Jambi Accounting Review (JAR)
JAR Volume 5, Nomor 2, Mei – Agustus 2024: 52 - 63
e-ISSN: 2747-1187
p-ISSN: -
https://online-journal.unja.ac.id/JAR/

THE EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE AND COMPANY SIZE ON COMPANY VALUE IN FOOD AND BEVERAGE SUBSECTOR COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2020-2022

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022

Dicko Dinantianto[1)*]
Rico Wijaya Z[2)]
Misni Erwati[3)]

[1)]Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jambi-Indonesia
[2)&3)] Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jambi-Indonesia
[*)] Korespondensi
Email : dickodinantianto28@gmail.com[1)], ricowijaya@unja.ac.id[2)], misni_erwati@unja.ac.id[3)]

ABSTRACT

This study aims to empirically prove the influence of profitability, Leverage, and company size on company value. The population used in this study is mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020-2022 period. The sample selection uses purposive sampling, so that based on the criteria for selecting a sample of companies in the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange, there are 90 samples. The type of data used in this study is secondary data, a data collection method using the documentation method. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using the SPSS 25 program. The results of the study concluded that: (1) profitability has no effect on the company's value. (2) Leverage affects the value of the company. (3) the size of the company has no effect on the value of the company.
Keywords: profitability, company size, Leverage, company value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas, *Leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga berdasarkan kriteria pemilihan sampel perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 90 sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa : (1) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (3) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Kata kunci : profitabilitas, ukuran perusahaan, *Leverage*, nilai perusahaan

1. PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam industri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* yaitu meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya, nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Rahmasari dkk,2019). Persaingan ketat di industri saat ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya guna mencapai tujuan utama mereka, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Novari dan Putu, 2016). Nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan dan mempengaruhi persepsi investor terhadapnya, sehingga menjadi faktor penting dalam menarik minat investor.

Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *Leverage*. Profitabilitas adalah faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam rasio profitabilitas dapat digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan. Perusahaan dengan tingkat laba yang tinggi dapat menarik investor. Perusahaan berpenghasilan tinggi juga memiliki tata kelola yang baik, yang meningkatkan kepercayaan investor. Profitabilitas yang tinggi dapat menarik investor karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan berpenghasilan tinggi juga memiliki tata kelola yang baik, yang meningkatkan kepercayaan investor. Kepercayaan investor juga dapat mendongkrak harga saham.

Ukuran perusahaan dapat menentukan besarnya kinerja perusahaan. seorang investor dapat melihat besarnya asset, total capitalisme dan total penjualan, sehingga dengan melihat hal itu investor dapat mengambil keputusan mengenai investasi yang dilakukan investor. Ukuran perusahaan juga berperan, karena perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan yang meningkat maka nilai perusahaannya juga meningkat (Romadhoni et al., 2020)

Namun, *Leverage*, yang merupakan perbandingan antara utang dan ekuitas perusahaan, dapat memengaruhi nilai perusahaan secara negatif jika pendanaan utang terlalu tinggi. *Leverage* adalah pembiayaan yang diterima oleh internal perusahaan berupa penyusutan dan laba ditahan, dan eksternal perusahaan berupa utang. suatu perusahaan selalu mengupayakan untuk mencari dana yang berasal dari internal maupun ekternal. Dana internal ini dana yang bersumber dari perusahaan itu sendiri seperti laba ditahan. Dana eksternal berasal dari luar perusahaan seperti hutang, pemasok, diskon pembelian surat berharga dll. Didalam teori trade off dijelaskan apabila pendanaan hutang tinggi didalam perusahaan maka resiko keuangan semakin besar. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi terkait pengaruh faktor-faktor ini terhadap nilai perusahaan (Christine dkk, 2019; Pristianingrum, 2017; Setiawati & Lim, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *Leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. Dengan memahami keterkaitan antara faktor-faktor ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang strategi nilai perusahaan dalam konteks industri makanan dan minuman di Indonesia.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agencyl theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus ofl contract*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) danl manajer (*lagent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Akibat adanya informasi yang tidak seimbang (asimetri informasi) ini, dapat menimbulkan dua permasalahan yang disebabkan karena adanya kesulitan *principal* memonitor dan melakukan kontrol terhadap tindakan- tindakan *agent*. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan permasalahan tersebut adalah *Moral Hazard*, yaitu permasalahan yang muncul jika agent tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati bersama dalam kontrak kerja. *Adverse selection*, yaitu suatu keadaan dimana principall tidak dapatl mengetahui apakahl suatu keputusan yangl diambil olehl *agent* benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas.

Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principall* dan *lagent*. Teori agensi menunjukkan bahwa perusahaan dapat dilihat sebagai suatu hubungan konflik antara pemegang sumber daya. Suatu hubungan agensi muncul ketika satu ataul lebih individu, yang disebut pelaku mempekerjakan satu ataul lebih individul lain yangl disebut lagen, untukl melakukan layanan tertentu dan kemudian mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen. Hubunganl utama agensi dalaml bisnis adalahl antara pemegangl saham denganl manajer dan pemegang saham dengan debtholders.

2.2 Signaling Theory

Menurut Brigham dan Houston (2010) isyarat atau signal adalah suau tindakan yang diambil perusahaan untuk member petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. *Signaling theory* menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah kepada perusahaan. Perusahaan dapat mengurangi asimetri informasi dengan memberikan sinyal kepada pihak luar.

2.3 Nilai Perusahaan

2.3.1. Pengertian Nilai Perusahaan

Perspektif pasar, pasar mendikte tingkat nilai pengembalian. Nilai bervariasi tergantung dari kemampuan perusahaan didalam menggeneralisasi arus kas prospektif, kecuali didalam keadaan yang tidak lazim dimana aktiva bersih yang dilikuidasi mempunyai nilai yang lebih besar. Maka dapat membantu investor dalam menentukan nilai perusahaan. Untuk mengerti nilai yang sesungguhnya, seorang penilai harus mempunyai pandangan jangka panjang. Nilai perusahaan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh investor. Kemakmuran pemegang saham atau investor tersebut tercemin dari nilai perusahaan. Dengan kata lain, nilail perusahaan merupakan ukuran kinerja manajer keuangan. Nilai perusahaan adalah nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang bereda.

2.3.2. Rasio Nilai Pasar

Menurut Brigham (2010), rasio menghubungkan harga saham perusahaan dengan laba, arus kas, dan nilai buku perusahaannya. Rasio ini memberi indikasi kepada manajemen tentang bagaimana pandangan investor terhadap resiko dan prospek perusahaan dimasa depan.

2.4 Return On Equity

ROE merupakan tingkat pengembalian atas ekuitas pemilik perusahaan. Rentabilitas modal sendiri, rasio ini merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. semakin tinggi rasio ini maka semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan semakin kuat (Brigham, 2010).

2.5 Leverage

Menurut Jusuf (2014), rasio *solvabilitas* atau *Leverage* adalah rasio untuk mengukur perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang, sedangkan menurut Kamaludin (2012), rasio *Leverage* adalah untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana perusahaan mendanai aktivitasnya. Rasio ini memberikan ukuran atas dana yang disediakan pemilik dibandingkan dengan keuangan yang diberikan oleh kreditor. Terdapat dua tipe *Leverage* (Kasmir, 2012), yaitu *Operating Leverage* dan *Financial Leverage*. Pembiayaan dengan hutang mempunyai pengaruh bagi perusahaan karena hutang mempunyai beban yang bersifat tetap. Kegagalan perusahaan dalam membayar bunga atas hutang dapat menyebabkan kesulitan keuangan yang berakhir dengan kebangkrutan perusahaan. sebaliknya, penggunaan hutang juga memberikan deduksi pajak atas bunga yang dapat menguntungkan bagi pemegang saham, karena penggunaan hutang harus diseimbangkan antara keuntungan dan kerugian. Rasio *Leverage* yang lazim digunakan adalah Debt to Asset Rasio (Debt Rasio) dan *Debt to Equity Rasio* (DER)

2.6 Ukuran Perusahaan

Menurut Kasmir (2016), ukuran perusahaan dapat dilihat berdasarkan jumlah karyawan, jumlah penjualan dan jumlah aset yangl dimiliki oleh perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yangl dapat dipergunakanl untuk kegiatanl operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalaml mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemiliki atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Investor dalam penyertaan modalnya juga perlu untuk melihat ukuran Perusahaan.

2.7 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016) rentabilitas atau profitability adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivanya secara lproduktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlahl aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.

2.8 Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2016), laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Laporan finansial (*financial statement*), memberikan ikhtisar mengenai keadaan finansial suatu perusahaan, di mana neraca (*balance sheets*) mencerminkan nilai aktiva, utang dan modal sendiri pada suatu saat tertentu, dan laporan rugi dan laba (*income statement*) mencerminkan hasil-hasil yang dicapai selama periode tertentu, biasanya meliputi periode satu tahun.

2.9 Kerangka Penelitian

2.9.1. Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

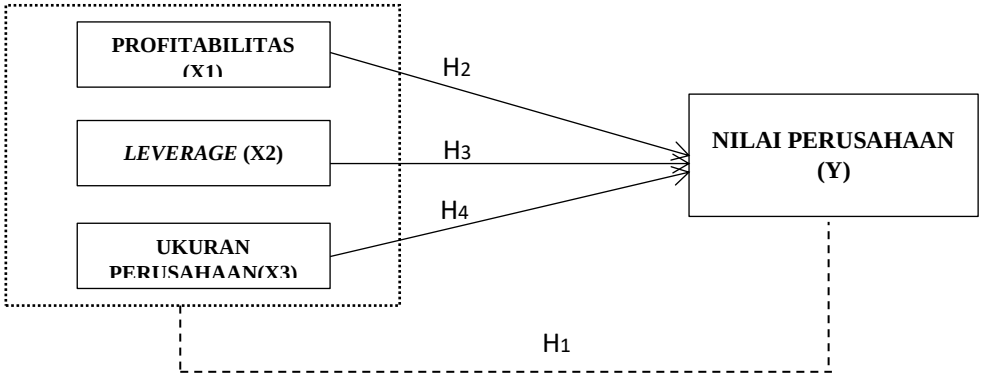
Profitabilitas berpengaruh besar terhadap investor yang melakukan investasi, sehingga dapat dilihat dari besarnya peningkatan laba yang didapat dari perusahaan didalam laporan tahunan.Penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Putu (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh postif signifikan terhadap nilai perusahaan.Hal ini berarti profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehinggga memicu permintaan saham oleh investor. Respon positif dari investor tersebut akan meningkatkan harga saham dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Ary (2013), Munawaroh dan Maswar (2014), dan Hermuningsih (2012). Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Febrianti (2012), profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.9.2. Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan kekayaan perusahaan. Peningkatan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi keputusan keuangan investor sehingga dapat mengoptimalkan nilai perusahaan.. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Putu (2016) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil positif memperlihatkan bahwa ukuran perusahaan yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan semakin tinggi pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Ekspektasi insvestor berupa perolehan dividen dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki "nilai" yang lebih besar. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2012), dan Febrianti (2012). Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Ary (2013) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.9.3. *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Jika hutang perusahaan lebih besar dari total asetnya, perusahaan dianggap tidak likuid. Apabila semakin tinggi *Leverage* menunjukkan dana yang disediakan kreditur juga semakin besar. Invesrtor dapat mewaspadai dalam menginvestasikan dananya ke perusahaan yang *Leverage*nya tinggi sehingga memiliki resiko investasinya juga tinggi. Penelitian mengenai *Leverage* pernah dilakukan Febrianti (2012), Fosu (2016), dan Cheng (2011) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, pendapat Modigliani dan Miller yang menyatakan bahwa bila ada pajak penghasilan perusahaan, maka penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan berlaku. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian Novari dan Putu (2016) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan dalam mendanai aktivanya cenderung menggunakan modal sendiri (internal financing) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang. Kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktivanya yang diperoleh dari modal sendiri membuat perusahaan mengurangi proporsi hutangnya. Penggunaan hutang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima atas penggunaan hutang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan, sehingga proporsi hutang yang rendah dapat meningkatkan nilai perusahaan dan sebaliknya peningkatan hutang dapat menurunkan nilai perusahaan.



Sumber : Data Olahan, 2024

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian dengan kerangka pemikiran terhadap rumusan masalah pada penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
H3: *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
H4: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan data yang diperoleh dari sumber data data sekunder yang berkaitan dengan variabel penelitian. Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperlukan telah tersedia sebelumnya (sugiyono, 2016). sumber Data berupa laporan keuangan/laporan tahunan perusahaan di sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam BEI periode 2020-2022. Populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah seluruh perusahaan di sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam BEI periode 2020-2022. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 sampel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada perusahaan di subsector makanan dan minuman yang terdaftar dalam BEI periode 2020-2022.

4. HASIL

4.1. Analisis Deskriptif

Analisis ini merupakan analisis yang digunakan untuk menjelaskan menegenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Deskriptif variabel atas data yang dilakukan selama tiga tahun, sehingga jumlah data keseluruhan yang diamati berjumlah 90 sampel perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2022

Tabel 1. Analisis Deskriptif

Descriptive statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	std. Deviation
PROFITABILITAs	90	-,01	3,41	,2277	,50283
LEVERAGE	90	,07	3,03	,7684	,61951
UKURAN PERUsAHAAN	90	11,54	32,15	27,4226	4,97768
NILAI PERUsAHAAN	90	,32	156,32	11,0974	22,82641
Valid N (listwise)	90				

Sumber : Data Diolah dengan SPSS, 2024

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa variabel *Leverage (Debt to Equity Ratio)* dalam penelitian memiliki nilai rasio *Leverage* terendah (minimum) sebesar 0,07, nilai rasio *Leverage* tertinggi (maksimum) sebesar 3,03, dan nilai rata-rata (mean) sebesar 0.7684. Variabel ukuran perusahaan (*Ln Total Asset*) dalam penelitian memiliki nilai terendah (minimum) sebesar 11,54 , nilai tertinggi (maksimum) sebesar 32,15, dan nilai rata-rata (mean) sebesar 27,4226. Variabel nilai perusahaan dalam penelitian memiliki nilai terendah (minimum) sebesar 0,32, nilai tertinggi (maksimum) sebesar 156,32, dan nilai rata-rata (mean) sebesar 11,0974.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Berdasarkan Uji Normalitas, dapat diketahui bahwa nilai Kolmogrov-smirnov Z nilai Asymp sig (2-tailed) yaitu 0,00 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. Hasil tabel pengujian One-sample Kolmogorov-smirnov Test dengan metode Monte Carlo diatas menunjukkan nilai sebesar 0,050 dimana nilai tersebut sama dengan nilai sig. 0,05 yang artinya data dapat dikatakan normal.

4.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika VIF < 10, nilai *Tolerance* > 0,1, dan *Tolerance* ≤ 1 maka tidak terjadi multikolinearitas Ghozali (2017). Berdasarkan hasil Uji multikolinearitas pada paenelitian ini, diperoleh hasil bahwa variabel profitabilitas (X1) memiliki nilai TOL sebesar 0,859 < 1 dan nilai VIF sebesar 1,164 < 10 sehingga variabel profitabilitas (X1) dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Variabel *Leverage* (X2) memiliki nilai TOL sebesar 0,927< 1 dan nilai VIF sebesar 1,079 < 10 sehingga variabel *Leverage* (X2) dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Dan variabel ukuran perusahaan (X3) memiliki nilai TOL sebesar 0,814 < 1 dan nilai VIF sebesar 1,228 < 10 sehingga variabel ukuran perusahaan (X3) dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.3. Uji *Autokorelasi*

Menurut Ghozali (2017), Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan Periode t-1 (sebelumnya). Kriteria untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilakukan dengan Uji Durbin Watson (DW test). Jika dw > du, maka tidak ada autokorelasi positif. Berdasarkan hasil Uji Autokorelasi diketahui nilai Durbin Watson sebesar 1,671 dimana nilai DW menurut tabel dengan n = 90 dan k = 4 didapat angka dL = 1,5656 dan dU = 1,7508. Oleh karena nilai DW 1,627 lebih besar dari batas atas dL = 1,5656 dan kurang dari (4-dU) = 2,373, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

4.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Lolos tidaknya uji heteroskedastisitas dengan metode statistic uji park dapat dilihat pada tabel coefficient. Apabila uji tes level signifikan (sig.t > 0,05) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, namun apabila uji tes level signifikan (sig.t < 0,05) berarti terjadi heteroskedastisitas.Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas, maka dapat diketahui masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi yaitu, Variabel profitabilitas (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,524 > 0,05 sehingga variabel profitabilitas (X1) dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel *Leverage* (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,546 > 0,05 sehingga variabel *Leverage* (X2) dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel ukuran perusahaan (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,412 > 0,05 sehingga variabel ukuran perusahaan (X3) dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh variabel X yaitu Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap variabel Y yaitu Nilai Perusahaan.

NP = 13,966+ 2,678 PRO + 13,079 LEV - 0,493 UK

Keterangan :
NP = Nilai Perusahaan
α = Konstanta
PROF = Profitabilitas yang diukur dengan ROA
LEV = *Leverage* diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio*
UK = Ukuran Perusahaan diukur dengan menggunakan Ln *Total Asset*

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients			Collinearity statistics	
		B	std. Error	Beta	T	sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,966	15,171		,921	,360		
	PROFITABILITAs	2,678	4,805	,059	,557	,579	,859	1,164
	LEVERAGE	13,079	3,755	,355	3,483	,001	,927	1,079
	UKURAN PERUsAHAAN	-,493	,499	-,108	-,989	,325	,814	1,228

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan persamaan tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 13,966. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen yang terdiri dari Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan = 0, maka Nilai Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 13,966. Koefisien regresi variabel Profitabilitas (X1) adalah sebesar 2,678 artinya jika variabel Profitabilitas (X1) naik sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 2,678. Koefisien regresi variabel *Leverage* (X2) adalah sebesar 13,079 artinya jika variabel *Leverage* (X2) naik sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 13,079. Koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan (X3) adalah sebesar -0,493 artinya jika variabel Ukuran Perusahaan (X3) naik sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,493.

4.4. Uji Hipotesis

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakan semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model simultan mempunyai pengaruh secara bersamasama terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F hitung dengan taraf signifikansi 0,05 (5%).

4.4.1. Uji simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakan semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model simultan mempunyai pengaruh secara bersamasama terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F hitung dengan taraf signifikansi 0,05 (5%).

Tabel 3. Hasil Uji simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		sum of squares	Df	Mean square	F	sig.
1	Regression	7978,809	3	2659,603	5,957	,001[b]
	Residual	38394,205	86	446,444		
	Total	46373,014	89			
a. Dependent Variable: NILAI PERUsAHAAN						
b. Predictors: (Constant), UKURAN PERUsAHAAN, *LEVERAGE*, PROFITABILITAS						

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 5,957 sedangkan F tabel (dengan tingkat kepercayaan α sebesar 0,05 derajat bebas regresi sebesar 3 dan derajat residualnya 90) adalah sebesar 2,71, karena F hitung lebih besar dari F tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima, dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu Nilai Perusahaan (Y).

4.4.2. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas tehadap variabel terikat. Uji t dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]								
		Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients			Collinearity statistics	
Model		B	std. Error	Beta	T	sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,966	15,171		,921	,360		
	PROFITABILITAs	2,678	4,805	,059	,557	,579	,859	1,164
	LEVERAGE	13,079	3,755	,355	3,483	,001	,927	1,079
	UKURAN PERUsAHAAN	-,493	,499	-,108	-,989	,325	,814	1,228
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN								

Pada tabel 4.4 diperoleh nilai t hitung = 0,557 < t tabel = 1,999, dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,559 > 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terhadap Nilai Perusahaan (Y). Pada tabel 4.8 diperoleh nilai t hitung = 3,483 > t tabel = 1,999, serta niai signifikan 0.001 > 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel *Leverage* dengan menggunakan Debt to Equity Ratio (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y). Pada tabel 4.8 nilai t hitung

= 0,989 < t tabel = = 1,999, serta niai signifikan 0.325 > 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan dengan menggunakan Ln Total Asset (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y).

4.5. Uji Koefesien Determinasi

Berdasarkan data nilai R *square* sebesar 0,195, hal ini menjelaskan bahwa uji koefisien determinasi R2 menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) memberikan 17,2 % informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan (Y) dan mempunyai hubungan yang kurang kuat, sedangkan 82,3 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini.

Tabel 5. Uji Koefisien determinasi

Model summary[b]					
Model	R	R square	Adjusted R square	std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,415[a]	,172	,143	21,12923	1,627
a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUsAHAAN, *LEVERAGE*, PROFITABILITAs					
b. Dependent Variable: NILAI PERUsAHAAN					

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.5 nilai R square sebesar 0,195, hal ini menjelaskan bahwa uji koefisien determinasi R2 menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) memberikan 17,2 % informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan (Y) dan mempunyai hubungan yang kurang kuat, sedangkan 82,3 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini.

5. PEMBAHASAN

5.1. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai F hitung sebesar 5,957 sedangkan F tabel (dengan tingkat kepercayaan α sebesar 0,05 derajat bebas regresi sebesar 3 dan derajat residualnya 90) adalah sebesar 2,71, karena F hitung lebih besar dari F tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima, dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu Nilai Perusahaan (Y).

Nilai R *square* sebesar 0,195, hal ini menjelaskan bahwa uji koefisien determinasi R2 menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Profitabilitas (X1), *Leverage* (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) memberikan 17,2 % informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan (Y) dan mempunyai hubungan yang kurang kuat, sedangkan 82,3 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Akbar & Irham, (2020), Luthfiana, (2018) dan Thaib & Dewantoro, (2017). Muharramah & Zulman Hakim, (2021) bahwa profitabilitas, *Leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas, atau kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, secara umum dianggap sebagai faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Namun, ada beberapa alasan mengapa profitabilitas mungkin tidak selalu berpengaruh secara langsung atau signifikan terhadap nilai perusahaan. Investor sering kali lebih fokus pada prospek pertumbuhan masa depan daripada kinerja keuangan saat ini. sebuah perusahaan yang tidak terlalu menguntungkan saat ini tetapi memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi di masa depan bisa dinilai lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang sangat menguntungkan tetapi dengan prospek pertumbuhan yang terbatas.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh kualitas manajemen dan strategi yang diterapkan. Jika manajemen dianggap tidak kompeten atau strategi perusahaan tidak sesuai dengan kondisi pasar, maka nilai perusahaan bisa lebih rendah meskipun perusahaan tersebut saat ini sangat menguntungkan.Tingkat risiko yang dihadapi oleh perusahaan juga mempengaruhi penilaian. sebuah perusahaan yang sangat menguntungkan tetapi

beroperasi dalam industri yang sangat volatile dan berisiko tinggi mungkin dinilai lebih rendah dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas yang lebih rendah tetapi beroperasi dalam industri yang stabil dan kurang berisiko.Cara perusahaan menggunakan keuntungannya juga penting. Jika keuntungan diinvestasikan kembali dengan bijaksana untuk pertumbuhan masa depan, ini bisa meningkatkan nilai perusahaan. Namun, jika keuntungan digunakan untuk membayar dividen tinggi sementara prospek pertumbuhan masa depan rendah, ini bisa mengurangi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Febrianti (2021), Dimana variable profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Ary (2023), Munawaroh dan Maswar (2024), dan Hermuningsih (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

5.3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel *Leverage* berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. *Leverage* ialah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh utang. semakin besar rasio *Leverage* menunjukkan bahwa kebutuhan utang untuk modal semakin besar dan juga meningkatkan risiko keuangan perusahaan. *Leverage* adalah ukuran sejauh mana perusahaan membiayai asetnya dengan utang dibandingkan dengan modal sendiri. Jika hutang perusahaan lebih besar dari total asetnya, perusahaan dianggap tidak likuid. Apabila semakin tinggi *Leverage* menunjukkan dana yang disediakan kreditur juga semakin besar. Invesrtor dapat mewaspadai dalam menginvestasikan dananya ke perusahaan yang *Leverage*nya tinggi sehingga memiliki resiko investasinya juga tinggi. Dalam penelitiannya sari & Wahidahwati (2021), Hendayana & Riyanti (2019) mengatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai *Leverage* pernah dilakukan Febrianti (2012), Fosu (2016), dan Cheng (2011) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, pendapat Modigliani dan Miller yang menyatakan bahwa bila ada pajak penghasilan perusahaan, maka penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan berlaku. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian Novari dan Putu (2016) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Artinya, perusahaan dalam mendanai aktivanya cenderung menggunakan modal sendiri (internal financing) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang. Kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktivanya yang diperoleh dari modal sendiri membuat perusahaan mengurangi proporsi hutangnya. Penggunaan hutang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima atas penggunaan hutang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan, sehingga proporsi hutang yang rendah dapat meningkatkan nilai perusahaan dan sebaliknya peningkatan hutang dapat menurunkan nilai perusahaan.

5.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan kekayaan perusahaan. Peningkatan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi keputusan keuangan investor sehingga dapat mengoptimalkan nilai perusahaan.. Ukuran perusahaan dapat melihat perusahaan mengalami perkambangan yang baik sehingga nilai perusahaan dapat meningkat. Pertumbuhan nilai perusahaan ditunjukkan dengan volume neraca yang meningkat dibandingkan hutang perusahaan.
Perusahaan besar tidak selalu lebih efisien daripada perusahaan kecil. sebuah perusahaan besar dengan struktur biaya yang tinggi dan birokrasi yang kompleks bisa kurang efisien dibandingkan perusahaan kecil yang lebih lincah dan responsif terhadap perubahan pasar. Efisiensi operasional yang lebih tinggi dapat meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan, terlepas dari ukurannya.

Perusahaan kecil sering kali lebih inovatif dan mampu tumbuh lebih cepat dibandingkan perusahaan besar yang mungkin menghadapi tantangan dalam mengadaptasi perubahan. Potensi pertumbuhan dan inovasi yang tinggi dapat membuat perusahaan kecil memiliki nilai yang tinggi meskipun ukurannya relatif kecil.
Cara perusahaan menggunakan modalnya juga penting. Perusahaan besar dengan banyak aset mungkin dinilai rendah jika aset tersebut tidak digunakan secara produktif. sebaliknya, perusahaan kecil yang mampu memanfaatkan modalnya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan tinggi bisa memiliki nilai yang lebih tinggi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh suwardika & Mustanda (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016), santoso (2018), dan Akbar & Irham (2020) mengatakan bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

6. SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.
3. *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.
4. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.

6.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan tersebut, maka peneliti memberikan saran bagi pihak-pihak baik internal, maupun ekternal perusahaan serta peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Pihak internal perusahaan diharapkan dapat merancang kebijakan yang terkait dengan temuan penelitian ini mengenai Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan
2. Pihak eksternal seperti investor, pemerintah, pemasok, pelanggan, dll diharapkan dapat teredukasi dengan hasil penelitian ini sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat ke depannya.
3. Penelitian ini hanya terbatas menggunakan beberapa variabel untuk memprediksi Nilai Perusahaan yaitu Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan. Diharapkan penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain yang dapat memprediksi Nilai Perusahaan.
4. Penelitian ini hanya terbatas pada sampel yang kecil yaitu sebesar 90 sampel. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk menambah jumlah sampel agar hasil penelitian lebih representatif.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, A. (2020). Pengaruh Pengungkapan *Islamic social Reporting, Profitabilitas*, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Bursa Efek Indonesia 2016-2019. *Indonesian Interdisciplinary Journal of sharia Economics* (IIJsE), 3(1), 69– 84.

Aini, N. (2020). Pengaruh Profitabilitas Dan Kecukupan Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Islamic social Reporting* (Isr) sebagai Variabel Moderasi (studi Pada Unit Usaha syariah Indonesia Tahun 2016-2020).

Akbar, F., & Irham, F. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, 5(1), 62–81.

Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. luh putu, & Novitasari, N. L. G. (2022). Pengaruh profitabilitas, *Leverage* , likuiditas, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Jurnal Kharisma, 4(2).

Arif, F. A., & Wawo, A. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Likuiditas terhadap Pengungkapan Corporate social Responsibility dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. AssETs: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 6(2), 177–195.

Asari, L. D., setiyowati, s. W., & Yogivaria, D. W. (2021). Moderasi *Islamic social Reporting* pada Ukuran Perusahaan, Kecukupan Modal, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Iqtishoduna, 17(2). https://doi.org/10.18860/iq.v17i2.11615

Brigham Eugene & Joel F. Houston. (2010). Dasar Dasar Manajemen Keuangan (Edisi 11 Buku 1). Jakarta: salemba Empat

Christine, D., Yadiati, W., Afiah, N. N., & Fitrijanti, T. (2019). *The relationship of environmental management accounting, environmental strategy and managerial commitment with environmental performance and economic performance. International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(5), 458–464. https://doi.org/10.32479/ijeep.8284

Chumaidah, & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr sebagai Variabel Pemoderasi. Jrunal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 7(3).

Ghozali, I. (2017) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program sPss*. semarang: Universitas Diponegoro.

Hendayana, Y., & Riyanti, N. (2019). Pengaruh Inflasi, suku Bunga, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2(1), 36–48. https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.795

Iqramuddin, saputra, M., & Djalil, M. A. (2020). *The Effect of Liquidity , Financial Leverage , Profitability and Company Ukuran Perusahaan on Islamic social Reporting (IsR) Disclosure and Its Impact on Company Value in sharia Commercial Banks in Indonesia. East African scholars Journal of Economics, Business and Management*, 3(6). https://doi.org/10.36349/EAsJEBM.2020.v03i06.005

Jensen, C., & Meckling, H. (1976). *Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership structure. Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.

Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Nur, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. Jurnal Manajemen Bisnis, 22(1), 58–76.

Nurhayati, I., & Kartika, A. (2020). Pengaruh struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2018. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(2), 133–144.

Rahmasari, D. R., suryani, E., & Oktaryani, s. (2019). Pengaruh *Leverage* Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening. Jurnal sosial Ekonomi Dan Humaniora, 5(1), 66–83. https://doi.org/10.29303/jseh.v5i1.34

sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

sunyoto, D. (2016) *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Rafika Aditama.