

**Dibalik Nilai Perusahaan: *Firm Size, Profitability, Leverage, Growth Opportunity* dan *Current Ratio***

Fadellatur Ramadhani Haryasih<sup>1\*</sup>, Mujiyati<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1,2</sup>

b200210425@student.ums.ac.id<sup>1\*</sup>, mujiyati@ums.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*Firm value represents the strength of a company in the eyes of investors, showcasing its ability to compete with other companies. A higher firm value reflects better quality and is more likely to serve as a positive signal to investors. This study aims to analyze the effect of firm size, profitability, leverage, growth opportunities, and current ratio on firm value in the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2018–2022 period. The research employs a quantitative approach using secondary data derived from the companies' annual financial statements. The sample comprises 54 companies selected through purposive sampling based on specific criteria. Data analysis was conducted using multiple linear regression. The results indicate that firm size and growth opportunities do not have a significant effect on firm value. Conversely, profitability, leverage, and current ratio significantly influence firm value. This study is limited by the scope of its sector, observation period, and the number of variables examined. Future research is recommended to broaden the scope of objects, extend the observation period, and incorporate additional variables to achieve more comprehensive findings.*

**Keywords:** *current ratio, firm size, firm value, growth opportunity, leverage.*

**ABSTRAK**

Nilai perusahaan adalah salah satu kekuatan perusahaan di mata investor yang mampu bersaing dengan perusahaan lain. Semakin baik penilaian suatu perusahaan mencerminkan kualitas nilai perusahaan, semakin besar kemungkinan penilaiannya akan menjadi sinyal positif bagi investor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan (*firm size*), profitabilitas, leverage, peluang pertumbuhan (*growth opportunity*), dan rasio lancar (*current ratio*) terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Sampel terdiri dari 54 perusahaan yang dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan peluang pertumbuhan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas, leverage, dan rasio lancar memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan sektor dan periode pengamatan serta jumlah variabel yang terbatas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek, periode, dan variabel penelitian untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

**Kata kunci:** *current ratio, firm size, growth opportunity, leverage, nilai perusahaan.*

## PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, perusahaan sering menghadapi tantangan kompleks yang menuntut adaptasi dan inovasi. Untuk tetap eksis, perusahaan perlu mencari sumber pendanaan yang produktif, merancang strategi baru, dan membangun persepsi positif di mata konsumen. Pendanaan produktif menjadi langkah strategis yang esensial untuk menjaga keberlanjutan perusahaan. Modal dapat berasal dari internal, seperti modal pribadi, atau eksternal, seperti pinjaman dari kreditur maupun investasi dari investor melalui penerbitan *common stock* atau *preferred stock*. Dalam hal ini, perusahaan harus meyakinkan kreditur bahwa kewajiban mereka akan dilunasi tepat waktu, termasuk bunga pinjaman, serta memberikan keyakinan kepada investor mengenai pembagian dividen, baik dalam bentuk *cash dividends*, *property dividends*, *debt dividends*, *liquidating dividends*, maupun *stock dividends*.

Nilai perusahaan (*firm value*) menjadi salah satu indikator utama dalam menarik perhatian kreditur dan investor. Firm value mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan untuk mengelola modal dan menghasilkan keuntungan. Menurut penelitian Panggabean, (2021), rata-rata nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverage* selama periode 2019-2021 menunjukkan fluktuasi positif. Pada tahun 2019, nilai rata-rata sebesar 88,82 meningkat menjadi 108,45 pada 2020, dan mencapai puncaknya di 156,83 pada 2021, dengan peningkatan rasio berturut-turut sebesar 22,10% dan 44,24%. Hal ini mengindikasikan peningkatan signifikan dalam aktivitas investasi perusahaan melalui penjualan saham.

Menurut Arimerta et al., (2023), firm value adalah evaluasi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang melibatkan performa saat ini dan prospek masa depan. Firm value umumnya diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), yang membandingkan *market value* dengan book value saham. PBV membantu investor menganalisis apakah harga saham suatu perusahaan *overvalued* atau *undervalued*, sehingga memengaruhi keputusan investasi mereka. Rasio keuangan lain, seperti *leverage* dan *current ratio*, juga memainkan peran penting dalam memengaruhi firm value. *Leverage*, menurut Sopiah, (2017), mengukur proporsi pendanaan perusahaan yang bersumber dari utang, sedangkan *current ratio* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Keduanya menjadi indikator yang memengaruhi persepsi investor terhadap stabilitas dan kelayakan perusahaan sebagai tempat berinvestasi (Hasibuan et al., 2016).

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor yang memengaruhi firm value. Ardheta, (2020) menemukan bahwa *leverage* dan *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, menurut Heliani et al., (2023), memiliki hubungan langsung dengan firm value. Sebaliknya, penelitian Muninghar, (2023) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap firm value, sementara ukuran perusahaan

memiliki dampak yang besar. Hasil yang tidak konsisten ini mendorong peneliti untuk melanjutkan studi mengenai *firm value* dengan menambahkan variabel seperti *growth opportunity*, *leverage*, *current ratio*, serta memperluas periode penelitian.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

Teori Sinyal menurut Ali (2021) mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh manajemen untuk menyampaikan informasi mengenai prospek masa depan perusahaan kepada investor atau kreditur. Informasi yang disampaikan bertujuan memberikan sinyal yang dapat membantu investor dalam mengambil keputusan investasi. Pelaku pasar akan menganalisis apakah sinyal tersebut berdampak positif atau negatif bagi perusahaan. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973, seperti yang dijelaskan oleh Sugandhi (2023). Spence menyatakan bahwa pihak yang memiliki informasi berupaya menyampaikannya kepada pihak penerima, yang kemudian akan menyesuaikan perilakunya berdasarkan interpretasi terhadap sinyal tersebut (Dewi, 2015).

### **Nilai Perusahaan (*Firm Value*)**

Nilai perusahaan atau *Firm Value* mencerminkan nilai jual yang akan dibayarkan oleh investor jika perusahaan tersebut dijual. Menurut Asmanto, (2020), harga saham perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang terbentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal, yang menunjukkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Kristiana, (2021) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai evaluasi investor terhadap kinerja perusahaan, baik untuk masa kini maupun masa depan. Mujiyati et al., (2022) menyebut nilai perusahaan sebagai harga yang bersedia dibayarkan calon investor jika perusahaan akan dijual. Dengan demikian, nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan investor terhadap potensi kesuksesan perusahaan, yang tercermin dalam harga saham. Harga saham yang tinggi menunjukkan kepercayaan yang kuat, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan investor.

### **Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)**

Ukuran perusahaan menurut Sup Cho, (2016) merupakan landasan penting dalam menentukan strategi dan kebijakan perusahaan, sekaligus menjadi tolok ukur teoretis. Papatungan, (2021) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah indikator untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Putri dan Sunarto, (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat diukur melalui nilai ekuitas atau aset, dengan total aset sebagai indikator utama. Perusahaan dengan aset besar dianggap memiliki prospek jangka panjang yang baik. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan Logaritma Natural (Ln) dari total aset untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Metode ini menyederhanakan nilai aset yang besar tanpa mengubah proporsi aslinya.

### **Profitabilitas (*Profitability*)**

Profitabilitas menurut Gradianto Tenggara, (2022) mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari investasi keuangan. Pertumbuhan profitabilitas yang baik menunjukkan prospek masa depan yang cerah dan meningkatkan penilaian perusahaan di mata investor. Handayani, (2024) mendefinisikan profitabilitas sebagai kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset lancar seperti kas, modal, penjualan, tenaga kerja, dan cabang. Perusahaan dengan laba signifikan dianggap memiliki kinerja keuangan yang baik, sedangkan laba rendah menunjukkan kinerja yang kurang optimal. Profitabilitas merupakan faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, di mana pengelolaan yang efisien dapat menekan pengeluaran dan meningkatkan laba.

### **Leverage**

*Leverage* menurut Nathanael, (2021) adalah penggunaan utang dalam struktur keuangan perusahaan. Penggunaan utang dapat mengurangi beban pajak, sehingga menyisakan lebih banyak laba operasional. Arimerta et al., (2023) menjelaskan *leverage* sebagai praktik perusahaan yang menggunakan utang untuk pendanaan, dengan harapan laba yang diperoleh lebih besar daripada biaya bunga. Ketika *leverage* digunakan secara efektif, laba operasional akan meningkat. Namun, jika beban bunga lebih besar dari laba, pendanaan melalui utang menjadi tidak efisien.

### **Peluang Pertumbuhan (*Growth Opportunity*)**

Peluang pertumbuhan atau *Growth Opportunity* menurut Sopiah, (2017) adalah kemampuan perusahaan untuk berkembang dengan memanfaatkan peluang investasi, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasibuan, (2016) menyatakan bahwa peluang pertumbuhan mencerminkan prospek perusahaan untuk berkembang di masa depan. Perusahaan dengan potensi pertumbuhan tinggi biasanya membutuhkan peningkatan aset tetap, sedangkan perusahaan dengan pertumbuhan rendah cenderung menggunakan utang jangka panjang. Peluang pertumbuhan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk melakukan ekspansi melalui investasi dan peningkatan operasional.

### **Rasio Lancar (*Current Ratio*)**

Rasio lancar atau *Current Ratio* menurut Rizal, (2020) adalah ukuran kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar. Rasio ini menjadi indikator umum solvabilitas jangka pendek, karena menunjukkan sejauh mana kewajiban kreditur jangka pendek dapat ditutupi oleh aset yang dapat segera diuangkan. Heliani, (2023) menyatakan bahwa rasio lancar yang tinggi mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang baik, meningkatkan nilai perusahaan, dan menarik minat investor. Semakin tinggi rasio lancar, semakin besar keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder. Objek penelitian adalah perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022. Data yang digunakan bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (IDX) serta situs resmi masing-masing perusahaan. Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan dalam sektor ini yang memiliki karakteristik relevan dengan tujuan penelitian (Ghozali, 2018). Sampel penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2018). Kriteria tersebut meliputi perusahaan yang tetap terdaftar selama periode pengamatan, tidak melakukan IPO di tengah periode, tidak menggunakan laporan keuangan dalam mata uang asing, serta memiliki laporan keuangan yang lengkap dan tidak ditangguhkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuantitatif, yaitu data berbasis angka yang mencerminkan nilai variabel yang diteliti. Data tersebut dikategorikan sebagai data sekunder, yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah tersedia sebelumnya, seperti literatur, buku, dan dokumen terkait (Sugiyono, 2018). Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan skala rasio sebagai metode pengukuran variabel.

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

1. Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) dihitung menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan ( $\ln$  Total Aset) (Hasibuan et al., 2016).
2. Profitabilitas (*Profitability*) diukur dengan *Return on Assets* (ROA), yaitu rasio laba bersih terhadap total aset (Ardheta & Sina, 2020).
3. Leverage dinyatakan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu perbandingan antara total utang dan total modal (Indriana & Muninghar, 2023).
4. Peluang Pertumbuhan (*Growth Opportunity*) diukur dengan *Growth Ratio* (GR), yaitu perubahan total aset antara dua periode dibandingkan dengan total aset pada periode sebelumnya (Nathanael & Panggabean, 2021).
5. Rasio Lancar (*Current Ratio*) dihitung sebagai rasio aset lancar terhadap kewajiban lancar (Sugandhi et al., 2023).
6. Nilai Perusahaan (*Firm Value*) diwakili oleh *Price to Book Value* (PBV), yaitu harga saham per lembar dibagi nilai buku saham (Putri & Sunarto, 2022).

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Besarnya ukuran perusahaan dapat mencerminkan stabilitas keuangan yang dimilikinya. Perusahaan yang lebih besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga mempermudah dalam menarik investor untuk menanamkan modal. Menurut Putri & Sunarto, (2022), perusahaan dengan aset yang signifikan lebih mudah membantu manajemen dalam mengembangkan operasionalnya melalui pemanfaatan sumber daya tersebut. Selain itu, Putri, (2022) menyebutkan bahwa

ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena investor cenderung lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan besar yang transparan dan dapat dipercaya dalam pengungkapan laporan keuangan serta mudah diakses kinerjanya. Hal serupa juga disampaikan oleh Ali et al., (2021) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, Sopiha, (2017) berpendapat bahwa ukuran perusahaan yang terlalu besar dapat mengurangi efisiensi pengawasan atas strategi dan aktivitas operasional, yang berpotensi menimbulkan biaya keagenan.

Ukuran perusahaan, yang umumnya diukur berdasarkan total aset yang digunakan dalam aktivitas operasional, mencerminkan intensitas modal yang diperlukan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kebutuhan akan pendanaan. Perusahaan yang berhasil mengoptimalkan kinerja untuk mengakuisisi aset demi meningkatkan nilai perusahaan akan memberikan dampak positif ke depannya, sehingga menarik lebih banyak investor. Namun, mempertahankan ukuran perusahaan yang besar juga menjadi tantangan karena memerlukan kinerja yang konsisten untuk menjaga nilainya. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai:

**H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.**

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor dan berperan penting dalam memastikan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan Kezia, (2022). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi biasanya memiliki utang yang relatif kecil karena mampu memenuhi kebutuhan pendanaan dari laba yang ditahan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengurangi ketergantungan pada sumber pendanaan eksternal. Heliani (2023) menyatakan bahwa profitabilitas secara langsung memengaruhi nilai perusahaan, yang mencerminkan pentingnya profitabilitas historis dalam memengaruhi keputusan manajerial terkait nilai perusahaan.

Lebih lanjut, Ardhetia., (2021) menegaskan bahwa profitabilitas menjadi tolok ukur keberhasilan manajemen dalam mencapai nilai perusahaan yang tinggi. Sementara itu, Indriana., (2022) menyatakan bahwa profitabilitas yang rendah memaksa perusahaan untuk meningkatkan kinerja, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang secara konsisten meningkatkan profitabilitasnya akan menarik lebih banyak investor karena dianggap mampu memberikan pengembalian yang stabil. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis kedua dapat dirumuskan sebagai:

**H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.**

#### **Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Penggunaan utang dalam perusahaan dapat mengurangi kewajiban pajak, sehingga menyisakan laba operasional yang lebih besar untuk investor. Pemanfaatan utang yang optimal dapat meningkatkan laba dan mengurangi beban pajak Sunarto., (2022). *Leverage* mengukur sejauh mana perusahaan didanai dengan utang.

Perusahaan yang menggunakan *leverage* secara efektif dapat memperoleh modal untuk mencapai keuntungan lebih tinggi. *Leverage* juga muncul akibat kebutuhan perusahaan untuk membiayai operasional menggunakan biaya tetap, seperti depresiasi dan bunga Vindi., (2023).

Ardheta., (2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih banyak menggunakan ekuitas dibandingkan utang mengalami peningkatan nilai. Selain itu, Tenggara., (2022) mengemukakan bahwa tingkat penggunaan utang memengaruhi fluktuasi harga saham, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan investasi. Putri., (2021) menambahkan bahwa *leverage* memberikan sinyal kepada investor tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, yang memengaruhi nilai perusahaan. Pengelolaan *leverage* yang baik meningkatkan kinerja perusahaan, yang berdampak positif pada laba dan nilai perusahaan. Berdasarkan analisis ini, hipotesis ketiga dapat dirumuskan sebagai:

**H3: *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.**

#### **Pengaruh Peluang Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan**

Peluang pertumbuhan yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk memperluas operasi dan menghasilkan laba di masa depan, mencerminkan kesejahteraan pemegang saham. Peluang pertumbuhan biasanya diukur melalui pertumbuhan total aset, yang mencerminkan potensi profitabilitas dan ekspansi masa depan (Nathanael., 2021). Perusahaan dengan peluang pertumbuhan tinggi membutuhkan investasi yang signifikan, sehingga menarik pihak yang mencari pengembalian tinggi (Rizal., 2023).

Namun, Asmanto, (2020) mengingatkan bahwa peluang pertumbuhan tidak selalu menjamin pengembalian investasi yang konsisten, sering kali membawa ketidakpastian bagi investor. Sebaliknya, Muningkar, (2024) menegaskan bahwa peluang pertumbuhan adalah salah satu faktor penentu nilai perusahaan. Tingkat pertumbuhan yang tinggi meningkatkan posisi pasar, penjualan, dan pangsa pasar, memberikan sinyal positif kepada investor. Berdasarkan uraian ini, hipotesis keempat dapat dirumuskan sebagai:

**H4: Peluang Pertumbuhan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.**

#### **Pengaruh Rasio Lancar terhadap Nilai Perusahaan**

Rasio lancar adalah formula yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aset yang dimiliki. Peningkatan rasio lancar dari waktu ke waktu mencerminkan kapasitas finansial yang lebih baik, menunjukkan pemanfaatan sumber daya perusahaan secara optimal untuk memenuhi kewajiban (Rizal, 2020).

Menurut Arimerta et al., (2023), rasio lancar berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan rasio lancar yang lebih tinggi menunjukkan kesehatan keuangan yang kuat, meningkatkan kepercayaan investor, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan pemahaman ini, hipotesis kelima dapat dirumuskan sebagai:

**H5: Rasio Lancar berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Deskripsi Populasi dan Sampel**

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti secara empiris adanya pengaruh indikator *firm size*, *profitability*, *Leverage*, *growth opportunity* dan *current ratio* terhadap *firm value*. Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 melalui web [www.idx.com](http://www.idx.com). Dari hasil populasi yang ada diambil sampel yang sesuai kriteria hasil pemilihan sampel dengan menggunakan metode *puposive sampling*. Proses pengambilan sampel dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Data Sampel**

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan food and beverage periode 2018-2022	95
2	Perusahaan yang baru IPO (Initial Public Offering) di tengah masa pengamatan	(36)
3	Perusahaan menggunakan nominal dollar untuk laporan keuangan	(3)
4	Perusahaan dengan laporan keuangan ditangguhkan atau tidak lengkap	(2)
	<b>Jumlah Perusahaan</b>	<b>54</b>
	<b>Periode Penelitian 5 tahun (2018 -2022) x 54 Perusahaan</b>	
	<b>Total Sampel</b>	<b>270</b>
	<b>Jumlah Sampel Terkena Outlier</b>	<b>(60)</b>
	<b>Total Sampel Penelitian yang dapat diolah</b>	<b>210</b>

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan diperoleh jumlah sampel sebanyak 210.

**Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik Deskriptif digunakan untuk menjelaskan mengenai deskripsi suatu data melalui nilai yang diperoleh dari data tersebut seperti nilai minum, nilai maximum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Variabel indepeden dalam penelitian ini ialah *firm size*, *profitability*, *Leverage*, *growth opportunity* dan *current ratio*. Variabel dependen dari penelitian ini adalah *firm value*. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil dari uji statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

**Tabel 2. Statistika Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<b>Firm Size</b>	<b>210</b>	<b>24,48</b>	<b>32,82</b>	<b>28,7752</b>	<b>1,81508</b>

<b>Profitabilitas</b>	210	-0,26	0,26	0,0381	0,08414
<b>Leverage</b>	210	-10,31	17,03	1,2309	2,17709
<b>Growth</b>	210	-0,98	1,67	0,0609	0,21102
<b>Opportunity</b>					
<b>Current ratio</b>	210	0,00	9,95	2,2209	1,75580
<b>Firm Value</b>	210	-1,08	5,36	1,3461	1,26990
<b>Valid N (Listwise)</b>	210				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

### Deskriptif Statistik

Berdasarkan hasil deskriptif pada Tabel 2, terdapat 54 perusahaan food and beverage dengan total 210 sampel yang dianalisis dalam penelitian ini. Data mencakup lima variabel utama: *firm size*, *profitability*, *leverage*, *growth opportunity*, *current ratio*, dan *firm value*. Setiap variabel memiliki nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi yang berbeda.

*Firm size* diukur menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Di pasar modal, ukuran perusahaan sering dijadikan acuan investasi karena dianggap mencerminkan tata kelola dan kapasitas untuk menghasilkan *profit*. Berdasarkan Tabel 2, nilai minimum *firm size* adalah 24,48, sedangkan nilai maksimum mencapai 32,82, dengan rata-rata sebesar 28,7752 dan standar deviasi 1,81508.

*Profitability* dalam penelitian ini diwakili oleh rasio *return on asset* (ROA), yang mengukur efisiensi aset perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola asetnya secara optimal. Tabel 2 menunjukkan bahwa ROA memiliki nilai minimum -0,26, maksimum 0,26, rata-rata 0,0381, dan standar deviasi 0,0841.

*Leverage* menggambarkan rasio antara utang dan ekuitas perusahaan. Indikator ini menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan modal yang memiliki biaya tetap untuk meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 2, *leverage* memiliki nilai minimum -10,31, nilai maksimum 17,03, rata-rata 1,2309, dan standar deviasi 2,17709.

*Growth opportunity* mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan, diukur dengan perubahan total aset dari periode sebelumnya ke periode sekarang dibandingkan dengan total aset periode sebelumnya. Semakin tinggi nilai ini, semakin besar peluang perusahaan untuk tumbuh di masa depan. Berdasarkan Tabel 2, *growth opportunity* memiliki nilai minimum -0,98, maksimum 1,67, rata-rata 0,0609, dan standar deviasi 0,21102.

*Current ratio* mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini dihitung dengan membandingkan *current assets* dan *current liabilities*. Berdasarkan Tabel 2, *current ratio* memiliki nilai minimum 0,00, nilai maksimum 9,95, rata-rata 2,2209, dan standar deviasi 1,26990.

*Firm value* mengacu pada persepsi investor terhadap nilai perusahaan, yang sering direfleksikan melalui harga saham. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Berdasarkan Tabel 2, *firm value* memiliki nilai minimum -1,08, maksimum 5,36, rata-rata 1,3461, dan standar deviasi 1,26990.

**Pengujian Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Monte Carlo	Sig.	Keterangan
Unstandardzed Residual	0,05	>0,052	Normal

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 3 pengujian normalitas dilakukan dengan *Monte Carlo Test* dengan melihat tingkat signifikansi 0,05 pada asymp Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 adalah sebesar 0,052. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4. Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Firm Size	0,946	1,057	Bebas Multikolinearitas
Profitabilitas	0,764	1,309	Bebas Multikolinearitas
Leverage	0,948	1,054	Bebas Multikolinearitas
Growth Opportunity	0,945	1,058	Bebas Multikolinearitas
Current ratio	0,792	1,263	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Dari hasil tabel 4 dengan melihat nilai tolerance value lebih dari 0,10 dan nilai VIF berada dibawah angka 10. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas dari gejala multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Firm Size	0,651	Bebas Heteroskedastisitas
Profitabilitas	0,236	Bebas Heteroskedastisitas
Leverage	0,684	Bebas Heteroskedastisitas
Growth Opportunity	0,317	Bebas Heteroskedastisitas
Current ratio	0,739	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 5 dengan melihat tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas heteroskedastisitas.

**Autokorelasi**

**Tabel 6. Uji Autokorelasi**

Keterangan	Durbin Waston	Kesimpulan
Nilai Perusahaan	1,877	Bebas Autokorelasi

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Berdasarkan nilai Durbin Waston menunjukkan nilai 1,877. Dengan rumus  $DU < DW < 4 - DU$ . Nilai DW 1,877 lebih besar dari batas atas DU (1,822) dan kurang dari  $(4 - DU) 4 - 1,822 = 2,178$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut terbebas dari autokorelasi.

**Hasil Pengujian Hipotesis**

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 7. Uji Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Const)	1,175	1,338		0,878	0,381
Firm Size	0,005	0,046	0,007	0,107	0,915
Profitabilitas	5,450	1,114	0,361	4,894	0,000
Leverage	0,112	0,039	0,192	2,906	0,004
Growth Opportunity	0,097	0,399	0,016	0,243	0,808
Current ratio	-0,145	0,052	-0,201	-2,775	0,006

Sumber: Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 7 yang menunjukkan bahwa hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 1,175 yang menunjukan jika variabel independen yaitu *firm size, profitability, leverage, growth opportunity, current ratio* diasumsikan konstan maka *firm value* akan mengalami penurunan sebesar 1,175. Koefisien regresi pada variabel *firm size* sebesar 0,005 dengan parameter positif. Hal ini berarti jika *firm size* mengalami peningkatan 1 satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,005. Koefisien regresi pada variabel profitabilitas sebesar 5,450 dengan parameter positif. Hal ini berarti jika profitabilitas mengalami peningkatan 1 satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 5,450. Koefisien regresi pada variabel *leverage* sebesar 0,112 dengan parameter positif. Hal ini berarti jika *leverage* mengalami peningkatan 1 satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,112. Koefisien regresi pada variabel *growth opportunity* sebesar 0,097 dengan parameter positif. Hal ini berarti jika *growth opportunity* mengalami peningkatan 1 satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,097. Koefisien regresi pada variabel *current*

ratio sebesar -0,145 dengan parameter negatif. Hal ini berarti jika *growth opportunity* mengalami peningkatan 1 satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar -0,145.

**Uji Signifikan Model (Uji F)**

**Tabel 8. Model Regresi Fit**

Model	F Hitung	Sig.	Keterangan
1	7,295	0,000	Model Fit

Sumber: Data Sekunder diolah, 2020.

Hasil uji F pada tabel di atas menunjukkan, F hitung = 7,295 dengan nilai p value = 0.000 < 0.05, menunjukkan bahwa secara simultan *firm value* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel *firm size, profitability, leverage, growth opportunity, current ratio*.

**Uji Signifikansi Individual (Uji t)**

**Tabel 9. Uji t**

Model	T	Sig	Keterangan
Firm Size	0,107	0,915	H1 Ditolak
Profitabilitas	4,894	0,000	H2 Diterima
Leverage	2,906	0,004	H3 Diterima
Growth Opportunity	0,243	0,808	H4 Ditolak
Current ratio	-2,775	0,006	H5 Diterima

Sumber: Data diolah, 2025.

Berdasarkan tabel menunjukkan hasil uji t sebagai berikut :

Hasil hipotesis pertama (*Firm Size*)

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *firm size* memiliki nilai signifikan sebesar 0,915>0,05, maka H1 ditolak. Ini berarti bahwa *firm size* tidak berpengaruh terhadap *firm value*.

Hasil hipotesis kedua (Profitabilitas)

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000<0,05, maka H2 diterima. Ini berarti bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap *firm value*.

Hasil hipotesis ketiga (*Leverage*)

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *Leverage* perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,004<0,05, maka H3 diterima. Ini berarti bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *firm value*.

Hasil hipotesis keempat (*growth opportunity*)

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *growth opportunity* perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,808>0,05, maka H4 ditolak. Ini berarti bahwa *growth opportunity*

perusahaan tidak berpengaruh terhadap *firm value*.

Hasil hipotesis kelima (*Current ratio*)

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa variabel *Current ratio* perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,006 < 0,05$ , maka H5 diterima. Ini berarti bahwa *Current ratio* berpengaruh terhadap *firm value*.

#### Uji Koefisiensi Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 10. Adjusted R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,389	0,152	0,131

Sumber: Data Sekunder diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 9 koefisien determinasi (Adj R<sup>2</sup>) ialah sebesar 15,2% yang memiliki arti bahwa 15,2% variabel dependen dapat dijelaskan oleh *firm size*, *profitability*, *Leverage*, *growth opportunity*, *current ratio*. Sisanya sebesar 84,8% variabel dependen yaitu *firm value* yang dijelaskan oleh variabel diluar model.

#### Pembahasan

##### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian terhadap hipotesis pertama, H1, bertujuan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 8, signifikansi untuk variabel ukuran perusahaan tercatat pada 0,915, yang lebih besar dari  $\alpha$  0,05, sehingga hipotesis pertama H1 ditolak. Dengan kata lain, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan, yang diukur berdasarkan total aset, memang memberikan gambaran tentang kapasitas operasional perusahaan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran yang lebih besar tidak selalu menjamin peningkatan nilai perusahaan. Sebagai contoh, meskipun perusahaan besar dapat memiliki aset yang lebih banyak, risiko utang dan ketergantungan pada pembiayaan eksternal juga dapat berimbas pada kinerja perusahaan yang lebih buruk. Penelitian ini sejalan dengan temuan dari Panggabean, (2021) dan Ardheta, (2021) yang juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena faktor-faktor lain seperti efisiensi dan pengelolaan sumber daya lebih berperan dalam menentukan nilai perusahaan.

##### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian untuk hipotesis kedua, H2, menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Signifikansi yang tercatat sebesar 0,000, yang lebih kecil dari  $\alpha$  0,05, menunjukkan bahwa profitabilitas, dalam hal ini diukur melalui Return on Equity (ROE), memang memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Hasibuan,

(2016), yang menunjukkan bahwa profitabilitas berhubungan erat dengan nilai perusahaan. Peningkatan ROE mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang optimal, yang memberikan sinyal positif kepada investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amanda, (2019) dan Muninghar, (2023), yang juga menemukan bahwa profitabilitas berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Dengan laba yang semakin besar, investor lebih tertarik untuk menanamkan modal, yang akhirnya mendorong nilai perusahaan meningkat.

#### **Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Pengujian hipotesis ketiga, H3, menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Ini mengindikasikan bahwa tingkat utang yang digunakan perusahaan mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini mendukung penelitian dari Sugandhi et al., (2023) yang juga menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi leverage, semakin besar beban utang yang harus ditanggung oleh perusahaan, yang dapat mengurangi pembagian dividen dan mempengaruhi keputusan investasi. Di sisi lain, penggunaan utang yang efisien dapat meningkatkan potensi laba perusahaan, sehingga mendorong nilai perusahaan naik, seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh (Papatungan, 2021). Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sina, (2020) yang menyatakan bahwa leverage yang tinggi dapat mengurangi laba yang tersedia untuk pemegang saham, yang akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis keempat, H4, diuji untuk melihat apakah growth opportunity perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, signifikansi untuk variabel growth opportunity tercatat pada 0,808, yang lebih besar dari  $\alpha$  0,05, sehingga hipotesis ini ditolak. Artinya, pertumbuhan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan memiliki peluang pertumbuhan yang tinggi, hal tersebut tidak menjamin adanya peningkatan nilai perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Asmanto, (2020), pertumbuhan yang cepat sering kali membutuhkan investasi besar dalam operasional, yang pada akhirnya mengurangi laba yang bisa dibagikan kepada pemegang saham. Selain itu, investor lebih cenderung memilih perusahaan yang stabil daripada yang memiliki prospek pertumbuhan yang belum teruji, yang mencerminkan bahwa perusahaan dengan growth opportunity yang tinggi tidak selalu meningkatkan kepercayaan investor. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, (2015) dan Sugandhi et al., (2023), yang menyatakan bahwa growth opportunity tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Current Ratio terhadap Nilai Perusahaan**

Pengujian terhadap hipotesis kelima, H5, menunjukkan bahwa current ratio memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan signifikansi tercatat pada 0,006 yang lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat

likuiditas perusahaan berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung temuan dari Arimerta., (2023), yang menyatakan bahwa rasio likuiditas perusahaan, yang diukur melalui current ratio, berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi current ratio, semakin baik kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, yang memberikan sinyal positif kepada investor tentang kestabilan finansial perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi, yang akhirnya berimbas pada kenaikan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini juga mendukung paparan dari Papatungan, (2021), yang menunjukkan bahwa *current ratio* yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban jangka pendek, yang menarik bagi investor.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh *firm size*, profitabilitas, *leverage*, *growth opportunity*, dan *current ratio* terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman dari tahun 2018 hingga 2022. Sampel yang digunakan terdiri dari 54 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan analisis data dengan regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, *firm size* memiliki nilai signifikansi 0,915 yang lebih besar dari  $\alpha=0,05$ , sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor ini. Kedua, profitabilitas menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha=0,05$ , yang berarti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketiga, *leverage* memiliki nilai signifikansi 0,004 yang juga lebih kecil dari  $\alpha=0,05$ , yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Keempat, *growth opportunity* dengan nilai signifikansi 0,808 lebih besar dari  $\alpha=0,05$ , sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kelima, *current ratio* memiliki nilai signifikansi 0,006 yang lebih kecil dari  $\alpha=0,05$ , yang berarti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain hanya mencakup satu sektor industri, yaitu perusahaan makanan dan minuman, dengan periode pengamatan yang terbatas dari tahun 2018-2022. Selain itu, hanya lima variabel yang digunakan, sehingga tidak dapat menggambarkan semua faktor yang mungkin memengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas objek dan periode penelitian, serta menambah variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap nilai perusahaan, seperti *Total Asset Turnover* atau *Net Profit Margin*, untuk menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, J., Faroji, R., & Ali, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135. [www.sahamok.com](http://www.sahamok.com)
- Amanda, A. L., Efrianti, D., & Marpaung, B. `Sahala. (2019). Analisis Pengaruh Kandungan Informasi Komponen Laba Dan Rugi Terhadap Koefisien Respon Laba (Erc) Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 188–200. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i1.212>
- Ardheta, P. A., & Sina, H. R. (2020). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Dana Pihak Ketiga, Non Performing Financing dan Pembiayaan Murabahah Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 32–38. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.328>
- Arimerta, I. D. A. P., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2023). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor. *Jurnal Values*, 4, 14–24.
- Asmanto, M. R. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Growth Opportunity, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(3), 2–25. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2835>
- Dewi. D. (2015). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan. *Jurnal Equity*, 18(1), 1–18. <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Gradianto Tenggara, A., & Kezia, J. (2022). Pengaruh Tax Planning, Leverage, Firm Size Terhadap Firm Value Pada Perusahaan LQ45. *KIA: Konferensi Ilmiah Akuntansi IX*.
- Handayani, D. S. (2024). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL SEKTOR CONSUMER NON- CYCLICALS. *Jurnal CAPITAL Volume*, 4(1), 2020–2025.
- Hasibuan, V., AR, M., & NP, N. (2016). Pengaruh Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham menurut fahmi. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 39(22), 139–147.
- Heliani, Nur Hidayah K Fadhilah, & Meutia Riany. (2023). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 16–31. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.177>

- Indriana, N., & Muninghar. (2023). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio Dan Return on Asset Terhadap Nilai Perusahaan Property, Tbk. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial*, 1(1), 11–22.
- Listyawati, I., & Kristiana, I. (2021). Pengaruh Return on Equity, Current Ratio, Size Company dan Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Maksimum*, 10(2), 47. <https://doi.org/10.26714/mki.10.2.2020.47-57>
- Mujiyati, M., Aris, M. A., & Zulfikar, Z. (2022). Tax amnesty and company value: Testing tax avoidance as an intervening variable. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(3), 176–188. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(3\).2022.15](https://doi.org/10.21511/imfi.19(3).2022.15)
- Nathanael, R. F., & Panggabean, R. R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Leverage Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 17(2), 175–200. <https://doi.org/10.25170/balance.v17i2.2262>
- Paputungan, V. (2021). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio dan Net Profit Margin Terhadap Perubahan Laba Pada Perusahaan Saham Syariah Sektor Perdagangan Jasa Investasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(2), 67. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i2.76>
- Putri, M. E., & Sunarto, S. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 246–256. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1896>
- Sopiah, S. (2017). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(4), 1–15.
- Sugandhi, G. V., Gisella, V., & Dara, S. R. (2023). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Streaming*, 1(2), 63–76. <https://doi.org/10.53008/streaming.v1i2.1466>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sup Cho, S. (2016). A study on firm size distribution of the service sector and manufacturing sector. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 91–100. <https://doi.org/10.1108/apjie-12-2016-011>