

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

Sandra Kornelis, Suyanto, Kusuma Chandra Kirana

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

*Email: sandrakornelis1003@gmail.com

ABSTRACT

Purpose: *This study aims to determine: (1) To prove whether the effect of profitability on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange, (2) To prove whether the effect of leverage on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange, (3) To prove whether the effect of company size on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange*

Method: *This type of research is quantitative research using the document method. Samples were taken using purposive sampling technique. The sample consisted of 300 data from 60 companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2019-2023. The data analysis technique used is quantitative analysis using Eviews*

Finding: *Based on the research result, it shows that Profitability has a positive effect on firm value, Leverage has a positive effect on firm value, company size has a negative effect on firm value.*

Novelty: *This study adds the leverage variable as a factor affecting firm value, which has not been studied in previous studies.*

Keywords:

Profitability, Leverage, Company Size, Firm Value

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor yang mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham dan kemakmuran para pemegang saham (Osesoga & Vanessa, 2021). Perusahaan dengan harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memiliki keyakinan terhadap prospek perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan menjadi aspek yang krusial dalam mencapai tujuan bisnis, salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam menilai nilai perusahaan adalah laporan keuangan tahunan, yang memberikan gambaran mengenai kinerja keuangan perusahaan (Novita et al., 2022). Menurut Jihadi et al., (2021) perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik akan menarik minat investor untuk berinteraksi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap harga saham dan nilai perusahaan. Sebaliknya, kinerja keuangan yang buruk cenderung mengalami penurunan harga saham, yang mengakibatkan turunya nilai perusahaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya adalah profitabilitas. Menurut Lase et al., (2022) profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya. Semakin tinggi rasio profitabilitas, semakin besar juga laba yang dihasilkan perusahaan (Saputri & Giovanni, 2021). Profitabilitas yang tinggi berpotensi mendorong pertumbuhan perusahaan, meningkatkan kinerja keuangan, serta dapat menarik investor untuk menanamkan modal (Limiao & Lestari, 2022).

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage. Menurut Aziz & Widati, (2023) leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya, baik dalam jangka panjang maupun pendek, pengelolaan utang yang optimal memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan dana pinjaman mendukung aktivitas operasionalnya. Tingkat leverage menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu membayar kewajiban dengan modal sendiri yang digunakan untuk membayar utang. Leverage yang lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih berhati-hati dalam menentukan tingkat utang, karena hal tersebut akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya (Putri Nur Fitri & Haryati, 2022).

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi nilai yaitu ukuran perusahaan. Menurut (Putri Nur Fitri & Haryati, 2022) ukuran perusahaan menggambarkan sejauh mana besar atau kecilnya suatu perusahaan, yang dapat diukur melalui total aset dan penjumlahan yang dimiliki. Perusahaan dengan total aset yang besar umumnya lebih matang, memiliki arus kas positif, serta prospek jangka panjang yang lebih baik. Kondisi ini dapat menarik minat investor dan meningkatkan nilai perusahaan (Adhyasta & Sudarsi, 2022). Perusahaan besar cenderung memiliki stabilitas yang lebih baik serta kemampuan pengendalian terhadap kondisi pasar yang lebih stabil, sehingga dapat menghadapi persaingan ekonomi dengan lebih efektif (Komariah & Sabrina, 2022).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hidayat & Khotimah, 2022) dengan judul Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018 – 2020 yang menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hidayat & Khotimah, (2022). Pertama dalam penelitian Hidayat & Khotimah, (2022) menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independent, sedangkan penelitian ini menambah satu variabel independent yaitu leverage. Perbedaan kedua terletak pada periode dilakukannya penelitian. Dalam Hidayat & Khotimah, (2022) menggunakan tahun 2018-2020 sebagai periode penelitian, sedangkan penelitian ini menggunakan tahun 2019- 2023.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah Agency theory (Teori Keagenan) menurut Jensen & Meckling, (1976) Teori keagenan menggambarkan hubungan kontraktual antara principal dan agen. Dalam hubungan kontraktual ini, principal atau pemegang saham menunjuk agen atau individu di luar perusahaan untuk melakukan tugas atas nama mereka dan memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang akan menguntungkan mereka atau perusahaan. Prinsip dasar dari Teori Keagenan adalah adanya hubungan kerja antara investor sebagai pihak pemberi wewenang (principal) dan manajer perusahaan sebagai pihak penerima wewenang (agent). Investor sebagai pemilik perusahaan, memberikan wewenang kepada manajemen (agen) untuk menjalankan bisnis dan mengambil keputusan atas nama mereka. Dalam konteks ini, principal merujuk pada pemegang saham yang mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada agen, yaitu manajer atau tim manajemen perusahaan. Agen bertanggung jawab untuk mengelola operasional bisnis sesuai dengan kepentingan pemegang saham, meskipun dalam praktiknya dapat muncul konflik kepentingan antara keduanya (Ayem & Solop, 2023).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah hal penting yang menunjukkan kekayaan para pemegang sahamnya; semakin tinggi harga sahamnya, semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja saat ini dan prospek masa depan perusahaan. Harga saham harus terus meningkat dalam jangka panjang, dan tujuan ini sangat jelas karena pada awalnya, harga saham akan terus meningkat (Widajantie & Safira, 2021). Rasio untuk mengukur nilai perusahaan adalah price to book value (PBV). PBV mengukur seberapa baik pasar menilai nilai buku saham suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki pendapatan dan arus kas yang stabil, investor akan memandang perusahaan tersebut secara positif, yang akan tercermin dalam PBV (Okte & Hasanah, 2022)

Hubungan antara teori agensi dan nilai perusahaan sangat kompleks, di mana konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik dapat mempengaruhi kinerja serta nilai pasar perusahaan. Strategi untuk mengurangi biaya agensi, seperti meningkatkan kepemilikan manajerial dan institusional serta memastikan transparansi informasi, dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan (Haryanti, 2010)

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari operasinya, yang mencerminkan sejauh mana pendapatan melebihi biaya operasional (Okte & Hasanah, 2022). Profitabilitas menunjukkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya dan kapasitas

untuk menciptakan keuntungan. Perusahaan perlu meningkatkan profitabilitas secara konsisten agar dapat memenuhi kewajiban dengan pendanaan internal dan mengurangi ketergantungan pada sumber pendanaan eksternal (Suwasono et al., 2021). Menurut (Carolin & Susilawati, 2023) profitabilitas yang tinggi mencerminkan risiko yang lebih rendah, menarik minat investor, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Return on Assets (ROA) digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA, semakin efektif perusahaan dalam mengelola aset dan menciptakan nilai (Ambarwati & Vitaningrum, 2021).

Menurut teori keagenan, asimetri informasi yang terjadi dapat menyebabkan perselisihan antara manajer dan pemegang saham. Tingkat profitabilitas yang dihasilkan bisnis memengaruhi nilainya karena semakin menguntungkan bisnis, semakin berharga bisnis tersebut dan semakin berani investor menanamkan uang mereka ke dalamnya. Oleh karena itu, masuk akal untuk meyakini bahwa profitabilitas akan berfungsi sebagai indikator positif dari nilai perusahaan dan tolok ukur bagi investor untuk mengevaluasi kinerjanya yang kuat (Dewantara et al., 2019).

Leverage

Leverage merupakan penggunaan utang oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya, di mana tingkat leverage yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar aset perusahaan dibiayai oleh utang (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Menurut (Putri & Ayu Diantini, 2022) Penggunaan utang yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun jika terlalu tinggi, akan meningkatkan risiko investasi dan menurunkan profitabilitas. Rasio yang digunakan untuk mengukur proporsi utang terhadap ekuitas adalah Debt to Equity Ratio (DER), di mana rasio DER yang lebih rendah mencerminkan ketahanan perusahaan dalam menghadapi kondisi keuangan yang merugikan serta kemampuannya dalam memenuhi kewajiban kepada kreditur (Susesti & Wahyuningtyas, 2022).

Hubungan teori agensi dengan leverage terjadi ketika manajer agen, yang dipercaya oleh prinsipal untuk menjalankan bisnis demi keuntungan kedua belah pihak, menghadapi potensi konflik kepentingan. Bahaya muncul bagi prinsipal ketika manajer menggunakan dana modal dari pinjaman perusahaan untuk kepentingan pribadi. Dalam konteks leverage, hutang dipandang oleh investor sebagai sarana bagi bisnis untuk memenuhi komitmennya di masa depan dan menerima umpan balik positif dari pasar (Aziz & Widati, 2022)

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan metrik yang mengukur besarnya suatu perusahaan berdasarkan total aset, nilai pasar saham, tenaga kerja, dan faktor lainnya (Yulimtinan et al., 2021). Perusahaan besar cenderung memiliki kendali pasar yang lebih kuat serta aset yang lebih stabil dibandingkan perusahaan kecil, sehingga lebih mampu bertahan dalam persaingan ekonomi. Kapitalisasi pasar juga menjadi indikator utama dalam menentukan ukuran perusahaan, di mana semakin besar kapitalisasi pasar, semakin dikenal perusahaan tersebut (Zurriah & Sembiring, 2020).

Menurut teori keagenan, perusahaan besar dengan biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi yang lebih rinci. Perusahaan besar dengan biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi yang lebih rinci, hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menurunkan biaya keagenan. Selain itu, keinginan publik akan informasi biasanya lebih kuat pada organisasi yang lebih besar daripada organisasi yang lebih kecil. organisasi yang lebih besar biasanya lebih kuat untuk meminta informasi dari publik dibandingkan dengan organisasi yang lebih kecil (Irawan & Kusuma, 2019)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan bisnis dalam menghasilkan laba dari modal sendiri serta total investasi yang ditanamkan, sekaligus menjadi tolok ukur efektivitas manajemen perusahaan (Damayanti & Darmayanti, 2022). Profitabilitas adalah gambaran kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pengelolaan aktiva yang dihitung dengan ROA (Suyanto & Kurniawati, 2022). Menurut (Febiyanti & Anwar, 2022) Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik serta prospek pertumbuhan yang positif di masa mendatang, sehingga

mendorong investor untuk membeli saham perusahaan. Peningkatan permintaan saham ini akan berkontribusi terhadap kenaikan harga saham di pasar, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian Mia Novianti et al., (2021) menyatakan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Pendapat tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputri & Giovanni, (2021) bahwa profitabilitas memberi pengaruh terhadap nilai Perusahaan. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan penggunaan utang untuk membiayai operasional dan meningkatkan keuntungan perusahaan, yang jika dikelola secara efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan menghasilkan laba lebih besar dari biaya bunga utang serta memungkinkan perusahaan memprioritaskan pelunasan utang sebelum membayar dividen (Linawaty & Ekadjaja, 2017). Leverage adalah hubungan antara total aset dengan modal saham atau menyajikan utang perusahaan untuk kebutuhan operasinya (Suyanto & Kurniawati, 2022). Leverage yang meningkat merupakan indikator potensi pendapatan lebih besar dibandingkan biaya aset, sehingga memberikan sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan (Harahap et al., 2022)

Penelitian terdahulu telah dilakukan terkait hubungan leverage terhadap nilai Perusahaan, yang dilakukan Hendri Darmawan Setiyo Budi & Maryono, (2022) dan Sari & Wahidahwati, (2021), bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan gambaran kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pengelolaan aktiva yang dihitung dengan ROA Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu bisnis berdasarkan total aset, nilai pasar, saham, pendapatan, dan indikator keuangan lainnya. Perusahaan besar yang sudah mapan lebih mudah memperoleh pendanaan di pasar modal, memberi mereka fleksibilitas keuangan lebih tinggi (Ayem et al., 2023). Ukuran Perusahaan merupakan representasikan besar kecilnya usaha berdasarkan nilai total asset (Siti Nuridah et al., 2022). Skala organisasi cenderung meningkatkan minat investor karena bisnis besar biasanya lebih stabil (Kalbuana et al., 2021). Investor tertarik memiliki saham perusahaan karena kestabilannya, yang berdampak pada kenaikan harga saham di pasar modal. Perusahaan besar dinilai dengan standar tinggi, dan investor mengantisipasi menerima pembayaran dividen dari bisnis tersebut (Sadiyah & Hermawan, 2023).

Penelitian Prasetya et al., (2020) menyatakan bahwa ukuran Perusahaan memberi pengaruh positif terhadap nilai Perusahaan, pendapat tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Pinem, (2021) bahwa ukuran Perusahaan memberi pengaruh positif terhadap nilai Perusahaan, Oleh karena itu hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H3: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Data tersebut diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia.

Tabel 1
Data Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2019 – 2023	164
2	Perusahaan Manufaktur yang tidak melaporkan laporan keuangan secara berturut-turut dari tahun 2019-2023	(54)

No	Kriteria	Jumlah
3	Perusahaan Manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah dari tahun 2019-2023	(35)
4	Perusahaan Manufaktur yang tidak memperoleh laba dari tahun 2019-2023	(15)
Jumlah sampel		60

Sumber: Data diolah

Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 60 sampel yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, dapat di lihat pada table 1. Berikut pada table 2, daftar perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian.

Tabel 2
Daftar Perusahaan Manufaktur

No	Kode	Nama Perusahaan
1	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk
2	SMBR	Semen Baturaja Tbk
3	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk
4	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
5	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk
6	ARNA	Arwana Citramulia Tbk
7	MLIA	Mulia Industrindo Tbk
8	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk
9	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk
10	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk
11	BUDI	Budi Starch and Sweetener Tbk
12	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk
13	INCI	Intan Wijaya International Tbk
14	MDKI	Emdeki Utama Tbk
15	MOLI	Madusari Murni Indah Tbk
16	SRSN	Indo Acitama Tbk
17	ESIP	Sinergi Inti Plastindo Tbk
18	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk
19	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk
20	PBID	Panca Budi Idaman Tbk
21	SMKL	Satyamitra Kemas Lestari Tbk
22	TALF	Tunas Alfin Tbk
23	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
24	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
25	IFII	Indonesia Fibreboard Industry Tbk
26	ALDO	Alkindo Naratama Tbk
27	KSDI	Kedawung Setia Industrial Tbk
28	SPMA	Suparma Tbk
29	ASII	Astra Internasional Tbk
30	INDS	Indospring Tbk
31	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
32	STAR	Star Petrochem Tbk
33	UCID	Uni Charm Indonesia Tbk
34	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk
35	JECC	Jembo Cable Company Tbk
36	SCCO	Supreme Cable Manufacturing Corpor
37	SLIS	Gaya Abadi Sempurna Tbk
38	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
39	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk

No	Kode	Nama Perusahaan
40	CLEO	Sariguna Pritmatirta Tbk
41	DLTA	Delta Djakarta Tbk
42	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk
43	GOOD	Garuda Food Putra Jaya Tbk
44	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
45	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
46	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
47	MYOR	Mayora Indah Tbk
48	ROTI	Nippom Indosari Corpindo Tbk
49	SKBM	Sekar Bumi Tbk
50	SKLT	Sekar Laut Tbk
51	STTP	Siantar Top Tbk
52	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk
53	GGRM	Gudang Garam Tbk
54	HMSP	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
55	WIIM	Wilnilak Inti Makmur Tbk
56	DVLA	Darya Varia Laborational Tbk
57	KBLF	Kalbe Farma Tbk
58	MERK	Merck Indonesia Tbk
59	SIDO	Industri Jamu Dan Farmasi Sido Tbk
60	UNVR	Unilever Indonesia Tbk

Sumber: Data Sekunder Diolah

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan internal perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada, yang sering kali dikaitkan dengan nilai saham (Dzaki Ramadhany & Suwaidi, 2021). Nilai perusahaan diukur dengan *Price Book to Value (PBV)*. Rasio ini adalah rasio harga saham terhadap nilai bukunya. Bisnis yang sukses biasanya memiliki rasio PBV yang lebih tinggi, yang mengindikasikan bahwa nilai pasar saham lebih besar daripada nilai bukunya (Manurung, 2023). *Price Book to Value* diukur dengan rumus sebagai berikut (Chabachib et al., 2019)

$$PBV = \frac{\text{Share price per share}}{\text{Book Value of shares per share}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan bisnis untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Tujuan analisis profitabilitas adalah untuk mengukur kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kaitannya dengan modal, aset, dan pendapatan (Priatna, 2016). Profitabilitas diukur dengan Return On Asset (ROA), Rasio ini menggambarkan sejauh mana aset menghasilkan laba bersih (Audery, 2022). Return on asset diukur dengan rumus sebagai berikut (Sofiani & Siregar, 2022)

$$ROA = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Asset}}$$

Leverage

Leverage didefinisikan sebagai uang atau aset yang diperoleh dari luar bisnis untuk meningkatkan kemungkinan pendapatan pemegang saham, meskipun hal itu membebankan kewajiban tetap pada bisnis (Lubis & Aprilia, 2023). Leverage diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER). Rasio ini menunjukkan perbandingan antara total utang dan ekuitas pemegang saham (Ludianingsih et al., 2022). Debt to Equity Ratio diukur dengan rumus sebagai berikut (Imanah, 2020)

$$ROA = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya ukuran perusahaan yang dapat ditentukan dengan jumlah seluruh aktivitas atau harta Perusahaan dengan menggunakan perhitungan logaritma dari total aktiva (Rakhman et al., 2021). Log of Natural Total Aset dapat digunakan untuk menentukan ukuran Perusahaan (Mahmudah & Mildawati, 2021)

$$\text{Ukuran} = \ln \text{Total Aset}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskripsi

Analisis statistik deskripsi memberikan gambaran atau deskripsi data penelitian yang dilihat dari rata-rata (mean), standar deviasi dan maksimum. Nilai terendah atau minimum dari suatu distribusi data adalah nilai terkecilnya, dan nilai tertinggi atau maksimum adalah nilai terbesarnya (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

Tabel 3
Hasil Uji Deskripsi Data

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Price Book Value</i>	300	-6.140000	4.650000	-0.138500	1.584464
ROA	300	-7.640000	1.600000	-2.586433	1.343017
DER	300	-6.000000	2.620000	-0.930467	1.021615
LN	300	4.620000	6.500000	5.478300	1.584464
Valid N (listwise)	300				

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Berdasarkan hasil uji statistic deskripsi pada table 3 diatas menunjukan terdapat sampel (n) dengan jumlah 300 data pada setiap variable yang diteliti. Dapat dilihat variabel nilai perusahaan yang dihitung dengan *Price Book Value* memiliki Nilai rata-rata (mean) -0.138500 dan standar deviasi dengan nilai 1.584464. Nilai minimum untuk nilai perusahaan adalah -6.140000 dan nilai maksimum dengan nilai 4.650000. Profitabilitas yang dihitung dengan Return on Assets memiliki nilai rata-rata (mean) -2.586433 dan standar deviasi dengan nilai 1.343017. Nilai minimum untuk profitabilitas adalah -7.640000 dan nilai maksimum dengan nilai 1.600000. Leverage yang dihitung dengan Debt to Equity Ratio memiliki nilai rata-rata (mean) -0.930467 dan standar deviasi dengan nilai 1.021615. Nilai minimum untuk leverage adalah -6.000000 dan nilai maksimum dengan nilai 2.620000. Ukuran Perusahaan dihitung dengan Natural Logaritma memiliki nilai rata-rata (mean) 5.478300 dan standar deviasi 0.259142. Nilai minimum untuk ukuran Perusahaan adalah 4.620000 dan nilai maksimum dengan nilai 6.500000.

Uji Model Data Panel

Uji Chow

Digunakan untuk memilih model *common effect model* atau *fixed effect model* untuk memprediksi data panel

Tabel 4
Tabel Uji Chow

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f</i>	<i>prob</i>
Cross-section F	69.840938	(59,237)	0.0000
Cross-section Chi-square	873.486032	59	0.0000

Sumber: data sekunder yang telah diolah

Berdasarkan hasil uji diatas, nilai profitabilitas Cross-section F dan Cross-section chi-square yakni $0.0000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Fixed Effect Model (FEM) lebih layak digunakan dibanding Common Effect Model (CEM).

Uji Hausman

Digunakan untuk memilih model *common effect model* atau *fixed effect model* untuk memprediksi data panel

Tabel 5

Tabel Uji Hausman

<i>Test Summary</i>	<i>Chi-Sq.Statistic</i>	<i>Chi-Sq.d.f</i>	<i>prob</i>
Cross-section random	4.921281	3	0.1769

Sumber: data sekunder yang telah diolah

Berdasarkan hasil uji diatas nilai profitabilitas Cross-section random yakni $0.1769 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Random Effect Model (REM) lebih layak digunakan disbanding Fixed Effect Model (FEM)

Uji Lagrange Multiplier

Digunakan untuk memilih model *common effect model* atau *fixed effect model* untuk memprediksi data panel

Tabel 6

Tabel Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Croos-Section	Time	Both
Breusch-pagan	502.0956 (0.0000)	0.481444 (0.4878)	502.5771 (0.0000)
Honda	22.40749 (0.0000)	-0.693862 (0.7561)	15.35385 (0.0000)
King-Wu	22.40749 (0.0000)	-0.693862 (0.7561)	4.974684 (0.0000)
Standardized Honda	23.09474 (0.0000)	-0.430857 (0.6667)	11.24287 (0.0000)
Standardized King-Wu	23.09474 (0.0000)	-0.430857 (0.6667)	2.516038 (0.0059)
Gourieroux,et al.			502.0956 (0.0000)

Sumber: data sekunder yang telah diolah

Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan nilai profitabilitas Breush-pagan $<$ nilai signifikan (0,05). Maka dapat disimpulkan Random Effect Model (REM) lebih layak digunakan dibanding Common Effect Model (CEM).

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi R^2

Uji koefisien determinasi mengukur sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variasi variabel independen. Ketika nilai R^2 mendekati 1, variabel-variabel independen semakin memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi atau perubahan variabel dependen (Sugiyono, 2013)

Tabel 7

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

R-squared	0.041524
Adjusted R-squared	0.031810

Sumber: data sekunder yang telah diolah

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R^2 diatas diketahui nilai R-squared adalah 0.041524 atau 4.15% mengindikasikan bahwa kemampuan variabel independen yang digunakan

dalam penelitian yaitu profitabilitas yang proksikan dengan ROA, leverage yang diproksikan dengan DER, dan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan LN dalam menjelaskan variabel dependen nilai perusahaan yang diukur menggunakan PBV hanya mampu dengan nominal tersebut, sisannya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Uji F menunjukkan sejauh mana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan, dan keputusan uji ini didasarkan pada nilai probabilitas di bawah tingkat signifikan 0,05 (Sugiyono, 2013)

Tabel 8

Uji F (Simultan)

F-statistic	4.274576
Prob(F-statistic)	0.005652

Sumber: data sekunder yang telah diolah

Berdasarkan hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai F-statistic sebesar 4.274576 dengan nilai Prob(F-statistic) sebesar 0.005652 yaitu lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini variabel independen yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, leverage yang diproksikan dengan DER, ukuran perusahaan yang diproksikan dengan LN secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV.

Uji T

Uji t menunjukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini ditentukan bahwa jika t hitung > t tabel atau jika nilai signifikansi uji t lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2013)

Tabel 9

Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.324969	1.491051	0.217946	0.8276
ROA	0.095066	0.031104	3.056395	0.0024
DER	0.088963	0.047429	1.875723	0.0617
LN	-0.024608	0.272707	-0.090236	0.9282

Sumber: data sekunder yang telah diolah

Hipotesis pertama profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan data menunjukan t statistik untuk variabel ROA sebesar 3.056395 dengan tingkat profitabilitas sebesar 0.0024. Tingkat profitabilitas tersebut lebih kecil dari nilai signifikan yang sudah ditentukan yaitu 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama diterima yaitu profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar 3,056395 dan nilai probabilitas 0,0024 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,0024 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika profitabilitas perusahaan meningkat, yang terlihat dari ROA yang lebih besar, nilai perusahaan juga akan meningkat (Kasman & Utami, 2023)

Teori keagenan menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen perusahaan). Dalam konteks ini, Profitabilitas yang tinggi, seperti yang diukur dengan ROA, dapat berfungsi sebagai cara untuk mengurangi konflik keagenan. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen telah mengelola aset perusahaan dengan baik dan efisien demi kepentingan pemegang saham. (Salim et al., 2022). Dengan kata lain, profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa manajemen (agen) telah menjalankan tanggung jawabnya dengan cara yang sejalan dengan kepentingan prinsipal (pemegang saham). Hal ini dapat mengurangi biaya keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan." (Hastuti & Carolina, 2022)

Hasil uji hipotesis pertama sejalan dengan penelitian Sofiani & Siregar, (2022), Kasman & Utami, (2023), Aditya Lutfi & Panuntun, (2022) yang menemukan adanya pengaruh positif dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Konsistensi hasil ini memperkuat argumentasi bahwa ROA merupakan salah satu indikator keuangan yang penting bagi investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap nilai perusahaan

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa leverage yang diproksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai t-statistik variabel DER sebesar 1,875723 dengan probabilitas 0,0617, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Meskipun demikian, hasil ini tetap mendukung hipotesis bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini artinya hipotesis kedua diterima. Pasar cenderung menilai positif perusahaan yang menggunakan utang sebagai sumber modal hingga batas tertentu, sebagaimana dibuktikan oleh korelasi positif antara DER dan nilai perusahaan (Oktasari et al., 2021).

Hasil ini dapat dijelaskan melalui perspektif teori agensi. Dalam kerangka teori agensi, penggunaan utang (leverage) dapat berfungsi sebagai mekanisme pengawasan terhadap perilaku manajer. Ketika perusahaan memiliki tingkat utang yang lebih tinggi, manajemen memiliki kewajiban untuk membayar bunga dan pokok pinjaman secara berkala, yang membatasi kemampuan mereka untuk menggunakan arus kas bebas untuk kepentingan pribadi (Couzoff et al., 2022)

Hasil uji hipotesis kedua sejalan dengan penelitian Suwardika & Mustand, (2017), (Habibur Rohman et al., (2022), yang menemukan adanya pengaruh positif dari leverage terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural (LN) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan data menunjukan t statistik untuk variabel LN dengan nilai -0.090236 dengan tingkat profitabilitas sebesar 0.9282. Tingkat profitabilitas tersebut lebih besar dari nilai signifikan yang sudah ditentukan yaitu 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial LN berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga ditolak yang artinya ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai

Dari perspektif teori keagenan, hasil ini menjelaskan perusahaan berukuran besar cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks dan berpotensi meningkatkan masalah keagenan. Kompleksitas organisasi dapat menyebabkan asimetri informasi yang lebih tinggi antara manajemen dan pemegang saham, serta meningkatkan biaya pengawasan (monitoring costs). Biaya keagenan yang lebih tinggi pada perusahaan berukuran besar ini mungkin mengimbangi keuntungan dari skala ekonomi dan kemudahan akses ke sumber daya, sehingga secara keseluruhan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan menjadi tidak signifikan (Canarella & Miller, 2019)

Hasil uji hipotesis ketiga ini sejalan dengan Indriyani, (2017), Fajriah et al., (2022) dan Luh et al., (2017) yang menyatakan bahwa ukuran Perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai Perusahaan.

KESIMPULAN dan SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) Periode 2019-2023, dengan menggunakan sampel penelitian 60 perusahaan atau 300 data analysis dengan menggunakan Eview. Maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah variabel profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Asset (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, variabel leverage yang diproksikan Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan yang diproksikan Logaritma Natural (LN) berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independe, yaitu Profitabilitas, Leverage. Dan Ukuran Perusahaan, Periode penelitian yang digunakan yaitu lima tahun (2019- 2024), sehingga belum sepenuhnya menggambarkan kondisi Perusahaan dalam jangka panjang, penelitian ini hanya berfokus pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk sektor industry lainnya. pengukuran variabel dalam penelitian ini terbatas ppada ROA untuk profitabilitas, DER untuk leverage, LN total asset untuk ukuran Perusahaan, dan PBV untuk nilai Perusahaan.

Saran Pada Penelitian ini berharap Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independent lain yang dapat mempengaruhi nilai Perusahaan, seperti kebijakan dividen, struktur kepemilikan, pertumbuhan Perusahaan, atau factor makroekonomi, penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian, tidak hanya pada perusahaan manufaktur tetapi juga pada sektor lain, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan untuk sektor industri.

REFERENSI

- Adhyasta, D., & Sudarsi, S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 520. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.866>
- Aditya Lutfi, A., & Panuntun, B. (2022). *Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas ROA, ROE, dan NPM terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat dalam IDX-MES BUMN* (Vol. 03, Nomor 01). <https://journal.uir.ac.id/selma/index>
- Ambarwati, J., & Vitaningrum, M. R. (2021). PENGARUH LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. In *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 5, Nomor 2).
- Audery, C. (2022). *Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Ayem, S., & Solop, S. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(2), 87–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v3i2.91>
- Ayem, S., Wahidah, U., Lestari, D., & Ekonomi, F. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Komite Audit, Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan Dan Kualitas Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 532–543.
- aziz, maharesti, & widati, listyorini. (2023). Pengaruh leverage, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur industri barang konsumsi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur industri barang konsumsi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 7. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Canarella, G., & Miller, S. M. (2019). Firm Size, Corporate Debt, R&D Activity, and Agency Costs: Exploring Dynamic and Non-Linear Effects. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3354973>
- Carolyn, J. Y., & Susilawati, C. (2023). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN,

- PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jesya*, 7(1), 588–597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1447>
- Chabachib, M., Hersugondo, H., Ardiana, E., & Pamungkas, I. D. (2019). Analysis of Company Characteristics of Firm Values: Profitability as Intervening Variables. *International Journal of Financial Research*, 11(1), 60. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n1p60>
- Couzoff, P., Banerjee, S., & Pawlina, G. (2022). Effectiveness of monitoring, managerial entrenchment, and corporate cash holdings. *Journal of Corporate Finance*, 77, 102258. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2022.102258>
- Damayanti, N. M. E., & Darmayanti, N. P. A. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN TRANSPORTASI DAN LOGISTIK. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1462. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p02>
- Dewantara, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE SERTAPROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAANPADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGESDI BEI. *Jurnal Prospek*, 1(2).
- Dzaki Ramadhany, N., & Suwaidi, R. A. (2021). *ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)*.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN,DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1). <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Febiyanti, T. I., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi terhadap Perusahaan Properti dan Real Estate. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1784–1794. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1090>
- Habibur Rohman, M., Rodhiyah, rufatur, Farid Dedyansyah, A., Mahmudah, A., & Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, F. (2024). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN PERTUMBUHAN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDY PADA PERUSAHAAN RETAIL TAHUN 2021-2023). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1>
- Harahap, R. M., Halim, E. H., & Indrawati, N. (2022). Analisis Pengaruh Lverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v5i1.1040>
- Haryanti. (2010). *PENGARUH AGENCY COST TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN DAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING H a r y a n t i*.
- Hastuti, R. T., & Carolina, V. (2022). The Effect of Capital Structure, Profitability on Firm Value with Interest Rates as Moderating Variable. *Proceedings of the tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 653(Icebm 2021), 429–434. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.065>
- Hendri Darmawan Setiyo Budi, & Maryono. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan,Kebijakan Deviden, Dan Leverage Terhadap NilaiPerusahaan Pada Perusahaan Manufaktur YangTerdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(4), 1258–1266.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Imanah, M. (2020). PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO DAN CURRENTRATIO TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGANRETURN ON ASSET SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 8.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

- Akuntabilitas*, 10(2). <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423>
- Kalbuana, N., Yohana, Y., Bp, A. I., & Cahyadi, C. I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 4(2), 58–66. <https://doi.org/10.34128/jra.v4i2.79>
- Kasman, N. A., & Utami, E. S. (2023). Pengaruh ROE, ROA, NPM Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Textil Dan Garmen. *Jurnal Akuntansi*, 19, 217–226. <http://dx.doi.org/10.24217>
- Komariah, S., & Sabrina, A. D. (2022). Analisis profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap initial return pada perusahaan IPO di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. 5(4), 1893–1900.
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3>
- Lase, L. P. D., Telaumbanua, A., & Harefa, A. R. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(2), 254–260.
- Limiao, L., & Lestari, R. (2022). Performance Improvement Through Motivation: Commitment Parallel Mediation Model. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 18(2), 127. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v18i2.1792>
- Linawaty, L., & Ekadjaja, A. (2017). Analisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial dan arus kas bebas sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 164–176. <https://doi.org/10.24912/je.v22i1.189>
- Lubis, A., & Aprilia, R. (2023). PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. 3(1), 90–123. <https://ejournal-jayabaya.id/Entitas>
- Ludianingsih, A., Wiyono, G., & Kusumawardhan, R. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Bank yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4.
- Luh, N., Widiantari, P., & Yadnya, I. P. (2017). PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD AND BAVERAGE DI BURSA EFEK INDONESIA. 6(12), 6383–6409.
- Mahmudah, M. L., & Mildawati, T. (2021). PENGARUH RASIO KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN PROPERTY AND REAL ESTATE.
- Manurung, T. M. S. (2023). PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAN SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE (2016-2020). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1661>
- Mia Novianti, Dirvi Surya Abbas, & Triana Zuhrotun Aulia. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 56–66. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2276>
- Novita, H., Samosir, R., Rutmia, Sarumaha, K., & Saragih, E. (2022). PENGARUH HARGA SAHAM, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE

- TERHADAP NILAIPERUSAHAAN MANUFAKTUR TERDAFTAR BEI 2018-2020. *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 77–86.
- Oktasari, D. P., Lestari, R., & Nurjaya, N. (2021). The Effect of Capital Structure, Liquidity, and Firm Size on Firm Value. *The International Journal of Business & Management*, 9(5), 227–243. <https://doi.org/10.24940/theijbm/2021/v9/i5/161791-394150-4-sm>
- Okte, M. R. M., & Hasanah, A. S. (2022). Pengaruh Intellectual Capital, Solvabilitas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Pariwisata dan Rekreasi. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 8. <http://www.itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/jbe33>
- Osesoga, M. S., & Vanessa, M. (2021). Analisa Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 199–212. <https://doi.org/10.30656/jak.v8i2.2524>
- Prasetia, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2020). *STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN DAN RISIKO PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BEI*.
- Priatna, H. (2016). PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN DENGAN RASIO PROFITABILITAS. *jurnal ilmiah akuntansi*, 7(2), 44–3.
- Putri, C. N. A., & Ayu Diantini, N. N. (2022). PENGARUH ASIMETRI INFORMASI, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(11), 1937. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i11.p05>
- Putri Nur Fitri, E., & Haryati, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1926–1941. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1433>
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2021). *PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*.
- Rakhman, A., Fa, L. B., & Rifiyanti, H. (2021). UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN NILAI PERUSAHAAN CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *manajemen keuangan*, 10.
- Sadiyah, H., & Hermawan, A. (2023). *Profitability , Liquidity , Company Size To Dividend*. 12(04), 405–414.
- Salim, S., Lioe, J., Harianto, S., & Adelina, Y. E. (2022). The Impact of Corporate Governance Quality on Principal-Agent and Principal-Principal Conflict in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 24(2), 91–105. <https://doi.org/10.9744/jak.24.2.91-105>
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *journal of management studies*, 15, 1907–4824.
- Sari, D. K., & Wahidahwati. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(4), 1–19.
- Siti Nuridah, Joelianti Dwi Supraptiningsih, Sopian Sopian, & Mutiara Indah. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Ritel. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(1), 155–169. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i1.1135>
- Sofiani, L., & Siregar, E. M. (2022). Analisis Pengaruh ROA, CR dan DAR Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 9–16. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1183>
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). *PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN LQ45 PADA BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020)*.
- Suwardika, I. N. A., & Mustand, I. ketut. (2017). PENGARUH LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAIPERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PROPERTI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6.
- Suwasono, H., Anggraini, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Surakarta, P. (2021). *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*.

- Suyanto, S., & Kurniawati, T. (2022). Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Penghindaran Pajak: Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(04), 820–832. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.16725>
- Widajantie, T. D., & Safira, F. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2019). *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 14.
- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). LEVERAGE UKURAN PERUSAHAAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *BALANCE : JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS*, 6(1), 69–82. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/balance>
- Yulimtinan, Z., Program,), Akuntansi, S., Bank, S., Jateng, B., Atiningsih, S., & Author, C. (2021). LEVERAGE UKURAN PERUSAHAAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *BALANCE : JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS*, 6(1), 69–82. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/balance>
- Zurriah, R., & Sembiring, M. (2020). LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI PRAKTEK MANAJEMEN LABA RILL. *Jurnal Program studi Akuntansi*, 6(2). <https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3882>