

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Gustiana Putri Novaliza¹, Nursiam²

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}
anagustiana14@gmail.com¹, nur183@ums.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of profitability, liquidity, leverage and company size on company value. The object of this research is food and beverage sector companies listed on the IDX in 2019-2023. This research used a quantitative approach. The sampling method used was purposive sampling and 25 companies were obtained so that there were 104 samples in accordance with the criteria. The data used is secondary data obtained from the company's annual report. The data analysis method used multiple linear regression analysis. The research results show that profitability and liquidity have an effect on company value, while leverage and company size have no effect on company value.

Keywords: Profitability; Liquidity; Leverage; Company Size; Company Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan diperoleh 25 perusahaan sehingga terdapat 104 sampel yang sesuai dengan kriteria. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas; Likuiditas; *Leverage*; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara berkembang yang perkembangannya sangat pesat. Kemunculan berbagai perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar membuat adanya persaingan di setiap perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing (Purwaningrum & Haryati, 2022). Setiap manajemen dalam perusahaan menginginkan agar perusahaannya tetap berkelanjutan sehingga perusahaan selalu berusaha mencari strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan dari suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham (Susanti et al., 2019).

Nilai perusahaan merupakan gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun,

yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah suatu prestasi, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dipandang baik oleh para calon investor (Nadhiyah & Fitria, 2021). Nilai perusahaan diyakini tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi juga dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Oktaviarni et al., 2019). Salah satu tolok ukur menentukan nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV).

Price Book Value (PBV) adalah perbandingan harga saham dengan nilai buku per lembar saham. PBV mencerminkan nilai yang dapat diciptakan oleh perusahaan bagi para pemegang saham atas setiap dana yang diinvestasikannya dalam perusahaan. Semakin tinggi rasio PBV, menunjukkan bahwa investor menilai kinerja yang bagus dan kepercayaan pasar yang tinggi terhadap perusahaan, sehingga membuat investor semakin tertarik (Hendayana & Riyanti, 2019). Perusahaan dengan rasio PBV yang tinggi menunjukkan perusahaan berhasil dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham yang ditunjukkan dari nilai saham yang tinggi (Nadhiyah & Fitria, 2021).

Dalam memaksimalkan nilai perusahaan, manajemen perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sering kali perusahaan mengalami fluktuasi dalam nilai perusahaannya karena kondisi perekonomian yang tidak stabil dan akan berpengaruh pada kinerja perusahaan (Saputri & Giovanni, 2021). Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kecakapan perusahaan dalam mendapatkan profit dari penggunaan aset perusahaan (Ambarwati & Vitaningrum, 2021). Profitabilitas memiliki hubungan terhadap nilai perusahaan karena semakin banyak keuntungan yang dihasilkan dari aset yang dimilikinya, maka para pemegang saham atau investor akan lebih tertarik karena prospek perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi, sehingga nantinya *return* yang akan didapatkannya juga tinggi. Kondisi ini akan membuat banyak permintaan saham yang berdampak pada naiknya harga yang mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi (Iman et al., 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nugraha & Alfarisi (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Farizki, Suhendro & Masitoh (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas. Likuiditas menjadi tolak ukur perusahaan dalam melunasi utang yang telah jatuh tempo (Ambarwati & Vitaningrum, 2021). Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang likuid dan begitu pula sebaliknya (Iman et al., 2021). Hal ini penting untuk diperhatikan, karena kegagalan dalam pembayaran

kewajiban dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan (Dwipa et al., 2020). Semakin tinggi likuiditas perusahaan akan berdampak pada kepercayaan investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan yang bersangkutan (Iman et al., 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nugraha & Alfarisi (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Taniman & Jonnardi (2020) yang membuktikan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Dwipa et al., 2020). Sebagai pandangan penting dalam mengukur efektivitas penggunaan hutang perusahaan, maka dari itu *leverage* juga dapat mengukur suatu perusahaan yang sedang mengalami kerugian sehingga akan berdampak pada *return* sahamnya (Barnades & Suprihadi, 2020). Adanya perlindungan pajak membuat pengelolaan *leverage* sangatlah penting karena tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan (Dwipa et al., 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nugraha & Alfarisi (2020) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Farizki, Suhendro & Masitoh (2021) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan (Kolamban et al., 2020). Perusahaan yang memiliki total aset yang besar dikategorikan sebagai perusahaan besar, dan sebaliknya. Dengan memiliki total aset yang besar, perusahaan ini dianggap memiliki sumber daya serta kemampuan lebih dalam menaikkan keuntungan dan memajukan perusahaan (Putri & Mardenia, 2019). Semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan akan lebih banyak investor yang berpusat pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil (Meifari, 2023). Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nugraha & Alfarisi (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Viriany (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, ditemukan hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten. Sehingga penulis ingin meneliti kembali faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan mengacu pada penelitian Taniman & Jonnardi (2020) dengan menambah satu variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas. Berdasarkan hal itu dan fenomena fluktuasi di atas, peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* dan Ukuran

Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2023)".

TINJAUAN LITERATUR

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi sebagai agen yang dalam hal ini adalah manajemen yang mengelola suatu perusahaan, dan yang disebut sebagai prinsipal adalah pemegang saham. Pemilik saham melakukan perintah kepada manajemen untuk memperoleh profit atau laba sebesar – besarnya untuk pemilik saham dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan tersebut sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi jika melihat laba atau profit di dalam perusahaan tinggi (Taniman & Jonnardi, 2020). Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka teori agensi mempunyai peran sebagai dasar praktik bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kemakmuran kepada prinsipal.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Signalling theory merupakan teori yang membahas tentang naik turunnya harga di pasar, sehingga akan memberikan pengaruh kepada keputusan investor (Febriani, 2020). Sinyal tersebut merupakan petunjuk yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak eksternal yang menunjukkan perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu, manajer yang mengelola perusahaan harus memberikan sinyal kepada pihak eksternal atau pemegang saham mengenai kondisi perusahaan (Dwipa et al., 2020). Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi, yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan, dan informasi non-akuntansi, yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan (Apriantini et al., 2022).

Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan yaitu bagaimana untuk memaksimalkan nilai perusahaan sehingga akan berdampak kepada peningkatan kemakmuran bagi para pemegang saham (Nugraha & Alfarisi, 2020). Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan sebuah perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya (Meifari, 2023). Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Wardhani et al., 2021).

Nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value* (PBV). PBV memiliki peran penting sebagai suatu pertimbangan bagi investor untuk memilih saham perusahaan

yang akan dibeli. *Price Book Value* atau PBV adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan harga saham menurut pasar dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi rasio PBV maka semakin tinggi penilaian investor dibandingkan dengan dana yang ditanamkan dalam perusahaan, sehingga semakin besar pula peluang bagi para investor untuk membeli saham perusahaan tersebut (Hidayat et al., 2021).

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam operasionalnya untuk memperoleh keuntungan serta memberikan gambaran tingkat efektivitas manajemen sebuah perusahaan (Wardhani et al., 2021). Laba yang ditunjukkan oleh perusahaan akan memberikan gambaran ukuran tingkat efektivitas manajemen dalam suatu perusahaan, sehingga dapat menunjukkan apakah perusahaan tersebut nantinya memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang (Anggita & Andayani, 2022). Semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut untuk menghasilkan laba maka akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi. Profitabilitas memiliki peran penting dalam seluruh aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan, mencerminkan kinerja perusahaan, serta menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang besar kepada investor (Tumanan & Ratnawati, 2021).

Likuiditas

Rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo (Febriani, 2020). Hal ini menjadi salah satu hal penting untuk diperhatikan, dikarenakan kegagalan perusahaan dalam membayar hutangnya dapat menyebabkan kebangkrutan. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut termasuk perusahaan yang likuid dan begitu pun sebaliknya (Iman et al., 2021). Makin tinggi likuiditas perusahaan, maka nilai suatu perusahaan tersebut juga akan meningkat. Jika likuiditas suatu perusahaan rendah, nilai suatu perusahaan tersebut juga akan menurun (Gunawan & Viriany, 2023).

Leverage

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Kolamban et al., 2020). *Leverage* perusahaan yang tinggi dianggap memiliki motivasi lebih dalam menjalankan kinerja keuangan perusahaannya dengan baik dan perusahaan memiliki semangat dalam meningkatkan laba atau keuntungannya (Anggita & Andayani, 2022). Semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi risiko bisnis yang akan diperoleh yang akan menyebabkan nilai perusahaan menurun (Kurniawan & Ardiansyah, 2020).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah aset perusahaan yang akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko yang mungkin akan terjadi (Susanti et al., 2019). Dengan tingginya ukuran perusahaan maka nilai suatu perusahaan juga akan meningkat. Dengan tingginya nilai perusahaan, maka memudahkan perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan dari investor maupun kreditor yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan, salah satunya yaitu untuk menyejahterakan atau meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (Gunawan & Viriany, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan sektor *food and beverage* tahun 2019-2023 yang terdaftar di BEI melalui *website* (www.idx.co.id).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan PBV (*Price Book Value*) yaitu rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. PBV dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan mampu menghasilkan keuntungan atau laba. Profitabilitas dalam penelitian ini diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA) dengan rumus sebagai berikut:

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

Likuiditas

Likuiditas yaitu suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam melunasi atau membayar hutang-hutang jangka pendeknya menggunakan aset lancar yang dimiliki perusahaan. Indikator likuiditas dalam penelitian ini diukur dengan CR (*Current Ratio*). Rumus CR sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya pemakaian hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. *Leverage* pada penelitian ini diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Pengukuran Ukuran Perusahaan, merupakan suatu skala yang dapat menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai dari total aset yang dimiliki perusahaan. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset dan diproses dengan *natural logarithm* (LN) total aset, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Tabel 1. Proses Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023	94
Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menerbitkan laporan tahunan selama tahun 2019-2023	(43)
Perusahaan <i>food and beverage</i> yang menerbitkan laporan keuangan tidak dalam mata uang Rupiah selama tahun 2019-2023	(2)
Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak mempunyai informasi data yang lengkap terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian selama tahun 2019-2023	(3)
Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menghasilkan laba positif selama tahun 2019-2023	(21)
Total sampel 1 tahun	25
Total sampel selama 5 tahun	125
<i>Outlier</i>	(21)
Total sampel selama 5 tahun yang diolah	104

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan kriteria sampel yang ditentukan dalam penelitian ini, maka diperoleh sampel sebanyak 25 perusahaan setiap tahun. Total keseluruhan observasi yang digunakan yaitu sebanyak 125 selama periode 2019-2023. Dilakukan *outlier* sebanyak 21 data sehingga data yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 104 sampel.

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	104	0.001	0.223	0.08895	0.053998
Likuiditas	104	0.818	13.309	3.50009	2.753857
Leverage	104	0.103	2.465	0.70683	0.591359
Ukuran Perusahaan	104	27.225	32.860	29.59968	1.564739
Nilai Perusahaan	104	0.509	4.655	1.90219	1.148578
Valid N (listwise)	104				

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa hasil analisis statistik deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Hasil analisis statistik deskriptif variabel profitabilitas dengan proksi *Return On Assets* (ROA) memiliki nilai minimal sebesar 0.001 yang berasal dari PT. Sekar Bumi Tbk pada tahun 2019. Nilai maksimal sebesar 0.223 yang berasal dari PT. Delta Djakarta Tbk pada tahun 2019. Nilai rata-rata variabel profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 adalah sebesar 0.08895. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai standar deviasi profitabilitas sebesar 0.053998. Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari nilai rata-rata berarti profitabilitas memiliki tingkat variasi data yang rendah.
- 2) Hasil analisis statistik deskriptif variabel likuiditas dengan proksi *Current Ratio* (CR) memiliki nilai minimal sebesar 0.818 yang berasal dari PT. Dharma Satya Nusantara Tbk pada tahun 2019. Nilai maksimal sebesar 13.309 yang berasal dari PT. Campina Ice Cream Industry Tbk pada tahun 2021. Nilai rata-rata variabel likuiditas pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 adalah sebesar 3.50009. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai standar deviasi likuiditas sebesar 2.753857. Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari nilai rata-rata berarti likuiditas memiliki tingkat variasi data yang rendah.
- 3) Hasil analisis statistik deskriptif variabel *leverage* dengan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki nilai minimal sebesar 0.103 yang berasal dari PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk pada tahun 2023. Nilai maksimal sebesar

2.465 yang berasal dari PT. Tunas Baru Lampung Tbk pada tahun 2022. Nilai rata-rata variabel *leverage* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 adalah sebesar 0.70683. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai standar deviasi *leverage* sebesar 0.70683. Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari nilai rata-rata berarti *leverage* memiliki tingkat variasi data yang rendah.

- 4) Hasil analisis statistik deskriptif variabel ukuran perusahaan dengan proksi *Size* memiliki nilai minimal sebesar 27.225 yang berasal dari PT. Mulia Boga Raya Tbk pada tahun 2019. Nilai maksimal sebesar 32.860 yang berasal dari PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2023. Nilai rata-rata variabel ukuran perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 adalah sebesar 29.59968. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai standar deviasi ukuran perusahaan sebesar 1.564739. Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari nilai rata-rata berarti ukuran perusahaan memiliki tingkat variasi data yang rendah.
- 5) Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel dependen dengan proksi *Price Book Value* (PBV) adalah nilai perusahaan memiliki nilai minimal sebesar 0.509 yang berasal dari PT. Sekar Bumi Tbk pada tahun 2023. Nilai maksimal sebesar 4.655 yang berasal dari PT. Siantar Top Tbk pada tahun 2020. Nilai rata-rata variabel nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 adalah sebesar 1.90219. Hasil pengujian juga menunjukkan nilai standar deviasi nilai perusahaan sebesar 1.148578. Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari nilai rata-rata berarti nilai perusahaan memiliki tingkat variasi data yang rendah.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas (Sebelum di Outlier)

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.000

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini tidak terdistribusi dengan normal.

Pada penelitian ini dilakukan *outlier* data agar mendapatkan data yang normal. *Outlier* data merupakan data yang memiliki sebuah karakter tersendiri dan memiliki sebuah perbedaan dari penelitian yang lain serta memiliki nilai yang ekstrem dari sebuah variabel. Berikut hasil uji normalitas setelah dilakukan *outlier* data, yaitu:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (Setelah di *Outlier*)

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0.200 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Profitabilitas	0.652	1.533	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Likuiditas	0.620	1.612	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Leverage</i>	0,476	2.102	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Ukuran Perusahaan	0,703	1.422	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada profitabilitas sebesar 0.652, likuiditas sebesar 0.620, *leverage* sebesar 0.476 dan ukuran perusahaan sebesar 0.703. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antara variabel independen, sehingga model regresi ini baik. Sedangkan nilai VIF pada profitabilitas sebesar 1.533, likuiditas sebesar 1.612, *leverage* sebesar 2.102 dan ukuran perusahaan sebesar 1.422 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10 sehingga model regresi ini baik dan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	0.810
---------------	-------

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 0.810 yang terletak diantara -2 dan 2, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Profitabilitas	0.894	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Likuiditas	0.373	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Leverage	0.063	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0.833	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0.894, likuiditas sebesar 0.373, *leverage* sebesar 0.063 dan ukuran perusahaan sebesar 0.833. Karena nilai signifikansi semua variabel independen lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	3.792
Profitabilitas	11.516
Likuiditas	-0.088
Leverage	-0.189
Ukuran Perusahaan	-0.084

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 8, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = 3.792 + 11.516ROA - 0.088CR - 0.189DER - 0.084SIZE$$

Berdasarkan persamaan regresi yang telah diuraikan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (α) sebesar 3.792 menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan bernilai sama dengan 0 (nol) atau konstan, maka nilai perusahaan adalah 3.792.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA) sebesar 11.516 yang berarti jika profitabilitas meningkat maka implementasi nilai perusahaan akan meningkat. Begitu sebaliknya, jika profitabilitas menurun maka implementasi nilai perusahaan akan menurun.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) sebesar -0.088 yang berarti jika likuiditas meningkat maka implementasi nilai perusahaan akan menurun. Begitu sebaliknya, jika likuiditas menurun maka implementasi nilai perusahaan akan meningkat.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel *leverage* diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebesar -0.189 yang berarti jika *leverage* meningkat maka

implementasi nilai perusahaan akan menurun. Begitu sebaliknya, jika *leverage* menurun maka implementasi nilai perusahaan akan meningkat.

- 5) Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan diprosikan dengan *Size* sebesar -0.084 yang berarti jika ukuran perusahaan meningkat maka implementasi nilai perusahaan akan menurun. Begitu sebaliknya, jika ukuran perusahaan menurun maka implementasi nilai perusahaan akan meningkat.

2. Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
1	14.331	0.000	Berpengaruh

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi F adalah $0.000 < 0.05$. Ketentuan pengambilan keputusan pada uji F yaitu jika nilai signifikansi $F < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Uji T

Tabel 10. Hasil Uji T

Model	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig.	Keterangan
Profitabilitas	5.467	1.660	0.000	H ₁ diterima
Likuiditas	-2.070	1.660	0.041	H ₂ diterima
Leverage	-0.840	1.660	0.403	H ₃ ditolak
Ukuran Perusahaan	-1.194	1.660	0.235	H ₄ ditolak

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 10 diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel profitabilitas memiliki nilai t hitung sebesar $5.467 > 1.660$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Dengan demikian H_1 diterima, yang artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) Variabel likuiditas memiliki nilai t hitung sebesar $-2.070 > 1.660$ dan nilai signifikansi sebesar $0.041 < 0.05$. Dengan demikian H_2 diterima, yang artinya likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 3) Variabel *leverage* memiliki nilai t hitung sebesar $-0.840 < 1.660$ dan nilai signifikansi sebesar $0.403 > 0.05$. Dengan demikian H_3 ditolak, yang artinya *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 4) Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar $-1.194 < 1.660$ dan nilai signifikansi sebesar $0.235 > 0.05$. Dengan demikian H_4 ditolak, yang artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.606 ^a	0.367	0.341	0.932322

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan tabel 11 diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0.367, yang berarti bahwa profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh sebesar 36.7% terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 63.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 5.467 > 1.660 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, maka H₁ diterima. Hal ini membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan efektif. Profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham, sehingga investor tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut. Permintaan terhadap saham meningkat sehingga berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gunawan & Viriany (2023) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Farizki et al., (2021) yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -2.070 > 1.660 dan nilai signifikansi sebesar 0.041 < 0.05, maka H₂ diterima. Hal ini membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas yang rendah berdampak pada penurunan harga saham. Jika likuiditas terlalu tinggi dapat mengurangi kemampuan laba perusahaan karena banyaknya dana yang menganggur, sehingga investor menilai sebagai sinyal negatif dikarenakan perusahaan harus menanggung biaya modal. Hal ini akan berdampak pada turunnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hendayana & Riyanti (2019) yang membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan

Taniman & Jonnardi (2020) yang membuktikan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $-0.840 < 1.660$ dan nilai signifikansi sebesar $0.403 > 0.05$, maka H_3 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan dalam mendanai aktivitya cenderung menggunakan modal sendiri, yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang. Kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktivitya yang diperoleh dari modal sendiri membuat perusahaan mengurangi proporsi hutangnya. Apabila perusahaan memiliki *leverage* atau hutang yang tinggi, perusahaan tersebut mampu mengelola dan mengatasi pendanaan hutang tersebut dengan baik sehingga tidak berdampak pada nilai perusahaan. Selain itu, investor akan melihat dan mempertimbangkan kapan waktu jatuh tempo hutang yang digunakan oleh perusahaan. Waktu jatuh tempo hutang yang masih terbilang lama membuat para investor memutuskan tetap untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan tersebut sehingga *leverage* tidak memengaruhi minat investor dalam menanamkan modalnya dan tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Farizki et al., (2021) yang membuktikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nugraha & Alfarisi (2020) yang membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $-1.194 < 1.660$ dan nilai signifikansi sebesar $0.235 > 0.05$, maka H_4 ditolak. Hal ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Besar atau kecilnya suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal itu dikarenakan perusahaan yang dapat memperoleh laba yang tinggi tidak hanya perusahaan besar saja, tetapi perusahaan kecil juga dapat memperoleh laba yang tinggi. Investor akan lebih meninjau dari berbagai aspek seperti memperhatikan kinerja perusahaan yang terlihat pada laporan keuangan perusahaan, nama baik perusahaan, serta kebijakan dividen sebelum memutuskan untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dwipa et al., (2020) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Farizki et al., (2021) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2023, dan diperoleh sebanyak 104 data. Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya menggunakan perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI saja sebagai objek penelitian sehingga belum dapat mempresentasikan semua sektor. Selain itu, peneliti hanya menggunakan variabel profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel independennya. Sedangkan terdapat variabel lainnya yang kemungkinan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan menambah beberapa sektor perusahaan. Selain itu, disarankan untuk menambahkan faktor-faktor determinan lainnya sebagai variabel independen, seperti *good corporate governance*, kebijakan deviden, tingkat suku bunga dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, J., & Vitaningrum, M. R. (2021). Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 128.
- Anggita, K. T., & Andayani, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(3).
- Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. L. P., & Novitasari, N. L. G. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (Kharisma)*, 4(2), 190-201.
- Ardiansyah, G. G. K. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 367-375.
- Barnades, A. N., & Suprihhadi, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* di BEI periode (2014-2018). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).

- Dwipa, I. K. S., Kepramareni, P., & Yuliastuti, I. A. N. (2020). Pengaruh leverage, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2(1).
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17-22.
- Febriani, R. (2020). Pengaruh likuiditas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 216-245.
- Gunawan, Y. J., & Viriany, V. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 5(3), 1531-1538.
- Hendayana, Y., & Riyanti, N. (2019). Pengaruh inflasi, suku bunga, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Kinerja*, 2(01), 36-48.
- Hidayat, T., Triwibowo, E., & Marpaung, N. V. (2021). Pengaruh good corporate governance dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(01), 1-18.
- Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. (2021). Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Perspektif*, 19(2), 191-198.
- Kolamban, D. V., Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri perbankan yang terdaftar di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3).
- Meifari, V. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(3), 265-268.
- Nadiyah, P., & Fitria, A. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4).
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 390-405.
- Nugraha, R. A., & Alfalisi, M. F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mirai Management*, 5(2).
- Nursery, R. A., & Nursiam, N. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, KEPUTUSAN INVESTASI, KEPUTUSAN PENDANAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP

NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 1118-1124.

- Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, B. (2019). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal akuntansi*, 9(1), 1-16.
- Purwaningrum, I. F., & Haryati, T. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1914-1925.
- Puspawijaya, D. A., & Sasongko, N. (2021). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Kualitas Audit, Opini Auditor, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Call for Paper* (Vol. 1, No. 1, pp. 93-106).
- Rachmadani, F. A. A., & Nursiam, N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2021). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 4092-4101.
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(1), 90-108.
- Sholikhah, N. N., & Trisnawati, R. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2018-2020). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1191-1200.
- Susanti, A., Wafirotin, K. Z., & Hartono, A. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2011-2016. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 11-24.
- Taniman, A., & Jonnardi, J. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(3), 1372-1379.
- Tumanan, N., & Ratnawati, D. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Pemoderasi. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 123-136.
- Wardhani, W. K., Titisari, K. H., & Suhendro, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Good Corporate Governance

terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 37-45.