

SKRIPSI

PENGARUH *PROFITABILITY, LIQUIDITY, LEVERAGE, FIRM SIZE* DAN *SALES GROWTH* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BEI SELAMA PERIODE 2019-2021



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : ANDI CHANDRA

NIM : 125190273

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2023

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ANDI CHANDRA
NIM : 125190273
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran
Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai
Perusahaan

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 06-Juli-2023

Pembimbing:
MERRY SUSANTI, S.E, M.Si, AK, CA.
NIK/NIP: 10199017



UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ANDI CHANDRA
NIM : 125190273
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan
Title : The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage, Firm Size And Sales Growth On Firm Value

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara pada tanggal 18-Juli-2023.

Tim Penguji:

1. HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)
2. MERRY SUSANTI, S.E, M.Si, AK, CA.
3. VIDYARTO NUGROHO, S.E., M.M., Ak., CA.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:
MERRY SUSANTI, S.E, M.Si, AK, CA.
NIK/NIP: 10199017



Jakarta, 18-Juli-2023

Ketua Program Studi



HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

**PENGARUH *PROFITABILITY, LIQUIDITY, LEVERAGE, FIRM SIZE*
DAN *SALES GROWTH* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA
PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG
TERDAFTAR DI BEI SELAMA PERIODE 2019-2021**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ditujukan untuk meneliti pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2019-2021. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder dalam bentuk kuantitatif. Sampel penelitian yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebanyak 24 perusahaan. Uji yang digunakan untuk menguji data ialah uji asumsi klasik melalui program *IBM SPSS Statistics 25*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

The research objectives was aimed at examining the effect of profitability, liquidity, leverage, firm size, and sales growth on firm value in the consumer non-cyclicals sector listed on the IDX for the 2019-2021 period. The data used in this study was secondary data in quantitative form. The research sample contained in this research was 24 companies. The test used to test the data was the classic assumption test through the IBM SPSS statistic 25. The results of this study indicated that profitability had a positive and significant effect on firm value, liquidity had no effect and positive on firm value, leverage had no effect and positive on firm value, firm size had a negative and significant effect on firm value and sales growth had no effect and negative on firm value.

Keywords: Profitability, Liquidity, Leverage, Firm Size, Sales Growth, Firm Value.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan dari skripsi ini ditujukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis menghadapi beberapa hambatan. Namun, berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memotivasi dan membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Ibu Merry Susanti S.E., M.Si., AK., CA. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menuntun, mengarahkan, dan memberikan masukan sehingga skripsi yang disusun ini selesai dengan baik.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CPMA., CA., CPA (Aust.), selaku Ketua Program Studi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang sudah memberikan penulis kesempatan untuk menyusun skripsi ini.
4. Ibu Elsa Imelda, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Sekretaris Program Studi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
5. Segenap Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah berjuang dalam memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang luas selama masa perkuliahan ini.
6. Orangtua yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, semangat moral, dan menuntun penulis dari kecil hingga dewasa ini sehingga mampu

menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara sampai dengan titik ini.

7. Terima kasih untuk teman seperjuangan yaitu Morris Anderson, Nathanael, Nicky, Guswita, Ivanka Deviyanti yang telah membantu, memberikan dukungan dan informasi selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat penulis yaitu Fransiska, Oktavianus Leonardi, Rio Irwanto, Jeremy Cahyadi, Hizkia, Chresya yang telah membantu, menyemangati, memberi motivasi dan dukungan dari awal kuliah hingga proses penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam penyajian materi maupun metode penyusunan skripsi. Oleh karena itu, masukan dan kritik yang membangun akan diterima penulis dengan senang hati. Akhir kata, penulis berharap agar penelitian yang disampaikan pada skripsi ini dapat digunakan bagi para pembaca hasil penelitian ini.

Jakarta, 28 April 2023



Andi Chandra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Batasan Masalah.....	8
4. Rumusan Masalah	8
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Gambaran Umum Teori	10
1. <i>Signalling Theory</i>	10
2. <i>Agency Theory</i>	12
B. Definisi Konseptual Variabel.....	14
1. <i>Firm Value</i>	14
2. <i>Profitability</i>	14
3. <i>Liquidity</i>	15
4. <i>Leverage</i>	15
5. <i>Firm Size</i>	16
6. <i>Sales Growth</i>	16
C. Kaitan Antar Variabel	17
1. Pengaruh <i>Profitability</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	17
2. Pengaruh <i>Liquidity</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	18
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	20
4. Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	22

5. Pengaruh <i>Sales Growth</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	24
D. Penelitian Terdahulu	25
E. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	31
1. Pengaruh <i>Profitability</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	31
2. Pengaruh <i>Liquidity</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	32
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	32
4. Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	32
5. Pengaruh <i>Sales Growth</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Desain Penelitian	34
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	35
C. Operasionalisasi Variabel	36
1. Variabel Dependen.....	36
2. Variabel Independen	36
D. Analisis Data.....	38
1. Uji Statistik Deskriptif	38
2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	39
3. Uji Koefisien Determinasi Berganda (Adjusted R-squared).....	40
4. Uji Simultan (Uji F)	40
5. Uji Parsial (Uji t).....	41
E. Asumsi Analisis Data.....	41
1. Uji Asumsi Klasik	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Subyek Penelitian	44
B. Deskripsi Obyek Penelitian.....	47
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	52
D. Hasil Analisis Data	58
E. Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Keterbatasan Penelitian.....	79
C. Saran	79
DAFTAR BACAAN.....	81
LAMPIRAN	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	101
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	102
HASIL TURNITIN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Ringkasan Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 4.1 Kriteria Pengambilan Sampel	45
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	48
Tabel 4.3 Uji Normalitas (Sebelum Outlier)	52
Tabel 4.4 Uji Normalitas (Setelah Outlier).....	53
Tabel 4.5 Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas (Uji Glesjer)	55
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas (Uji Spearman's Rho).....	56
Tabel 4.8 Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji F)	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4.13 Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	33
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Lampiran Data Kode dan Nama Perusahaan Tahun 2019-2021	87
Lampiran 2.Lampiran Hasil Pengolahan Data.....	88
Lampiran 3.Lampiran Hasil Uji Deskriptif.....	90
Lampiran 4.Lampiran Hasil Uji Normalitas (Sebelum Outlier)	91
Lampiran 5.Lampiran Hasil Uji Normalitas (Setelah Outlier)	92
Lampiran 6.Lampiran Hasil Uji Multikolinearitas	93
Lampiran 7.Lampiran Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	94
Lampiran 8.Lampiran Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Spearman's Rho).....	95
Lampiran 9.Lampiran Hasil Uji Autokorelasi	96
Lampiran 10.Lampiran Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	97
Lampiran 11.Lampiran Hasil Uji Determinasi	98
Lampiran 12.Lampiran Hasil Uji Simultan (Uji F)	99
Lampiran 13.Lampiran Hasil Uji Parsial (Uji t)	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan dunia usaha membuat perusahaan terus berupaya untuk mengembangkan bisnis, mempertahankan kelangsungan usaha dan meningkatkan daya saingnya. Setiap perusahaan menjalankan kegiatan operasionalnya untuk mendapatkan laba yang maksimal dan perlu memiliki manajemen yang memadai demi berhasil mewujudkannya. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa untuk mencapai kesuksesan, perusahaan juga harus meningkatkan kualitas perusahaan. Tidak hanya itu, meningkatkan kesejahteraan pemilik serta para pemangku kepentingan juga merupakan salah satu tujuan yang harus dipenuhi. Hal ini disebabkan karena tingkat kesejahteraan dari sebuah perusahaan akan mempengaruhi *firm value* dan kedua hal ini akan berkaitan dengan tingkat kinerja perusahaan tersebut. *Firm value* penting bagi pemilik bisnis karena tingkat keberhasilan perusahaan akan mempengaruhi persepsi para pihak yang berinvestasi pada lembaga usaha yang dapat diukur dengan harga sahamnya (Febriyanti & Sulistyowati, 2021).

Nilai perusahaan diartikan sebagai kinerja perusahaan yang tercermin dari harga saham yang menunjukkan penilaian publik terhadap kinerja perusahaan tersebut (Iskandar, 2021). Dalam memperluas perusahaan tentunya perusahaan butuh dana yang cukup besar yang berasal dari investor atau para pemegang saham (Dwiputra & Viriany, 2020). Oleh karena itu, nilai perusahaan sangat penting karena tingginya nilai perusahaan berdampak bagi kesejahteraan pemegang saham atau investor. Para investor melihat nilai perusahaan sebagai dasar pertimbangan untuk menanamkan modal mereka pada suatu perusahaan (Maurien & Ardana, 2019). Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan baik atau buruk suatu perusahaan dalam segi operasionalnya (Marisha & Agustin, 2022). Nilai perusahaan yang tinggi tentu

adalah hal yang sangat diinginkan oleh pemiliknya, karena tingginya nilai perusahaan mencerminkan tingginya keuntungan pemegang saham sehingga banyak yang ingin melakukan investasi terhadap perusahaan yang memiliki nilai yang baik (Surjadi, 2019). Dengan diperolehnya laba yang maksimal maka nilai perusahaan akan meningkat. Nilai perusahaan mempengaruhi minat para calon pembeli yang ada di pasar modal, apabila nilai perusahaan tinggi, maka jumlah pembeli juga akan semakin tinggi karena ingin melakukan investasi di perusahaan tersebut. *Firm value* mengacu pada persepsi investor terhadap suatu perusahaan, yang sering dikaitkan dengan nilai saham perusahaan (Dolontelide & Wangkar, 2019). Ketika suatu perusahaan menerbitkan saham kepada publik, maka *firm value* dimaknai sebagai persepsi investor terhadap perusahaan tersebut (Suwardika & Mustanda, 2017).

Nilai sebuah perusahaan dianggap penting bagi pemilik perusahaan karena merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham (Adnyani & Suaryana, 2020). Harga saham sering dikaitkan dengan *firm value* sehingga investor dapat menggunakan *firm value* untuk meramal kinerja perusahaan di masa depan (Witardjo & Viriany, 2021). Nilai perusahaan dapat diukur dari harga saham yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang (Irawan & Kusuma, 2019). Nilai perusahaan dapat meningkat ketika harga saham juga meningkat yang ditandai dengan tingginya tingkat pengembalian kepada investor (Dwiputra & Viriany, 2020). *Firm value* yang tinggi juga meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan melalui kemampuan perusahaan dalam memenuhi keinginan pemilik saham dan tergambarkan oleh harga saham di pasar modal (Surjadi, 2019). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran dari pemegang saham sehingga harga saham yang tinggi membuat ketertarikan investor akan semakin besar.

Memaksimumkan nilai perusahaan merupakan hal yang penting karena dengan nilai perusahaan yang baik mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Anugerah & Suryanawa, 2019). Pemegang saham yang semakin sejahtera akan mengundang lebih banyak pemegang saham

lainnya untuk berinvestasi. Meningkatnya investor yang menanamkan modal akan meningkatkan harga saham serta nilai perusahaan (Hidayat, 2019). Akan tetapi, dalam praktik pelaksanaannya perusahaan tidak selalu mendapatkan hasil positif yang artinya *firm value* bisa saja turun atau naik. Oleh sebab itu, perusahaan sering kali diharuskan memiliki strategi yang baik untuk bertahan dalam persaingan bisnis dan menjaga nilai perusahaannya. Jika pemegang saham mendelegasikan pengelolaan perusahaan kepada pihak yang berkompeten dan ahli di bidangnya, seperti manajer dan komisaris, mereka dapat memaksimalkan nilai perusahaan (Dewi & Sujana, 2019).

Laporan keuangan dan laporan tahunan dapat dipergunakan oleh investor untuk mengukur *firm value*. Analisis rasio keuangan akan mengungkapkan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Hasil rasio keuangan yang baik menggambarkan kinerja perusahaan yang baik juga. Oleh karena itu, kinerja perusahaan yang baik akan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modal yang nantinya akan memberi dampak positif pada *firm value*. Proksi yang digunakan dalam pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini adalah menggunakan proksi *price to book value* (PBV) yang merupakan penentuan nilai wajar suatu saham dengan memperhitungkan harga saham terakhir yang tertera pada nilai buku laporan keuangan tahunan suatu perusahaan. *Price to book value* (PBV) merupakan salah satu rasio keuangan yang sering dipergunakan sebagai proksi untuk mengukur nilai dari sebuah perusahaan (Meivinia, 2018). *Price to book value* (PBV) digunakan dalam menentukan harga saham terhadap nilai buku saham, menghitung besar pasar dan melakukan perbandingan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham yang beredar (Marisha & Agustin, 2022). Hal ini terjadi sebab menurut para investor, keberadaan PBV sangat penting dalam menentukan strategi investasi yang akurat di pasar modal. Jika nilai PBV menunjukkan angka yang semakin tinggi, maka para pemegang saham akan merasakan tingkat kemakmuran yang semakin besar pula, akibatnya salah satu tujuan perusahaan dapat dianggap telah tercapai (Suwardika & Mustanda, 2017).

Firm Value dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *profitability*. Menurut Surjadi (2019) *profitability* dapat dilihat dari potensi suatu perusahaan untuk memperoleh laba bersih, total aset dan juga modal saham. Bagaskara, Titisari dan Dewi (2021) menyatakan bahwa *profitability* menunjukkan besarnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan menaksir seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan harta dan efisiensi dalam operasional perusahaan yang dapat menarik investor atau pemegang saham baru. Suwardika dan Mustanda (2017) menyatakan bahwa hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka return yang diharapkan investor semakin besar.

Faktor kedua yang mempengaruhi *firm value* adalah *liquidity*. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi dan melunasi kewajiban jangka pendeknya disebut sebagai *liquidity* (Dwiputra & Viriany, 2020). Suatu perusahaan dikatakan likuid apabila suatu perusahaan memiliki arus kas lancar yang melebihi kewajiban lancarnya, hal ini menandakan bahwa aktiva lancar yang dimiliki perusahaan mampu untuk memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan (Saputri & Giovanni, 2021). Kondisi perusahaan yang dapat memenuhi kewajiban jangka pendek mencerminkan kondisi perusahaan yang baik sehingga akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan (Maurien & Ardana, 2019).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *firm value* adalah *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* adalah penggunaan hutang bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan (Dwiputra & Viriany, 2020). Semakin tinggi tingkat *leverage* menunjukkan bahwa sumber pendanaan perusahaan dari hutang semakin besar (Bon & Hartoko, 2022). Menurut Veronica, Aprilyanti dan Jenni (2022) *leverage* yang rendah menunjukkan perusahaan tidak menggunakan banyak hutang dalam operasional perusahaan. Investor akan berminat pada perusahaan dengan hutang yang rendah karena perusahaan dianggap tidak sehat

apabila penggunaan hutang terlalu banyak karena dapat menurunkan laba yang mengakibatkan *firm value* menurun (Dwiputra & Viriany, 2020).

Faktor keempat yang mempengaruhi *firm value* adalah *firm size*. *Firm Size* mengacu pada ukuran besar kecilnya perusahaan yang dapat mempengaruhi penilaian investor untuk melakukan investasi (Maurien & Ardana, 2019). *Firm size* merupakan indikator yang menandakan kekuatan finansial perusahaan, apabila perusahaan mudah memperoleh dana operasional menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki *firm size* yang besar yang ditunjukkan dengan jumlah total aset yang dimiliki perusahaan. Nilai *firm size* yang besar menunjukkan bahwa bisnis tersebut berkembang dengan sukses, hal ini yang akan berpengaruh pada investasi dana oleh investor. Perusahaan yang stabil dan dapat memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya dengan optimal akan meningkatkan harga saham perusahaan yang juga akan meningkatkan nilai perusahaan (Kristianti & Jonnardi, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi *firm value* adalah *sales growth*. *Sales growth* merupakan tingkat kesuksesan investasi yang berfungsi untuk memprediksi pertumbuhan pada periode kedepannya (Hidayat, 2019). *Sales growth* mencerminkan kemampuan daya saing perusahaan yang digunakan sebagai indikator pertimbangan investasi. Pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran dividen cenderung meningkat yang dapat menarik banyak investor untuk menanamkan modalnya (Hidayat, 2019). Dengan banyaknya investor yang menanamkan modal maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penelitian ini dibuat dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“PENGARUH *PROFITABILITY*, *LIQUIDITY*, *LEVERAGE*, *FIRM SIZE* DAN *SALES GROWTH* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BEI SELAMA PERIODE 2019-2021”**.

2. Identifikasi Masalah

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Faktor yang pertama yaitu *profitability*. Penelitian yang dilakukan oleh Adnyani dan

Suaryana (2020), Kristianti dan Jonnardi (2022), Husna dan Satria (2019), Firdaus dan Rohdiyarti (2021), Marisha dan Agustin (2022), Yuliani dan Jonnardi (2021), Yanti dan Darmayanti (2019), Sasongko (2019) serta Ayuningrum, Paningrum dan Kusumastuti (2021) menyatakan bahwa *profitability* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*, sementara penelitian Parlindungan dan Susanti (2021), Stevanio dan Ekadjaja (2021), serta Witardjo dan Viriany (2021) menyatakan bahwa *profitability* memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*. Kemudian, penelitian Oktrima (2017) serta Wahyudi (2020) menyatakan bahwa *profitability* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Surjadi (2019), Anggraini dan MY (2019), Veronica dan Viriany (2020) serta Iskandar (2021) yang mendapatkan hasil bahwa *profitability* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*.

Faktor kedua yaitu *liquidity*. Penelitian yang dilakukan Dewi dan Sujana (2019) serta Yanti dan Darmayanti (2019) menyatakan bahwa *liquidity* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*, sedangkan penelitian menurut Kristianti dan Jonnardi (2022), Yuliani dan Jonnardi (2021) serta Veronica *et al.* (2022) mendapatkan hasil bahwa *liquidity* memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*. Selanjutnya, berdasarkan penelitian Husna dan Satria (2019), Dwiputra dan Viriany (2020) serta Parlindungan dan Susanti (2021) didapatkan hasil bahwa *liquidity* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*, beda halnya dengan penelitian Dewi dan Rahyuda (2020), Oktrima (2017), Veronica dan Viriany (2020), serta Witardjo dan Viriany (2021) yang mendapatkan hasil bahwa *liquidity* tidak berpengaruh negatif terhadap *firm value*.

Faktor yang ketiga yaitu *leverage*. Penelitian yang dilakukan oleh Kristianti dan Jonnardi (2022), Surjadi (2019), Dwiputra dan Viriany (2020), Yanti dan Darmayanti (2019), Veronica dan Viriany (2020), Wahyudi (2020) serta Sasongko (2019) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif terhadap *firm value*, sedangkan penelitian Anugerah dan Suryanawa (2019), Marisha dan Agustin (2022), Kolamban, Murni dan Baramuli (2020), serta Anggraini dan MY (2019) menyatakan

bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan Parlindungan dan Susanti (2021), Yuliani dan Jonnardi (2021) serta Witardjo dan Viriany (2021) yang menyatakan *leverage* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*. Kemudian ada pula penelitian Firdaus dan Rohdiyarti (2021) serta Oktrima (2017) yang mendapatkan hasil bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*.

Faktor yang berikutnya yaitu *firm size*. Penelitian yang dilakukan oleh Adnyani dan Suaryana (2020), Dolontelide dan Wangkar (2019) serta Marisha dan Agustin (2022) menyatakan bahwa *firm size* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Kristianti dan Jonnardi (2022), Stevanio dan Ekadjaja (2021), Yuliani dan Jonnardi (2021) serta Anggraini dan MY (2019) mendapatkan hasil bahwa *firm size* memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*. Penelitian yang dilakukan oleh Kolamban *et al.* (2020) serta Ayuningrum *et al.* (2021) menyatakan bahwa *firm size* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*, sedangkan penelitian Dwiputra dan Viriany (2020), Veronica dan Viriany (2020), serta Febriyanti dan Sulistyowati (2021) mendapatkan hasil *firm size* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*.

Faktor yang berikutnya yaitu *sales growth*. Penelitian menurut Adnyani dan Suaryana (2020), Dolontelide dan Wangkar (2019), serta Dewi dan Sujana (2019) menyatakan *sales growth* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Veronica *et al.* (2022) dan Ayuningrum *et al.* (2021) mendapatkan hasil bahwa *sales growth* memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2020) serta Iskandar (2021) menyatakan bahwa *sales growth* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus dan Rohdiyarti (2021), Marisha dan Agustin (2022) serta Febriyanti dan Sulistyowati (2021) menyatakan bahwa *sales growth* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *firm value*.

Berdasarkan pembahasan yang diuraikan dari penelitian-penelitian yang dilakukan terdahulu, terdapat ketidakkonsistenan penelitian yang satu dengan yang

lain. Oleh karena itu, akan dilakukan penelitian kembali mengenai pengaruh *profitability, liquidity, leverage, firm size, dan sales growth* terhadap *firm value*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Adnyani dan Suaryana (2020) yang melakukan penelitian mengenai *Effect of company size, sales growth, and profitability on firm value* pada perusahaan manufaktur di berbagai industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2016-2018. Penelitian Adnyani dan Suaryana (2020) ini menggunakan tiga variabel independen, yaitu *company size, sales growth, dan profitability* dengan metode penelitian selama tiga tahun.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Adnyani dan Suaryana (2020) yaitu terdapat variabel independen tambahan *liquidity dan leverage* dari penelitian yang dilakukan oleh Kristianti dan Jonnardi (2022). Perbedaan juga terletak pada subjek dan periode penelitian, dimana subjek dari penelitian tersebut adalah perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019.

3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pada penelitian ini akan dibatasi mengingat luas kajian yang terdapat di dalamnya. Penelitian akan dilakukan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar selama 2019-2021 di Bursa Efek Indonesia. Pemberlakuan batasan analisis juga akan dilakukan dengan hanya meneliti pengaruh profitabilitas (*Profitability*), likuiditas (*Liquidity*), *leverage*, ukuran perusahaan (*Firm Size*), dan pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) terhadap nilai perusahaan (*Firm Value*). Data yang diteliti merupakan data yang bersifat kuantitatif dan berupa laporan keuangan serta laporan tahunan yang berasal dari Bursa Efek Indonesia.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *profitability* memiliki pengaruh terhadap *firm value*?
- b. Apakah *liquidity* memiliki pengaruh terhadap *firm value*?
- c. Apakah *leverage* memiliki pengaruh terhadap *firm value*?

- d. Apakah *firm size* memiliki pengaruh terhadap *firm value*?
- e. Apakah *sales growth* memiliki pengaruh terhadap *firm value*?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh positif *profitability* terhadap *firm value*.
- b. Untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh positif *liquidity* terhadap *firm value*.
- c. Untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh negatif *leverage* terhadap *firm value*.
- d. Untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh positif *firm size* terhadap *firm value*.
- e. Untuk mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh positif *sales growth* terhadap *firm value*.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu. Bagi pengembangan ilmu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, referensi, dan informasi mengenai *firm value* dan faktor-faktor yang memengaruhi yang terdiri dari *profitability*, *liquidity*, *leverage*, *firm size*, dan *sales growth*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lain sebagai sumber referensi dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang. Selanjutnya bagi para calon investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan kepada investor untuk menganalisis kondisi dari perusahaan yang sedang dipertimbangkannya sehingga nantinya keputusan investasi dapat diambil secara lebih tepat setelah mendapatkan kajian lebih dalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi *firm value*.

DAFTAR BACAAN

- Adnyani, G. N. S., & Suaryana, G. N. A. (2020). The Effect of Company Sizes, Sales Growth, and Profitability on Firm Values. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(6), 265–271.
- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(4), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3033>
- Ahmaddien, I., & Susanto, B. (2020). *Eviews 9: Analisa Regresi Data Panel*. In Gorontalo: Ideas Publishing (pp. 1–86).
- Anggraini, D., & MY, A. S. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Management & Accounting Expose*, 2(1), 1–9. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Anugerah, K. H. G., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(3), 2324–2352. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i03.p24>
- Ayuningrum, I. A., Paningrum, D., & Kusumastuti, A. D. (2021). Pengaruh Debt to Assets Ratio, Firm Size, Return on Assets dan Sales Growth terhadap Price to Book Value (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, X(1), 17–28.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Bon, S. F., & Hartoko, S. (2022). The Effect of Dividend Policy, Investment Decision, Leverage, Profitability, and Firm Size on Firm Value. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 7–13. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1405>
- Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(1), 1–18.

- Dewi, I. A. P., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(1), 85–110. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i01.p04>
- Dewi, K. Y., & Rahyuda, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1252–1272. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i04.p02>
- Dewi, L. S., & Abudanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(10), 6099–6118. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i10.p12%0A%0A>
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 118–126.
- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3039–3048.
- Dwiputra, T., & Viriany. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2, 982–990.
- Febriyanti, A., & Sulistyowati, E. (2021). Pengaruh Firm Size, Sales Growth, dan Return On Equity Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Maneksi*, 10(1), 103–111.
- Firdaus, I., & Rohdiyarti, M. P. (2021). Pengaruh Harga Saham, Debt To Equity Ratio, Return on Assets, Dan Sales Growth terhadap Price Book Value (Studi Pada Sektor Pertanian Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(1), 35–51. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i1.674>
- Hamid, R. S., Bachri, S., Salju, & Ikbal, M. (2020). *PANDUAN PRAKTIS EKONOMETRIKA: Konsep Dasar dan Penerapan Menggunakan EViews 10*. Banten: CV. AA. RIZKY.
- Herlista, R., Prasetyo, B. H., & Alipudin, A. (2021). The Effect of Sales Growth and Profitability on Company Value in Plastic and Packaging Sub-Sector Companies

Registered in Indonesia Stock Exchange 2014-2019 Period. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 6(4), 1–16.

Hidayat, M. (2019). Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2014-2016. *MEASUREMENT: Journal of the Accounting Study Program*, 12(2), 206–215.

Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50–54. <https://doi.org/10.32479/ijefi.8595>

Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81. <https://doi.org/10.47232/aktual.v17i1.34>

Iskandar, D. (2021). Effect of Profitability and Liquidity on Company Value Moderated by Leverage. *International Journal Of Management Studies and Social Science Research*, 3(5), 32–41. <https://doi.org/10.26618/profitability.v5i2.5906>

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. <https://doi.org/10.4159/9780674274051-006>

Jufrizen, & Fatin, I. N. Al. (2020). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Return On Equity, Return On Assets Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(1), 183–195.

Khuzaini, Artiningsih, D. W., & Paulina, L. (2017). Influence of Profitability, Investment Opportunity Set (Ios) Leverage and Dividend Policy on Firm Value in The L Service in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 235–245. <https://doi.org/10.26737/jtmb.v3i2.346>

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), 174–183.

Kristianti, L. E., & Jonnardi. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma*

Akuntansi, IV(2), 550–559.

- Kusumaningrum, D. A., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Earning Per Share (EPS) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *YUME: Journal of Management*, 5(2), 123–137. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.454>
- Lani, & Sufiyati. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Leverage dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(3), 798–807. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.580>
- Marisha, D., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(1), 1–21.
- Maurien, & Ardana, I. C. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Firm Size, Firm Growth, Likuiditas, Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(4), 1013–1021.
- Meivinia, L. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 380–393. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i2.1562>
- Oktrima, B. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Sekuritas*, 1(1), 98–107. <https://doi.org/10.37673/jebi.v2i1.50>
- Parlindungan, N. D., & Susanti, M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, III(1), 426–434. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i3.19977>
- Putranto, P., & Kurniawan, E. (2018). Effect of Managerial Ownership and Profitability in Firm Value. *European Journal of Business and Management*, 10(25), 96–104.
- Rahayu, V. S., Mustikowati, R. I., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 6(1), 1–5.

- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67–82. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280>
- Santoso, S. (2019). *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. In Jakarta: PT Elex Media Komputindo (pp. 1–267). Kelompok Gramedia.
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(1), 90–108.
- Sasongko, B. (2019). The Effect of Debt Equity Ratio , Dividend Payout Ratio , and Profitability on the Firm Value. *The International Journal of Business Management and Technology*, 3(5), 104–109.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Sondakh, R. (2019). The Effect of Dividend Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size on Firm Value in Financial Service Sector Industries Listed in Indonesia Stock Exchange 2015-2018 PERIOD. *Jurnal Accountability*, 8(2), 91–101. <https://doi.org/10.32400/ja.24760.8.2.2019.91-101>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.1055/s-2004-820924>
- Stephanie, & Dermawan, E. S. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(2), 171–179. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i2.4680>
- Stevanio, L., & Ekadjaja, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, III(1), 92–100. <https://doi.org/10.34209/.v18i1.456>
- Surjadi, L. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 331–341. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7656>
- Susanti, N., & Restiana, N. G. (2018). What's the Best Factor to Determining Firm Value? *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 301–309.

<https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1529>

- Suwardika, N. A., & Mustanda, K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, DAN Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Tarmiji. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2017. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 171–186. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i2.4743>
- Veronica, C., Aprilyanti, R., & Jenni. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *ECo-Buss*, 4(3), 635–646.
- Veronica, & Viriany. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, VOL. 2(oktober), 1708–171.
- Veronika, T., & Budiyanto. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1), 1–17.
- Wahyudi, S. M. (2020). Effect of Leverage, Profitability, Sales Growth Toward Company Values. *International Journal Of Management Studies and Social Science Research*, 2(4), 161–169.
- Warouw, C., Nangoy, S., & Saerang, I. S. (2016). Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2), 366–375.
- Witardjo, J. C., & Viriany. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3(2), 542–549. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.784>
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2297–2324. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p15>
- Yuliani, M., & Jonnardi. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma*