Descriptive Statistics Test, 2) Classic Assumption Test consisting of Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, and Autocorrelation Test 3) Multiple Linear Regression Analysis, 4) Hypothesis Test consisting of Test T Statistics, F Test, and Coefficient of Determination. The results of this research show that partially and simultaneously Profitability, Leverage, Company Size, and Company Growth on Company Value.

Keywords: Profitability, Leverage, Company Size, Company Growth, Company Value.

INTISARI

Penelitian ini mengungkapkan mengenai permasalahan utama yaitu bagaimana pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini dapat diukur dengan ROE yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak pada masing-masing perusahaan. *Leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan antara semua hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor bisnisnya.. Dan Nilai Perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV) merupakan rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan yang menunjukkan seberapa besar nilai harga saham per lembar dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI 2018-2022, dengan jumlah sampel sebanyak 14 perusahaan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS versi 22.

Dalam penelitian ini tidak ditemukan variabel menyimpang dari asumsi klasik setelah dilakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Berdasarkan pengujian hipotesis disimpulkan bahwa secara parsial dan simultan Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

KATA PENGANTAR

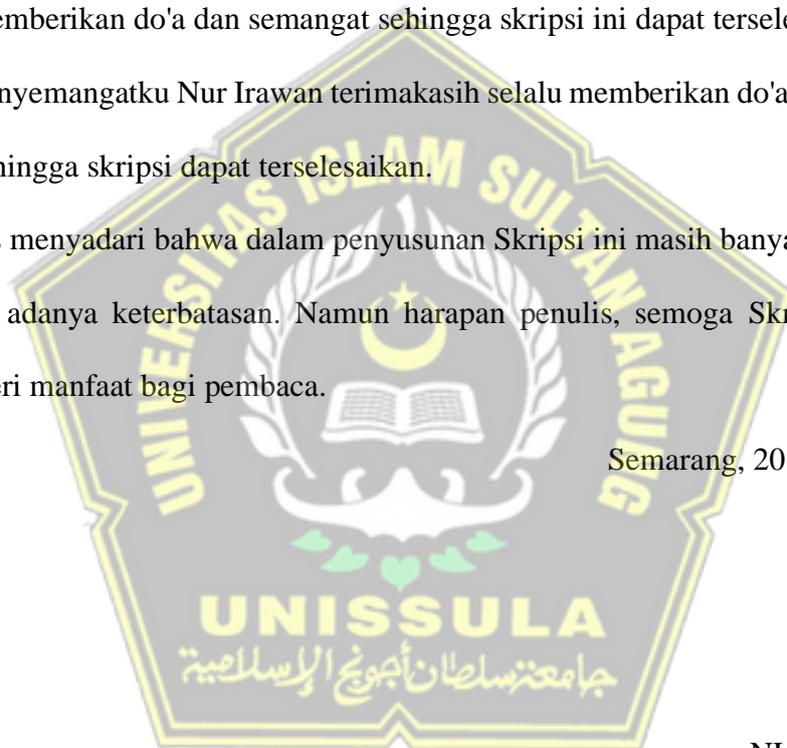
Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI 2018-2022)”. Penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari bahwa secara tidak langsung penulis mendapat banyak bimbingan bantuan dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar – besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si, Ak, CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Luluk Muhiyatul Ifada, S.E., M.Si., Akt selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberi masukan serta arahan dengan baik sehingga penyusunan Skripsi ini membuahkan hasil yang maksimal.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

5. Kedua orang tua tersayang, Bapak H. Masun Rasid dan ibu Hj. Syamsidar yang senantiasa mendoakan, membimbing dan mendukung baik dalam segi moral maupun materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kakak - kakakku yang selalu memberikan do'a dan dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Temanku Putri, mega, bila, pipit, dhita, filza, kartina, ika yang selalu memberikan do'a dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Penyemangatku Nur Irawan terimakasih selalu memberikan do'a dan semangat sehingga skripsi dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan. Namun harapan penulis, semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

Semarang, 20 Oktober 2023



NUR HANIFAH
NIM: 31401900126

DAFTAR ISI

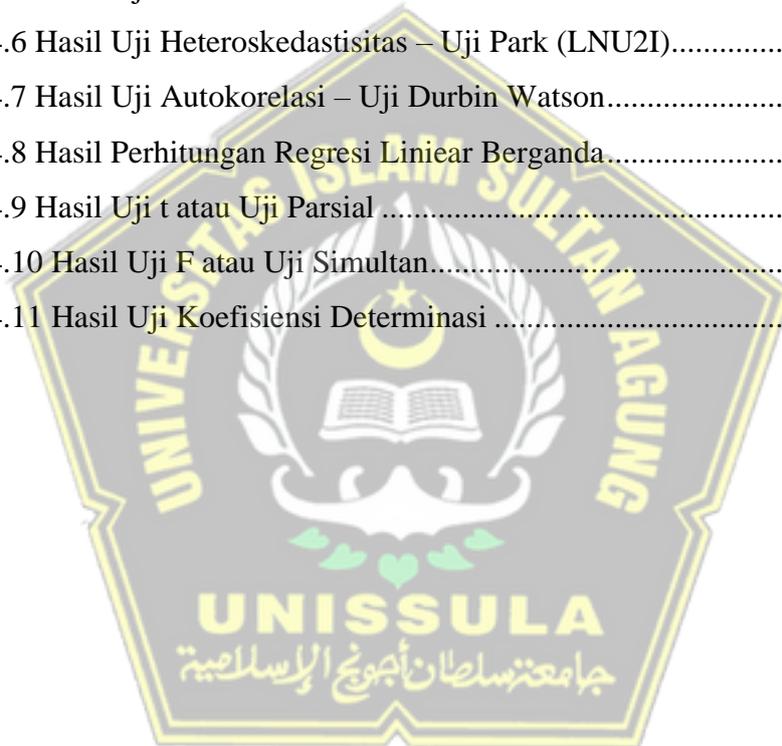
JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
INTISARI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB I	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.4 Kerangka Penelitian	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
3.2 Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Metode Analisis Data	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	41
4.2 Hasil Analisis	42
4.3 Pembahasan	54
PENUTUP	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	62
5.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 4.1 Perincian sampel penelitian	41
Tabel 4.2 Daftar perusahaan yang menjadi sampel	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas – Uji Kolmogrov-Smirnov Test.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Park (LNU2I).....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi – Uji Durbin Watson.....	48
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji t atau Uji Parsial	51
Tabel 4.10 Hasil Uji F atau Uji Simultan.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 30



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dunia industri saat ini berjalan dengan begitu pesat sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat. Menurut Putra dan Gantino (2021), persaingan yang ada menuntut perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tetap tercapai. Perusahaan yang mampu bersaing dan unggul tentunya harus memiliki kinerja yang baik agar dapat mempertahankan eksistensinya. Perusahaan dapat mencerminkan kinerjanya melalui nilai perusahaan. Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan tersebut telah melaksanakan dan mempergunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Melalui kinerja keuangan ini, nilai perusahaan dapat ditentukan. Semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan dan begitu juga sebaliknya disaat kinerja perusahaan buruk maka, nilai perusahaan akan turun (Putra dan Gantino, 2021).

Salah satunya perkembangan yang terjadi adalah bertambahnya jumlah perusahaan dalam industri dengan menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat antar perusahaan. Persaingan dalam industri membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar dapat mencapai tujuannya. Umumnya suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang yaitu mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham, maupun tujuan jangka pendeknya yaitu memaksimalkan laba

perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki. Perusahaan go public akan selalu berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya guna menarik perhatian investor (Anugerah dan Suryanawa, 2019).

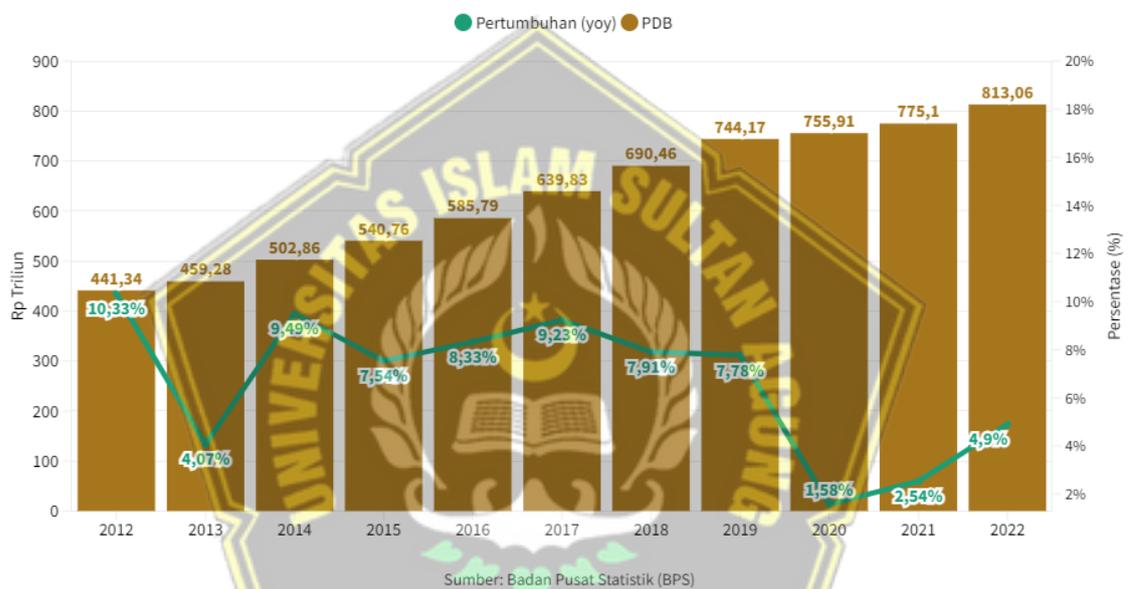
Tujuan perusahaan yang jelas merupakan syarat berdirinya suatu perusahaan. Mengemukakan ada beberapa tujuan yang dimiliki perusahaan saat pendiriannya. Pertama, untuk memperoleh laba semaksimal mungkin. Kedua, memakmurkan pemegang saham dan tujuan ketiga yaitu memaksimalkan nilai perusahaan dengan melihat pergerakan harga sahamnya. Artinya nilai perusahaan sangat penting dikarenakan nilai perusahaan tersebut akan mencerminkan bagaimana kinerja perusahaan tersebut yang pada akhirnya akan memengaruhi persepsi dari investor terhadap perusahaan (Nopiyanti & Darmayanti, 2018).

Nilai perusahaan merupakan aspek utama yang dilihat oleh investor sebelum mereka memutuskan untuk menginvestasikan dana di suatu perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dari tahun ke tahun merupakan suatu gambaran keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjalankan usahanya. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Menurut Putra dan Gantino (2021), Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal yang secara prinsip mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Sedangkan faktor eksternal perusahaan yaitu faktor-faktor dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan itu sendiri, seperti nilai kurs, inflansi, dan pertumbuhan

pasar. Oleh karena itu nilai perusahaan akan berbeda untuk setiap perusahaan disetiap sektor industry.

Seperti halnya kasus yang terjadi di awal tahun 2020 menjadikan perekonomian di seluruh dunia kacau, termasuk di Indonesia. Masalah yang terjadi menyebabkan anjloknya Harga Saham Gabungan atau (IHSG). Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) memasuki fase *bearish*. Sejak awal tahun 2020, IHSG sudah anjlok 15,21% sampai Kamis (27/2). Penurunan IHSG menyeret perusahaan-perusahaan besar dan bagus ke zona merah. (Investasi.kontan.co.id). Tetapi pelemahan yang menimpa indeks barang konsumsi juga tidak separah indeks sektoral lain, seperti properti dan real estate yang anjlok hingga 32,84% serta indeks sektor aneka industri yang terkoreksi hingga 31,81%. Jika ditilik, sebenarnya indeks sektor barang konsumsi tertolong oleh sejumlah saham produsen makanan dan minuman, yang beberapa diantaranya masih mencatatkan pertumbuhan positif. Saham PT Mayora Indah Tbk (MYOR) misalnya, mencatatkan return positif 15,61% secara ytd. Produsen air minuman dalam kemasan (AMDK), PT Akasha Wira International Tbk (ADES) masih menguat 6,7% sejak awal tahun. Dua jawara emiten produsen makanan dan minuman, yakni PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) serta PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) memang masih terkoreksi sejak awal tahun. Namun, koreksi yang menimpa dua saham grup Salim ini masih berada di bawah koreksi sektoral dan IHSG, yakni masing-masing melemah 10,09% dan 9,42% sejak awal tahun. (Mahadi, 2020; Investasi.kontan.co.id).

Namun fenomena yg terjadi diatas, belum berdampak besar pada perusahaan industri makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan tetapi meningkat pertumbuhan ditahun berikutnya. Dalam hal tersebut dapat dijelaskan grafik produk domestik bruto (PDB) perusahaan industri makanan dan minuman, dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2022, sebagai berikut:



**Gambar.1.1 PDB Industri Makanan Dan Minuman
Pada Tahun 2012 s.d 2022**

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) industri makanan dan minuman sebesar Rp.813,06 triliun pada 2022. Nilai itu naik 4,90% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar Rp.775,10 triliun. Pertumbuhan kinerja industri mamin konsisten tumbuh sejak satu dekade terakhir. Selama periode tersebut, pertumbuhan tertinggi terjadi pada 2012 yang mencapai 10,33%. Adapun, pertumbuhan industri makanan dan minuman paling lambat terjadi pada 2020, yakni 1.58%. Hal itu

seiring terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia. Menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin), pertumbuhan industri ini didorong oleh meningkatnya produksi komoditas mamin. Faktor lainnya karena peningkatan ekspor CPO akibat tingginya permintaan global sepanjang tahun lalu. Adapun, industri makanan dan minuman merupakan salah satu subsektor dari industri pengolahan. Industri makanan dan minuman berkontribusi sebesar 33,92% terhadap PDB industri pengolahan. (Dataindonesia.id, 2023)

Hal ini membuktikan bahwa sektor makanan dan minuman di Indonesia dapat bertahan dengan baik di tengah resesi ekonomi. Pertumbuhan positif pergerakan harga saham pada sektor makanan dan minuman membuat sentiment positif dari para investor. Naik turunnya nilai perusahaan yang diprosikan dengan harga saham dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya seperti faktor Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi Nilai Perusahaan adalah Profitabilitas. Menurut penelitian Bagaskara, dkk (2021), profitabilitas dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Menurut Putra dan Gantino (2021), semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat, dengan demikian semakin tinggi rasio ini maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi investasi yang digunakan. Hal ini memungkinkan perusahaan membiayai investasi

dari dana yang berasal dari sumber internal yang tersedia dalam laba ditahan, sehingga informasi dalam profit akan menjadi nilai positif bagi investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage. Menurut Anugerah dan Suryanawa (2019), Leverage dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Jadi *leverage* yaitu suatu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan hutang. Menurut Putra dan Gantino (2021), Perusahaan yang kondisi keuangannya baik akan menunjukkan rasio leverage yang rendah atau minimal sama. Bisa dikatakan leverage yang semakin tinggi menunjukkan risiko investasi yang semakin besar. Tetapi Perusahaan dengan leverage yang rendah memiliki risiko investasi yang rendah, karena pada kondisi tersebut menandakan seberapa besar hutang pada perusahaan tersebut dan seberapa besar tingkat risiko yang akan diterima investor jika menanamkan modalnya. Tingginya minat investor dalam membeli saham menunjukkan tingginya permintaan terhadap saham perusahaan sehingga akan meningkatkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan ikut meningkat, sehingga adanya leverage yang rendah akan meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Anugerah dan Suryanawa (2019), Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besar nilai ekuitas, nilai penjualan atau

nilai total aktiva. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam satuan total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Menurut Putra dan Gantino (2021), Ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil, sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang mengalami perkembangan yang pesat mendapatkan keuntungan berupa citra positif perusahaan yang dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Pertumbuhan perusahaan. Menurut Faizra, dkk (2022), Pertumbuhan perusahaan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam system ekonomi secara keseluruhan atau system ekonomi untuk industry yang sama. Sedangkan menurut Adfentari, dkk (2020), Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor bisnisnya. digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan

dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan industri. Pihak internal dan eksternal sangat mengharapkan pertumbuhan perusahaan karena dapat memberikan aspek positif bagi mereka. Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh banyak pihak baik internal maupun eksternal, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, karena dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan mereka mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi mereka memberi hasil yang lebih baik. Pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan selisih total aset yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aset periode sebelumnya.

Terdapat beberapa penelitian yang pernah dilakukan berkaitan dengan nilai perusahaan, seperti yang dilakukan oleh Putra dan Gantino (2021), dengan hasil yang menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang serupa dilakukan oleh Bagaskara, dkk (2021), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, leverage dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang serupa dilakukan oleh Faizra, dkk (2022) yang menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas dan

pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Suryandani (2018) yang menunjukkan bahwa Pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh. Penelitian yang serupa dilakukan oleh Adfentari, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Gantino (2021), perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Putra dan Gantino (2021) terletak pada variabel, objek penelitian dan tahun pengamatan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Gantino (2021) variabel yang digunakan adalah profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage, sedangkan pada penelitian ini menambah variabel baru yaitu Pertumbuhan perusahaan. Sesuai dengan saran peneliti Putra dan Gantino (2021) untuk menambah variabel lain seperti Pertumbuhan perusahaan. Variabel Pertumbuhan perusahaan diambil dari penelitian yang dilakukan oleh Faizra, dkk (2022) dan Adfentari, dkk (2020). Objek penelitian yang sebelumnya pada perusahaan *real estate dan property* yang go public di BEI periode 2016-2019 diperbaharui menjadi perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti, terdapat perbedaan hasil penelitian antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lainnya dimana seperti terangkum dalam tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Reserch Gap

NO	Variabel Independen	Variabel Dependen	Putra dan Gantino (2021)	Faizra, dkk (2022)	Bagaskara, dkk (2021)	Adfentari, dkk (2020)	Anugerah dan Suryanawa (2019)	Suryandani (2018)
1	Profitabilitas	Nilai Perusahaan	B	B	TB	B	-	-
2	Leverage		B	-	TB	-	B	-
3	Ukuran Perusahaan		TB	TB	B	-	B	TB
4	Pertumbuhan perusahaan		-	B	-	TB	-	B

Sumber: Disarikan dari berbagai jurnal, 2023

Keterangan:

B = Berpengaruh

TB = Tidak Berpengaruh

- = Tidak Menguji Variabel

Berdasarkan uraian-uraian diatas yang telah penulis teliti, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2018-2022”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia 2018-2022?

2. Bagaimana pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia 2018-2022?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia 2018-2022?
4. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia 2018-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di bursa efek indonesia 2018-2022.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di bursa efek indonesia 2018-2022.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di bursa efek indonesia 2018-2022.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di bursa efek indonesia 2018-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi keuangan khususnya penjelasan tentang pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan Pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang berkenaan dengan pembahasan tentang nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para investor, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang nilai perusahaan serta faktor yang mempengaruhinya.
- b. Bagi calon investor, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi dalam mengambil keputusan investasi pada sebuah perusahaan.
- c. Bagi emiten, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan Pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Sesuai dengan *signaling theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal pada pengguna laporan keuangan, terkhusus para investor yang akan melakukan investasi. Sinyal ini merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor dipasar modal sebagai alat analisis pengambilan keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*) bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi (Putra dan Gantino, 2021).

Signaling Theory merupakan teori yang berkaitan dengan pandangan investor dalam mengkaji dan menganalisis prospek atau kinerja suatu perusahaan yang akan dipilih guna menanamkan dananya. Teori ini menyimpulkan bahwa investor akan membedakan perusahaan-perusahaan mana saja yang kemungkinan memiliki nilai yang tinggi dan nilai yang rendah. Melalui hal tersebut para investor akan dapat dengan mudah menanamkan modal dan dananya ke perusahaan yang dianggap menguntungkan. *Signaling Theory* ini menyatakan bahwa suatu

perusahaan yang mempunyai kualitas baik secara maupun tidak langsung akan memberikan sinyal positif pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang baik dan perusahaan yang buruk. Sinyal yang baik tersebut akan diterima pasar dan dipersepsikan baik, serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang memiliki kualitas buruk, sehingga banyak investor yang ingin menanamkan dananya ke perusahaan dan perusahaan yang mempunyai sinyal buruk tidak bisa meniru perusahaan yang memiliki sinyal baik (Himawan & Andayani, 2020).

2.1.2 Nilai Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut (Wiratno & Yustrianthe, 2022), Nilai perusahaan adalah nilai wajar perusahaan yang menggambarkan sudut pandang investor terhadap emiten tertentu, sehingga nilai perusahaan merupakan sudut pandang investor yang selalu dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan. Tujuan normatif perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham dimasa mendatang. Dari sudut pandang manajemen dimana nilai perusahaan saat ini sangat tergantung pada nilai manajernya. Manajemen yang berdasarkan nilai juga merupakan proses dari memaksimalkan nilai perusahaan berdasarkan perhitungan yang terus menerus yang dilakukan setiap tahunnya. Nilai perusahaan tinggi ini menandakan bahwa pemegang saham memiliki kemakmuran dan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan tetapi juga pada prospek perusahaan dimasa mendatang, jika pemegang saham tinggi maka nilai perusahaannya pun akan tinggi.

Kesejahteraan dari pemegang saham berasal dari makmurnya nilai perusahaan. Itu menandakan perusahaan harus mau bersaing agar mendapatkan nilai perusahaan tinggi setiap tahunnya. Perusahaan harus mampu meningkatkan nilai perusahaannya dari tahun ke tahun karena jika nilai perusahaan turun perusahaan akan mengalami kerugian.

2.1.2.2 Cara Mengukur Nilai Perusahaan

Price to book value (PBV) merupakan rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan yang menunjukkan seberapa besar nilai harga saham per lembar dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi rasio PBV maka semakin tertarik para investor untuk membeli saham perusahaan. Tingginya rasio *Price to book value* (PBV) suatu perusahaan menunjukkan semakin tinggi pula perusahaan dinilai oleh para investor. Apabila suatu perusahaan dinilai lebih tinggi oleh investor, maka harga saham perusahaan yang bersangkutan akan semakin meningkat di pasar, sehingga berakibat pada meningkatnya return saham perusahaan yang bersangkutan. Hal inilah yang selanjutnya akan menimbulkan sentimen positif di kalangan investor. Menurut Wiratno dan Yustrianthe (2022), perhitungan nilai perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan baik berdasarkan total aset, total modal ataupun total pembelian. Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan, tanpa adanya keuntungan sangat sulit untuk menarik para investor. Para investor tentu melihat seberapa besar profit yang dihasilkan suatu perusahaan sehingga bisa melihat keuntungan dimasa depan apabila menanamkan modal di perusahaan tersebut (Bagaskara, dkk, 2021).

Menurut Putra dan Gantino (2021), semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat, dengan demikian semakin tinggi rasio ini maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi investasi yang digunakan. Hal ini memungkinkan perusahaan membiayai investasi dari dana yang berasal dari sumber internal yang tersedia dalam laba ditahan, sehingga informasi dalam profit akan menjadi nilai positif bagi investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.3.2 Cara Mengukur Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini dapat diukur dengan ROE yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak pada masing-masing perusahaan. Menurut Bagaskara, dkk (2021), perhitungan Profitabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : Bagaskara, dkk (2021)

2.1.4 Leverage

2.1.4.1 Pengertian *Leverage*

Leverage dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Jadi *leverage* yaitu suatu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan hutang. Namun banyak anggapan bahwa apabila perusahaan terlalu banyak melakukan pendanaan dengan hutang, maka dianggap tidak sehat karena dapat mengakibatkan penurunan laba. Jadi pengelolaan *leverage* sangatlah penting, karena sesuai dengan *theory* yang menjelaskan mengenai keseimbangan antara manfaat yang akan diperoleh akibat dari penggunaan hutang, dimana ketika perusahaan dalam kegiatan operasinya menggunakan hutang namun manfaat yang diperoleh dari penggunaan hutang jauh lebih besar dari jumlah hutang maka penggunaan hutang diperbolehkan. Sebaliknya, ketika penggunaan hutang tidak memberikan manfaat yang besar maka penambahan hutang tidak diperbolehkan (Anugerah dan Suryanawa, 2018).

2.1.4.2 Cara Mengukur *Leverage*

Untuk mengukur *Leverage* dapat menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan antara semua hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki

perusahaan. Semakin tinggi DER menunjukkan semakin besar total utang terhadap total ekuitasnya. *Debt to equity ratio* digunakan untuk mengukur total *shareholders' equity* yang dimiliki perusahaan. Menurut Bagaskara, dkk (2021), perhitungan *Leverage* dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber : Bagaskara, dkk (2021)

2.1.5 Ukuran Perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan (*SIZE*) merupakan skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Ukuran perusahaan ini menjadikan dasar bagi perusahaan untuk mengukur seberapa besar keuntungan dan peningkatan ukuran perusahaan dari tahun ke tahun. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan *total asset* yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu *total asset*, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan (Wiratno dan Yustrianthe, 2022).

Menurut Bagaskara, dkk (2021), Ukuran perusahaan (*Company Size*) menunjukkan skala besarnya aset atau kecilnya aset dalam perusahaan. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aktiva. Umumnya perusahaan besar memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dan dikenal oleh masyarakat dan akan mempengaruhi nilai dari perusahaan tersebut. Semakin besar aset suatu perusahaan,

semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tersebut. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mencari modal melalui para investor. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Penentuan ukuran perusahaan didasarkan pada total aset perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan pendanaan dari kredit dan akan lebih mudah memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki pendapatan yang besar pula. Namun pada perusahaan dengan skala kecil lebih fleksibel dalam menghadapi ketidakpastian, karena perusahaan kecil lebih cepat bereaksi terhadap perubahan yang mendadak.

2.1.5.2 Cara Mengukur Ukuran Perusahaan

Penentuan ukuran perusahaan bisa dilakukan dengan menggunakan nilai meliputi jumlah keseluruhan aset dimana berbagai nilai tersebut bisa menjadi penentu ukuran perusahaan apakah termasuk perusahaan kecil, menengah atau perusahaan besar. Ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Bagaskara, dkk (2021), perhitungan ukuran perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Ukuran perusahaan (SIZE)} = \text{Ln (Total Aktiva/Ekuitas)}$$

Sumber : Bagaskara, dkk (2021)

2.1.6 Pertumbuhan perusahaan

2.1.6.1 Pengertian Pertumbuhan perusahaan

Menurut Faizra, dkk (2022), Pertumbuhan perusahaan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam system ekonomi secara keseluruhan atau system ekonomi untuk industry yang sama. Sedangkan menurut Adfentari, dkk (2020), Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor bisnisnya. digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan industri. Pihak internal dan eksternal sangat mengharapkan pertumbuhan perusahaan karena dapat memberikan aspek positif bagi mereka.

Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh banyak pihak baik internal maupun eksternal, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, karena dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan mereka mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi mereka memberi hasil yang lebih baik. Pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan selisih total aset yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aset periode sebelumnya (Adfentari, dkk, 2020).

2.1.6.2 Cara Mengukur Pertumbuhan perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan

ekonomi dan sektor bisnisnya. digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan industri. Pihak internal dan eksternal sangat mengharapkan pertumbuhan perusahaan karena dapat memberikan aspek positif bagi mereka. Menurut Faizra, dkk (2022), perhitungan ukuran perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Total Asset } t - \text{Total Asset } t-1}{\text{Total Asset } t-1}$$

Sumber : Faizra, dkk (2022)

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan telah banyak dilakukan dengan pendekatan yang berbeda, dengan hasil yang berbeda pula. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Pertumbuhan perusahaan. Berikut penjelasan penelitian terdahulu dalam penelitian ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Independen	Hasil
1.	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	(Putra & Gantino, 2021)	1. Profitabilitas, 2. Leverage, 3. Ukuran Perusahaan,	1. Berpengaruh 2. Berpengaruh 3. Tidak Berpengaruh

2.	Pengaruh Profitabilitas , Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan	(Bagaskara et al., 2021)	1. Profitabilitas, 2. Leverage, 3. Ukuran Perusahaan, 4. Kepemilikan Manajerial	1. Tidak Berpengaruh 2. Tidak Berpengaruh 3. Berpengaruh 4. Tidak Berpengaruh
3.	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.	(Faizra et al., 2022)	1. Pertumbuhan Perusahaan 2. Profitabilitas 3. Ukuran Perusahaan	1. Berpengaruh 2. Berpengaruh 3. Tidak Berpengaruh
4.	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018	(Adfentari et al., 2020)	1. Profitabilitas 2. Pertumbuhan Perusahaan	1. Berpengaruh 2. Tidak Berpengaruh
5.	Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan	(Anugerah & Suryanawa, 2019)	1. Leverage, 2. Ukuran Perusahaan	1. Berpengaruh 2. Tidak Berpengaruh
6.	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate.	(Suryandani, 2018)	1. Pertumbuhan Perusahaan 2. Ukuran Perusahaan	1. Berpengaruh 2. Tidak Berpengaruh

Sumber: Disarikan dari beberapa jurnal, 2023

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut penelitian Bagaskara, dkk (2021), profitabilitas dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Menurut Putra dan Gantino (2021), semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat, dengan demikian semakin tinggi rasio ini maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi investasi yang digunakan. Hal ini memungkinkan perusahaan membiayai investasi dari dana yang berasal dari sumber internal yang tersedia dalam laba ditahan, sehingga informasi dalam profit akan menjadi nilai positif bagi investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik (*good news*) terhadap kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula. Tingkat ROE yang tinggi menunjukkan adanya sinyal baik yang diberikan perusahaan kepada stakeholder, hal ini yang nantinya dapat berpengaruh pada

keputusan investasi. Sesuai dengan *signaling theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal pada pengguna laporan keuangan, terkhusus pada investor yang akan melakukan investasi.

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faizra, dkk (2022), Putra dan Gantino (2021) dan Adfentari, dkk (2020) mengemukakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1 : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Anugerah dan Suryanawa (2019), *Leverage* dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Jadi *leverage* yaitu suatu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan hutang. Menurut Putra dan Gantino (2021), Perusahaan yang kondisi keuangannya baik akan menunjukkan rasio *leverage* yang rendah atau minimal sama. Bisa dikatakan *leverage* yang semakin tinggi menunjukkan risiko investasi yang semakin besar. Tetapi Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko investasi yang rendah, karena pada kondisi tersebut menandakan seberapa besar hutang pada perusahaan tersebut dan seberapa besar tingkat risiko yang akan diterima investor jika menanamkan modalnya. Tingginya minat investor dalam membeli saham menunjukkan tingginya permintaan terhadap saham perusahaan sehingga akan meningkatkan harga saham.

Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan ikut meningkat, sehingga adanya leverage yang rendah akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut *Signaling Theory* tingginya rasio *Leverage* mengindikasikan bahwa perusahaan tidak *solvable*, dimana jumlah hutang lebih besar dibandingkan dengan total asetnya, Perusahaan yang menggunakan sumber dana dari hutang, perlu mempertimbangkan kemampuannya dalam melunasi kewajiban tetapnya. Oleh karena itu, perusahaan harus jeli dalam menentukan struktur modal yang optimal. Pemilihan struktur modal yang optimal akan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan profitabilitasnya yang ditandai dengan adanya keuntungan yang dialami oleh perusahaan (Himawan, 2020).

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Gantino (2021) dan Anugerah dan Suryanawa (2019) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Leverage* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Anugerah dan Suryanawa (2019), Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besar nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai total aktiva. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam satuan total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Menurut Putra dan Gantino (2021), Ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil, sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang mengalami perkembangan yang pesat mendapatkan keuntungan berupa citra positif perusahaan yang dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik (*good news*) terhadap kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula. Menurut *Signaling Theory* dapat semakin besar ukuran atau skala suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung kegiatan operasional perusahaan secara maksimal, sehingga akan meningkatkan harga saham di pasar. Meningkatnya harga saham dari perusahaan menunjukkan adanya peningkatan nilai Perusahaan.

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara, dkk (2021) dan Anugerah dan Suryanawa (2019) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 : Ukuran perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.4 Pengaruh Pertumbuhan perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Faizra, dkk (2022), Pertumbuhan perusahaan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam system ekonomi secara keseluruhan atau system ekonomi untuk industry yang sama. Sedangkan menurut Adfentari, dkk (2020), Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor bisnisnya. digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan industri. Pihak internal dan eksternal sangat mengharapkan pertumbuhan perusahaan karena dapat memberikan aspek positif bagi mereka. Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh banyak pihak baik internal maupun eksternal, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, karena dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan mereka mengharapkan tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi mereka memberi hasil yang lebih baik. Menurut Suryandani (2018),

variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya setiap terjadi perubahan peningkatan total aktiva atau total aset selama periode penelitian dapat memengaruhi nilai perusahaan bagi kalangan investor. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi cenderung akan diminati sahamnya oleh para investor. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

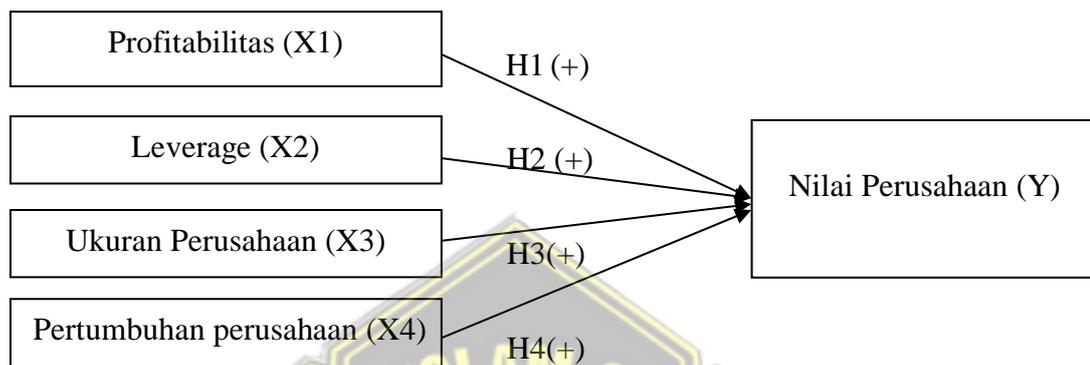
Penelitian ini sesuai *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik (*good news*) terhadap pertumbuhan perusahaan maka akan meningkatkan kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula. Aset suatu perusahaan merupakan aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan dengan adanya hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan hasil operasional perusahaan sehingga menambah kepercayaan serta dapat memberikan sinyal positif bagi pihak luar maupun pihak dalam perusahaan.

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faizra, dkk (2022) dan Suryandani (2018) menyatakan bahwa Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

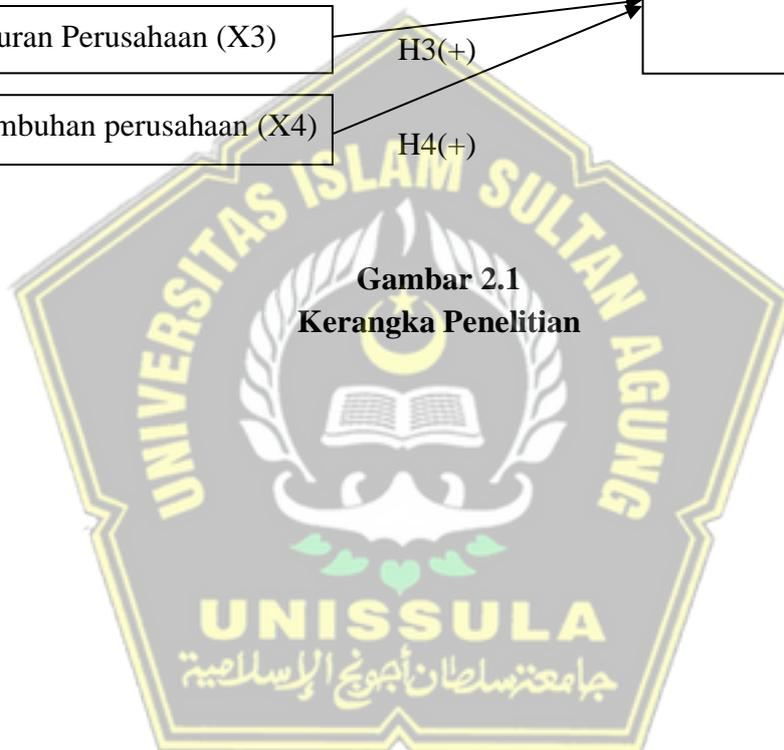
H4 : Pertumbuhan perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Model Penelitian

Berdasarkan hal tersebut dapat digambarkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Berikut ini adalah cara untuk mengukur masing-masing variabel yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2017), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

2. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan.

3.1.2 Definisi Operasional

Menurut (Sugiyono, 2017), definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang kita miliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional adalah penjelasan tentang mengenai pengertian hal-hal yang akan di teliti. Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:.

3.1.2.1 Nilai Perusahaan (Y)

Nilai Perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV). merupakan rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan yang menunjukkan seberapa besar nilai harga saham per lembar dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi rasio PBV maka semakin tertarik para investor untuk membeli saham perusahaan. Menurut Wiratno dan Yustrianthe (2022), perhitungan nilai perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per lembar Saham}}$$

Sumber : Wiratno dan Yustrianthe (2022)

3.1.2.2 Profitabilitas (X1)

Profitabilitas dalam penelitian ini dapat diukur dengan ROE yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak pada masing-masing perusahaan. Menurut Bagaskara, dkk (2021), perhitungan Profitabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : Bagaskara, dkk (2021)

3.1.2.3 Leverage

Leverage diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan perbandingan antara semua hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi DER menunjukkan semakin besar total utang terhadap

total ekuitasnya. *Debt to equity ratio* digunakan untuk mengukur total *shareholders' equity* yang dimiliki perusahaan. Menurut Bagaskara, dkk (2021), perhitungan *Leverage* dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber : Bagaskara, dkk (2021)

3.1.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melalui total aset yang dimiliki perusahaan, meliputi jumlah keseluruhan aset dimana berbagai nilai tersebut bisa menjadi penentu ukuran perusahaan apakah termasuk perusahaan kecil, menengah atau perusahaan besar. Ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Bagaskara, dkk (2021), perhitungan ukuran perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$SIZE = Ln (Total Aset)$$

Sumber : Bagaskara, dkk (2021)

3.1.2.5 Pertumbuhan perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor bisnisnya. digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan industri. Menurut Faizra, dkk (2022), perhitungan ukuran perusahaan dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Total Asset } t - \text{Total Asset } t - 1}{\text{Total Asset } t - 1}$$

Sumber : Faizra, dkk (2022)

3.2 Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel

3.2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah bahan atau objek yang akan diteliti pada sebuah penelitian. objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman. Unit sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder tersebut diambil dari perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 dalam bentuk laporan keuangan.

3.2.2 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang mengeluarkan laporan keuangan dari tahun 2018 – 2022.

3.2.3 Pengambilan Sampel

Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama yang menggambarkan dan dapat mewakili seluruh populasi yang diteliti (Sugiyono, 2017). Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana anggota sampel akan dipilih sedemikian rupa sehingga sampel yang dibentuk tersebut dapat mewakili sifat-sifat populasi. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 - 2022.
2. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menyajikan laporan keuangan audited secara lengkap, berturut-turut dan berakhir pada 31 Desember selama tahun 2018 - 2022.
3. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah selama tahun 2018 - 2022.
4. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menghasilkan nilai saldo laba yang bernilai positif selama tahun 2018 - 2022.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini termasuk kedalam jenis data sekunder yaitu data yang sudah tersedia dan berupa data kuantitatif, sehingga peneliti hanya perlu untuk mencari dan mengumpulkan data-data tersebut. Dimana data yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018 - 2022.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara (dicatat dan diperoleh dari pihak lain). Tipe data sekunder dalam penelitian ini berupa data eksternal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

periode 2018 - 2022. Data laporan keuangan diperoleh dari website www.idnfinancials.com.

3.4 Metode Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji statistik menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif untuk melihat atau memperkirakan secara kuantitatif pengaruh dari beberapa variabel secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini layak atau tidak digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas; Uji Multikolinearitas; Uji Autokorelasi; dan Uji Heteroskedastisitas. Apabila data-data yang ada telah lolos uji asumsi klasik, selanjutnya data dapat dianalisis dengan menggunakan uji model penelitian, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis.

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Ghozali (2018) merupakan alat statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum dari data tersebut. Statistik deskriptif memberikan gambaran tentang variabel-variabel dalam penelitian ini yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah suatu pengujian hipotesis yang digunakan dalam suatu penelitian yang menunjukkan bahwa model regresi tersebut layak atau tidak untuk dilakukan ke pengujian selanjutnya menurut Ghozali (2018). Adapun penyimpangan asumsi klasik ada empat: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Data yang baik dan layak dalam penelitian adalah yang memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan melihat *One Sampel Kolmogorov- Smirnov Test*, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Angka Signifikansi (sig) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Angka Signifikansi (sig) $< 0,05$, maka data tidak didistribusikan normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Pengujian multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF), jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka menunjukkan tidak adanya multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi. Dan jika nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , maka menunjukkan adanya multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi kesamaan atau ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas dengan penjelasan sebagai berikut:

Uji statistik yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*, yaitu dengan meregresi variabel independen dengan *absolute residual* terhadap variabel dependen. Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih besar dari $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual yang sama (homoskedastisitas). Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual tidak sama.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

pengganggu t-1 (sebelumnya) dinilai dengan menggunakan uji durbin Watson menurut Ghozali (2018). Dengan dasar pengambilan keputusan, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pengambilan Keputusan Uji Autokolerasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicison</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No desicison	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber : Ghozali, 2018

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2018). Tujuan adanya analisis regresi adalah untuk mengetahui tiap-tiap variabel independen yang ada apakah berhubungan positif atau negatif dan untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, maka analisis regresi linier berganda ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Metode ini berguna untuk mengetahui seberapa pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Adapun persamaan regresinya adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1.ROA + \beta_2.DER + \beta_3.SIZE + \beta_4.PP + e$$

Keterangan :

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
β_1 - β_4	= Koefisien Variabel Independen
X ₁	= Profitabilitas
X ₂	= <i>Leverage</i>
X ₃	= Ukuran Perusahaan
X ₄	= Pertumbuhan Perusahaan
e	= Variabel pengganggu (<i>disturbance's error</i>)

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang diajukan maka dilakukan pengujian secara parsial Uji T dan pengujian secara simultan Uji F serta analisis koefisien determinasi (R²). Dapat di jelaskan dibawah ini :

3.5.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0.05 menurut Ghozali (2018). Cara pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas lebih besar dari > 0.05 , maka H_0 diterima atau H_1 ditolak. Ini berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh individual terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti bahwa variabel independen mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen.

3.5.4.2 Uji Layak Model (Uji F)

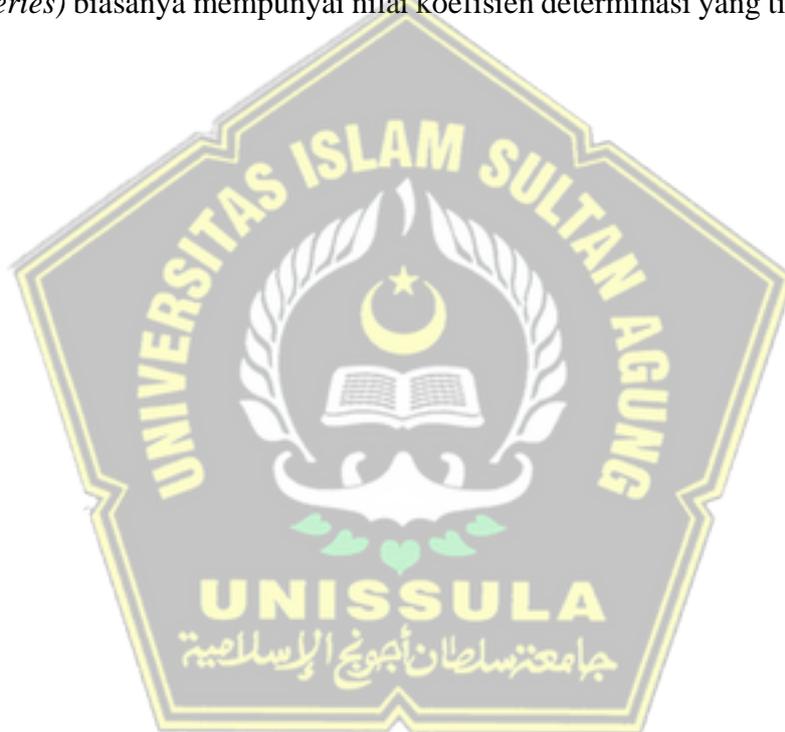
Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut: Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Ketepatan Perkiraan Model atau Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen (Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan perusahaan) dalam menjabarkan variasi variabel dependen (Nilai Perusahaan). Beberapa nilai koefisien determinasi antara nol (0) dan satu (1). Nilai

R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjalankan variabel-variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai yang mendekati ada satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menganalisa variabel-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2018).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Gambaran singkat objek penelitian mengkaji tentang profil perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 - 2022 yang berjumlah 26 perusahaan. Dari perhitungan berdasarkan kriteria diperoleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.1
Perincian sampel penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018 – 2022.	26
2	Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak mempublikasi laporan keuangan setiap tahun selama tahun 2018 – 2022.	(8)
3	Perusahaan yang melaporkan laba rugi yang bernilai negatif selama tahun 2018 - 2022.	(4)
	Jumlah perusahaan sampel	14
	Tahun pengamatan 2018 – 2022.	5
	Jumlah sampel	70

Sumber : BEI, data diolah 2023

Nama-nama perusahaan yang menjadi sampel penelitian pada masing-masing tahun disajikan pada lampiran. Sebelum membahas terhadap pembuktian hipotesis, secara deskriptif akan dijelaskan mengenai kondisi masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Berikut adalah daftar perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini disajikan dalam table 4.2 :

Tabel 4.2
Daftar perusahaan yang menjadi sampel

No	Kode	Perusahaan
1	CAMP	Campina Ice Ccream Industry Tbk
2	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
3	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk
4	DLTA	Delta Djakarta Tbk
5	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
6	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
7	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
8	MLIA	Mulia Industrindo Tbk
9	MYOR	Mayora Indah Tbk
10	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
11	SKBM	Sekar Bumi Tbk
12	SKLT	Sekar Laut Tbk
13	STTP	Siantar Top Tbk
14	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk

Sumber : BEI, data diolah 2023

4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dari data yang diambil untuk penelitian ini adalah dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 yaitu sebanyak 70 data pengamatan. Dimana variabel dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan perusahaan yang mempengaruhi Nilai Perusahaan perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2022.

Berikut hasil statistik perhitungan deskriptif untuk semua perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu tahun 2018-2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	70	.001	.256	.09372	.054762
Leverage	70	.109	1.348	.61197	.359786
Ukuran Perusahaan	70	27.340	32.826	29.05340	1.593080
Pertumbuhan Perusahaan	70	-.180	1.676	.10123	.235599
Nilai Perusahaan	70	.884	275.000	51.15116	64.925387
Valid N (listwise)	70				

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS 22, 2023

Dari tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa data yang dianalisis sebanyak 70 data sampel yang diperoleh dari laporan keuangan 14 perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI selama 5 tahun (2018-2022). Penjelasan terhadap variabel penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

Variabel Profitabilitas (X1) menunjukkan rata-rata senilai 0.0937 dengan standar deviasinya 0.0547, yang berarti standar deviasi lebih kecil dari rata-rata maka dapat di indikasikan bahwa data yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan tidak jauh berbeda. Selanjutnya nilai minimum sebesar 0,001 yang dimiliki oleh perusahaan Sekar Bumi Tbk (SKBM) untuk periode tahun 2019. Sedangkan nilai maksimumnya adalah 0,256 yang dimiliki oleh perusahaan Delta Djakarta Tbk (DLTA) untuk periode tahun 2020.

Variabel Leverage (X2) menunjukkan rata-rata senilai 0,6119 dengan standar deviasinya 0,3597, yang berarti standar deviasi lebih kecil dari rata-rata maka dapat di indikasikan bahwa data yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan tidak jauh berbeda. Selanjutnya nilai minimum sebesar 0,109 yang

dimiliki oleh perusahaan Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. (CEKA) untuk periode tahun 2022. Sedangkan nilai maksimumnya adalah 1,348 yang dimiliki oleh perusahaan Mulia Industrindo Tbk (MLIA) untuk periode tahun 2018.

Variabel Ukuran Perusahaan (X3) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 29,053 dengan standar deviasi 1,593. yang berarti standar deviasi lebih kecil dari rata-rata maka dapat diindikasikan bahwa data yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan tidak jauh berbeda. Nilai minimum perusahaan sampel sebesar 27,340 dimiliki perusahaan Sekar Laut Tbk (SKLT) untuk periode tahun 2018. Sedangkan nilai maksimumnya sebesar 32,826 dimiliki Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) untuk periode tahun 2022.

Variabel Pertumbuhan perusahaan (X4) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,1012 dengan standar deviasi 0,2355. yang berarti standar deviasi lebih kecil dari rata-rata maka dapat diindikasikan bahwa data yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan tidak jauh berbeda. Nilai minimum perusahaan sampel sebesar 0,180 dimiliki perusahaan Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) untuk periode tahun 2022. Sedangkan nilai maksimumnya sebesar 1,676 dimiliki Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) untuk periode tahun 2020.

Variabel Nilai Perusahaan (Y) menunjukkan rata-rata sebesar 51,151 dengan standar deviasi sebesar 64,925. yang berarti standar deviasi lebih besar dari rata-rata maka dapat diindikasikan bahwa nilai yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan sampel merata. Nilai minimum Nilai Perusahaan sebesar 0,884 dimiliki oleh perusahaan Mulia Industrindo Tbk (MLIA) untuk periode tahun 2021.

Sedangkan nilai maksimumnya sebesar 275,00 dimiliki oleh perusahaan Delta Djakarta Tbk (DLTA) untuk periode tahun 2018.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Analisis data berikut ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 22.

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data sampel dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Penelitian ini menggunakan analisis statistik *Kolmogorov-Smirnov* pada residual persamaan dengan kriteria pengujian adalah jika signifikansi $> 0,05$. Hasil uji normalitas menggunakan uji *kolmogrov-Smirnov test* dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas – Uji Kolmogrov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	43.32587845
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.043
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,200. Nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* di atas menunjukkan nilai 0,200 yang berarti lebih besar dari > 0.05 , maka data sudah terdistribusi dengan normal.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (independen). Jika variable independen saling berkorelasi, maka variable-variabel ini tidak orthogonal. Variable orthogonal adalah variable independen yang dinilai korelasi antara sesama variable-variabel sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 atau sama dengan VIF = 0,10 dengan tingkat kolinieritas 0,95. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-329.163	107.280			
Profitabilitas	754.983	102.551	.637	.916	1.092
Leverage	88.910	17.009	.493	.771	1.297
Ukuran Perusahaan	9.006	3.786	.221	.794	1.260
Pertumbuhan Pers.	-64.215	23.930	-.233	.909	1.101

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS 22, 2023

Hasil pengujian dalam penelitian ini Tabel 4.5 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, sebab semua angka VIF yang dihasilkan memiliki nilai

dibawah 10 dan *tolerance value* di atas 0,10. Nilai VIF terbesar adalah 1,297 dan masih lebih kecil dari < 10 . Sedangkan nilai terkecil dari *tolerance value* adalah 0,771 yang berarti lebih besar dari $> 0,10$. Dari angka-angka tersebut dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas, sehingga persamaan layak digunakan.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Park. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya jika diatas 5% atau diatas 0,05, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas. Berikut hasil *output* SPSS uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Park :

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Park (LNU2I)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.099	5.438		-.386	.701
Profitabilitas	6.341	5.198	.152	1.220	.227
Leverage	.542	.862	.086	.629	.532
Ukuran Perusahaan	.261	.192	.183	1.361	.178
Pertumbuhan Pers.	-1.772	1.213	-.183	-1.461	.149

a. Dependent Variable: LNU2I_RES1

Sumber : Data Sekunder yang diolah 2023.

Pada tabel 4.6 di atas, dapat dilihat hasil perhitungan tersebut menunjukkan tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas, di mana sudah tidak ada nilai

signifikansi (sig.) yang lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$). Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2018). Uji autokorelasi dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat autokorelasi antara error yang terjadi antar periode yang diujikan dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi harus dilihat nilai uji Durbin Watson. Berikut hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi – Uji Durbin Watson
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.745 ^a	.555	.527	44.639081	2.065

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Pers., Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 hasil analisis regresi diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 2,065. Sedangkan nilai DU diperoleh sebesar 1,7351. Dengan demikian diperoleh nilai $DW = 2,065$ lebih besar dari pada nilai DU yaitu 1,7351 dan lebih kecil dari $4 - DU = 4 - 1,7351 = 2,2649$ dan perhitungan akhir $1,7351 < 2,065 < 2,2649$. Dengan demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut berada pada daerah bebas autokorelasi.

4.2.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/ atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui Ghozali (2018). Hasil persamaan regresi yang diolah dengan menggunakan SPSS versi.22 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-329.163	107.280		-3.068	.003
Profitabilitas	754.983	102.551	.637	7.362	.000
Leverage	88.910	17.009	.493	5.227	.000
Ukuran Perusahaan	9.006	3.786	.221	2.379	.020
Pertumbuhan Pers.	-64.215	23.930	-.233	-2.683	.009

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.8 tersebut, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -329,163 + 754,983.X_1 + 88,910.X_2 + 9,006.X_3 - 64,215.X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

X1 = Profitabilitas

- X2 = Leverage
- X3 = Ukuran Perusahaan
- X4 = Pertumbuhan perusahaan
- e = *Error term*

Persamaan regresi tersebut memiliki arti sebagai berikut:

1. Nilai koefisien variabel Profitabilitas (β_1) menunjukkan angka positif sebesar 754,983, hal ini berarti Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap Nilai Perusahaan, atau dengan kata lain ketika Profitabilitas meningkat, maka dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.
2. Nilai koefisien variabel Leverage (β_2) menunjukkan angka positif sebesar 88,910, hal ini berarti Leverage memiliki pengaruh yang positif terhadap Nilai Perusahaan, atau dengan kata lain ketika Leverage meningkat, maka dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.
3. Nilai koefisien Ukuran Perusahaan (β_3) menunjukkan angka positif sebesar 9,006, hal ini berarti Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap Nilai Perusahaan, atau dengan kata lain ketika Ukuran Perusahaan meningkat, maka dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.
4. Nilai koefisien Pertumbuhan perusahaan (β_4) menunjukkan angka negatif sebesar 64,215, hal ini berarti Pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh yang negatif terhadap Nilai Perusahaan, atau dengan kata lain ketika Pertumbuhan perusahaan meningkat, maka dapat menurunkan Nilai Perusahaan.

4.2.4 Pengujian Hipotesis

4.2.4.1 Uji t atau Uji Parsial

Uji ini digunakan untuk menentukan analisis pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pertumbuhan perusahaan, yang diuji pada tingkat signifikansi 0.05. Hasil uji signifikansi persamaan pertama dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji t atau Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-329.163	107.280		-3.068	.003
Profitabilitas	754.983	102.551	.637	7.362	.000
Leverage	88.910	17.009	.493	5.227	.000
Ukuran Perusahaan	9.006	3.786	.221	2.379	.020
Pertumbuhan Pers.	-64.215	23.930	-.233	-2.683	.009

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS 22, 2023

Dalam model persamaan penelitian ini diketahui pada tingkat signifikan 5% atau 0,05. Berdasarkan Tabel 4.9 model persamaan diatas menunjukkan hasil:

1. Hasil uji statistik variabel Profitabilitas dapat diamati nilai signifikansi bernilai $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H1 Diterima**. Ini berarti variabel Profitabilitas secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.
2. Hasil uji statistik variabel Ukuran Perusahaan dapat diamati nilai signifikansi bernilai $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H2 Diterima**. Ini

berarti variabel Ukuran Perusahaan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.

3. Hasil uji statistik variabel Leverage dapat diamati nilai signifikansi bernilai $0,020 < 0,05$, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H3 Diterima**. Ini berarti variabel Leverage secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.
4. Hasil uji statistik variabel Pertumbuhan perusahaan dapat diamati nilai signifikansi bernilai $0,009 < 0,05$, sehingga dapat dibuktikan bahwa **H4 Ditolak**. Dikarenakan variabel Pertumbuhan perusahaan secara statistik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.

4.2.5 Uji F atau Uji Simultan

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji F atau Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161334.018	4	40333.505	20.241	.000 ^b
	Residual	129522.090	65	1992.648		
	Total	290856.108	69			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Pers., Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS 22, 2023

Ketentuan hipotesis yaitu jika signifikansi > 0.05 maka H_a ditolak. Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa dengan angka signifikansinya 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa angka signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan α sebesar $< 0,05$. Maka kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Atau bisa dikatakan karena Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan perusahaan merupakan rasio keuangan yang dapat memperkuat hubungan Nilai perusahaan sehingga meningkatkan harga saham.

4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R Square*. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi tersaji pada Tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.745 ^a	.555	.527	44.639081	2.065

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Pers., Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah SPSS 22, 2023

Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,527 (52,7 persen) yang menunjukkan bahwa 0,527 variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan

pertumbuhan perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 47,3 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

4.2.7 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka peneliti akan menjelaskan secara lebih detail pada pembahasan hasil uji hipotesis. Adapun pembahasan dari setiap hipotesis dalam penelitian ini adalah:

4.2.7.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas pada Tabel 4.9 memiliki nilai koefisien bertanda positif dengan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$ yang berarti Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Ini berarti bahwa pernyataan **H1 diterima**.

Dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin meningkat Profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka semakin meningkat juga Nilai Perusahaan. Menurut Bagaskara, dkk (2021), profitabilitas dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Menurut Putra dan Gantino (2021), semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat, dengan demikian semakin tinggi rasio ini maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi investasi yang digunakan. Hal ini memungkinkan

perusahaan membiayai investasi dari dana yang berasal dari sumber internal yang tersedia dalam laba ditahan, sehingga informasi dalam profit akan menjadi nilai positif bagi investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik (*good news*) terhadap kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula. Tingkat ROA yang tinggi menunjukkan adanya sinyal baik yang diberikan perusahaan kepada stakeholder, hal ini yang nantinya dapat berpengaruh pada keputusan investasi. Sesuai dengan *signaling theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal pada pengguna laporan keuangan, terkhusus pada investor yang akan melakukan investasi.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Faizra, dkk (2022), Putra dan Gantino (2021) dan Adfentari, dkk (2020) mengemukakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Bagaskara, dkk (2021) mengemukakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

4.2.7.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel *Leverage* pada Tabel 4.9 memiliki nilai koefisien bertanda positif dengan tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$ yang berarti *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ini berarti pernyataan **H2 diterima**.

Dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, artinya ketika *Leverage* meningkat maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan. Menurut Anugerah dan Suryanawa (2019), *Leverage* dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Jadi *leverage* yaitu suatu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan hutang. Menurut Putra dan Gantino (2021), Perusahaan yang kondisi keuangannya baik akan menunjukkan rasio *leverage* yang rendah atau minimal sama. Bisa dikatakan *leverage* yang semakin tinggi menunjukkan risiko investasi yang semakin besar. Tetapi Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko investasi yang rendah, karena pada kondisi tersebut menandakan seberapa besar hutang pada perusahaan tersebut dan seberapa besar tingkat risiko yang akan diterima investor jika menanamkan modalnya. Tingginya minat investor dalam membeli saham menunjukkan tingginya permintaan terhadap saham perusahaan sehingga akan meningkatkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan ikut meningkat, sehingga adanya *leverage* yang rendah akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut *Signaling Theory* tingginya rasio *Leverage* mengindikasikan bahwa perusahaan tidak *solvable*, dimana jumlah hutang lebih besar dibandingkan dengan total asetnya, Perusahaan yang menggunakan sumber dana dari hutang, perlu mempertimbangkan kemampuannya dalam melunasi kewajiban tetapnya. Oleh karena itu, perusahaan harus jeli dalam menentukan struktur modal yang

optimal. Pemilihan struktur modal yang optimal akan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan profitabilitasnya yang ditandai dengan adanya keuntungan yang dialami oleh perusahaan (Himawan, 2020).

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Gantino (2021) dan Anugerah dan Suryanawa (2019) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Bagaskara, dkk (2021) mengemukakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

4.2.7.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan pada Tabel 4.9 memiliki nilai koefisien bertanda positif dengan tingkat signifikannya $0,020 < 0,05$ yang berarti Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ini berarti pernyataan **H3 diterima**.

Dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin meningkat Ukuran Perusahaan perusahaan, maka semakin meningkat juga Nilai Perusahaan. Menurut Anugerah dan Suryanawa (2019), Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besar nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai total aktiva. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam satuan total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Menurut Putra dan Gantino (2021), Ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil, sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang mengalami perkembangan yang pesat mendapatkan keuntungan berupa citra positif perusahaan yang dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik (*good news*) terhadap kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula. Menurut *Signaling Theory* dapat semakin besar ukuran atau skala suatu perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan tersebut dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung kegiatan operasional perusahaan secara maksimal, sehingga akan meningkatkan harga saham di pasar. Meningkatnya harga saham dari perusahaan menunjukkan adanya peningkatan nilai Perusahaan.

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara, dkk (2021) dan Anugerah dan Suryanawa (2019) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Faizra, dkk (2022), Putra dan Gantino (2021) dan Suryandani (2018) mengemukakan bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

4.2.7.4 Pengaruh Pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel Pertumbuhan perusahaan pada Tabel 4.9 memiliki nilai koefisien bertanda negatif dengan tingkat signifikannya $0,009 < 0,05$ yang berarti Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ini berarti pernyataan **H4 ditolak**.

Dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, artinya ketika Pertumbuhan perusahaan meningkat maka akan menurunkan Nilai Perusahaan. Menurut Faizra, dkk (2022), Pertumbuhan perusahaan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam system ekonomi secara keseluruhan atau system ekonomi untuk industry yang sama. Namun dari hasil penelitian ini Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, melainkan berpengaruh negatif dan signifikan. Menurut Tumangkeng dan Mildawati (2018), menjelaskan hasil tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan yang tinggi menyebabkan kebutuhan dana meningkat. Semakin besar tingkat pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi biaya yang diperlukan untuk mengelola kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan akan lebih memfokuskan dananya untuk

keperluan pertumbuhan perusahaan dibandingkan kesejahteraan pemegang saham. Atau bisa dikatakan pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan memerlukan banyak biaya dan perusahaan tidak memfokuskan pada kesejahteraan pemegang saham.

Hasil sejalan dengan penelitian Novitasari & Krisnando (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Berarti jika pertumbuhan perusahaan meningkat maka akan menurunkan nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin cepat pertumbuhan perusahaan akan mengakibatkan penurunan terhadap nilai perusahaan. hal tersebut dapat terjadi apabila semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka semakin besar pula dana yang harus tersedia untuk investasi perusahaan, baik dana yang bersumber dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Pada posisi tersebut perusahaan telah berada dalam kondisi perkembangan yang lebih membutuhkan pendanaan sehingga laba yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan akan digunakan untuk investasi kembali bukan untuk pembayaran dividen kepada para investor. Dalam kegiatan tersebut akan mendapat respon negatif dari pihak pemegang saham yang mengakibatkan menurunnya penawaran saham perusahaan di pasar modal.

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signalling theory* yang menjelaskan bahwa jika sinyal perusahaan menginformasikan kabar buruk, maka akan mendapat respon negatif dari pihak investor yang mengakibatkan menurunnya penawaran saham perusahaan di pasar modal sehingga akan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Atau bisa dikatakan pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan

memerlukan banyak biaya dan perusahaan tidak akan memfokuskan pada kesejahteraan pemegang saham (Tumangkeng & Mildawati, 2018).

Sejalan dengan hasil tabulasi penelitian ini yang dimana terdapat perusahaan yang menjelaskan ketika Pertumbuhan perusahaan meningkat maka nilai perusahaan menurun, seperti pada perusahaan Mulia Industrindo Tbk (MLIA), dari tahun 2018 sebesar 0,015 mengalami peningkatan sampai dengan tahun 2022 sebesar 0,112, tetapi nilai perusahaan menurun dari 2.410 tahun 2018 sampai dengan 2022 sebesar 0,884. Maka dapat dijelaskan pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan memerlukan banyak biaya dan perusahaan tidak akan memfokuskan pada kesejahteraan pemegang saham.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tumangkeng & Mildawati (2018), dan Novitasari & Krisnando (2021) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Adfentari, dkk (2020) mengemukakan bahwa Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022 yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Leverage berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
4. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah besarnya nilai *Adjusted R Square* masih belum kuat, yaitu sebesar 52,7 persen, sehingga masih ada

sebesar 47,3 persen yang dipengaruhi oleh variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini.

2. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI sebagai sampel perusahaan sehingga belum mencakup keseluruhan jenis perusahaan yang ada.
3. Penelitian ini hanya menggunakan empat variable independen Sedangkan dalam teori-teori yang terkait dengan Nilai Perusahaan dikatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan banyak dan kompleks, sehingga empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih belum mencakup seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

5.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dengan adanya keterbatasan penelitian maka saran penelitian selanjutnya perlu dilakukan perbaikan agar hasilnya menjadi lebih baik maka untuk penelitian selanjutnya perlu :

1. Menambah rentang waktu penelitian dengan mengambil periode waktu yang lebih panjang sehingga hasil yang diperoleh akan lebih akurat.
2. Menambah variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan seperti kebijakan deviden, komisaris independen, komite audit, likuiditas, pajak, pengendalian, solvabilitas, sikap manajemen, kondisi pasar, kondisi internal perusahaan, fleksibilitas keuangan dan lain – lain.
3. Menambahkan sampel yang digunakan dalam penelitian menjadi semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, agar dalam penelitian dapat mewakili setiap sektor yang ada di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adfentari, I., Sumiati, A., & Fauzi, A. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 1(2), 386–395. <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/104/131>
- Anugerah, K. H. G., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 2324. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p24>
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Faizra, Y. L., Lubis, P. A., Ifazah, L., & Muthmainnah. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 22(2), 176–188. <https://doi.org/10.30596/11507>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Himawan, H. M., & Andayani, W. (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. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya*, 25–27.
- Nopiyanti, I. D. A., & Darmayanti, N. P. A. (2018). Pengaruh PER, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas pada Nilai dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(12), 7868–7898.
- Putra, R. D., & Gantino, R. (2021). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. 11(1), 81–96. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi/article/view/20338/pdf>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*,

I(1). <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.236>

Wiratno, D. H., & Yustrianthe, R. H. (2022). Price earning ratio, ukuran dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5587–5595. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2097>

