

SKRIPSI

**PENGARUH SALES GROWTH, FIRM SIZE, PROFITABILITY DAN
LIQUIDITY TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN
CONSUMER CYCLICALS DAN CONSUMER NON-CYCLICALS**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : Cilvia Cahyani Putri

NPM 125190292

**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 : Cilvia Cahyani Putri
NIM : 125190292
Program Studi : Akuntansi Bisnis
Judul : PENGARUH SALES GROWTH, FIRM SIZE,
PROFITABILITY DAN LIQUIDITY TERHADAP FIRM
VALUE PADA PERUSAHAAN CONSUMER
CYCLICALS DAN CONSUMER NON-CYCLICALS

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 26 Juli 2023

Pembimbing:

Vidyarto Nugroho, S.E., M.M., Ak., CA.

NIK / NIP : 10188042



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : CILVIA CAHYANI PUTRI
NIM : 125190292
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Profitability Dan Liquidity Terhadap Firm Value Pada Perusahaan ConsumerCylicals Dan Consumer Non-Cylicals
Title : The Effect of Sales Growth, Firm Size, Profitability and Liquidity on Firm Value in Consumer Cyclical and Consumer Non-Cyclical Companies

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara pada tanggal 20-Juli-2023.

Tim Penguji:

1. VIRIANY, S.E., Ak., M.M.CA.BKP
2. VIDYARTO NUGROHO, S.E., M.M., Ak., CA.
3. HENRYANTO WIJAYA, S.E., M.M., Ak., CA.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:

Vidyarto Nugroho, S.E., M.M., Ak., CA.

NIK / NIP : 10188042



Jakarta, 20-Juli-2023 Ketua Program Studi



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

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

PENGARUH SALES GROWTH, FIRM SIZE, PROFITABILITY DAN LIQUIDITY TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN CONSUMER CYCLICALS DAN CONSUMER NON-CYCLICALS

ABSTRACT

This article discusses research on the effect of sales growth, firm size, profitability, and liquidity on firm value in the consumer cyclical and non-cyclical sectors listed on the Indonesia Stock Exchange 2020-2022. The method used in this research is a quantitative descriptive approach. Company financial reports on the IDX are used as the primary research data source in the consumer cyclical and consumer non-cyclical categories. Testing using the F test yields information that there is an influence from sales growth, firm size, profitability, and liquidity on firm value/company value. Testing with the test yields information that sales growth positively affects firm value. A significant positive effect is shown by firm size on firm value, while profitability shows a significant positive effect. Meanwhile, the negative effect is not significant, as indicated by liquidity on firm value.

Keywords: *sales growth, firm size, profitability, liquidity, firm value*

Abstrak:

Artikel ini membahas mengenai penelitian tentang pengaruh *sales growth, firm size, profitability, dan liquidity* pada nilai perusahaan/*firm value* di sektor *consumer cyclicals* dan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2020-2022. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah melalui pendekatan deskriptif kuantitatif. Laporan keuangan perusahaan dalam kategori *consumer cyclicals* dan *consumer non-cyclicals* di BEI digunakan sebagai sumber primer data penelitian. Pengujian menggunakan uji F menghasilkan informasi bahwa adanya pengaruh dari *sales growth, firm size, profitability, dan likuiditas* terhadap *firm value*/nilai perusahaan. Pengujian dengan uji t menghasilkan informasi bahwa *sales growth* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*. Pengaruh positif signifikan ditunjukkan oleh *firm size* terhadap *firm value*, sedangkan pengaruh positif signifikan oleh *profitability* terhadap *firm value*. Sedangkan pengaruh negatif tidak signifikan ditunjukkan oleh likuiditas pada nilai perusahaan/*firm value*.

Kata kunci : *sales growth, ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, nilai perusahaan*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karuniaNya-lah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul “ **PENGARUH SALES GROWTH, FIRM SIZE, PROFITABILITY DAN LIQUIDITY TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN CONSUMER CYCLICALS DAN CONSUMER NON-CYCLICALS**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan pendidikan di Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara jurusan Akuntansi

Selama menjalani pendidikan di Universitas Tarumanagara sampai dengan proses akhir penyelesaian Skripsi, berbagai pihak sudah membantu, membina dan membimbing saya. Oleh karena itu, penulis ingi mengucapkan terima kasih kepada:

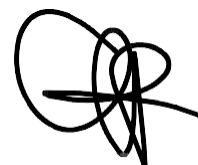
1. Bapak Vidyarto Nugroho, S.E., M.M., Ak., CA. selaku dosen pembimbing yang telah membantu serta membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CPMA., CA., CPA (Aust).,selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Elsa Imelda, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

5. Seluruh dosen di Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis selama mengikuti akademik perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Kedua orang tua penulis dan kakak serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa dan motivasi bagi penulis dari awal perkuliahan sampai selesainya pembuatan laporan skripsi ini.
7. Ralfizar Rayes, seseorang yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, dan selalu memberikan dukungan terhadap saya dalam pembuatan laporan skripsi ini.
8. Marcella, Aurel, Caca, Andin, Kintan, dan Akbar, selaku teman-teman penulis yang selalu membantu serta menghibur penulis dalam penyelesaian skripsi.
9. Chairull, Alike, Cindy, Intan, dan Julian yang telah memeriahkan kehidupan perkuliahan penulis.
10. Dan pihak-pihak yang mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak terkait yang telah membantu penulis demi kelancaran dan penyelesaian skripsi ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat untuk membangun ilmu khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 2 Juli 2023

Peneliti



(Cilvia Cahyani Putri)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
UNIVERSITAS TARUMANAGARA.....	iv
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. <i>Latar Belakang Masalah</i>	1
2. <i>Identifikasi Masalah</i>	4
3. <i>Batasan Masalah</i>	5
4. <i>Rumusan Masalah</i>	5
B. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	5
1. <i>Tujuan Penelitian</i>	5
2. <i>Manfaat Penelitian</i>	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. GAMBARAN UMUM TEORI	7
1. <i>Teori Sinyal (Signalling Theory)</i>	7
2. <i>Teori Keagenan (Agency Teori)</i>	7
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	8
1. <i>Firm Value</i>	8
2. <i>Sales Growth</i>	9
3. <i>Firm Size</i>	10
4. <i>Profitability</i>	10
5. <i>Liquidity</i>	11

C.	KAITAN ANTARA VARIABEL-VARIABEL	11
1.	<i>Hubungan Antara Sales Growth Terhadap Firm Value</i>	11
2.	<i>Hubungan Antara Firm Size Terhadap Firm Value</i>	12
3.	<i>Hubungan Antara Profitability Terhadap Firm Value</i>	13
4.	<i>Hubungan Antara Liquidity Terhadap Firm Value</i>	14
D.	PENELITIAN YANG RELEVAN.....	14
E.	KERANGKA PEMIKIRAN	24
F.	HIPOTESIS	24
1.	<i>Pengaruh Sales Growth Terhadap Firm Value</i>	24
2.	<i>Pengaruh Firm Size Terhadap Firm Value</i>	24
3.	<i>Pengaruh Profitability Terhadap Firm Value</i>	25
4.	<i>Pengaruh Liquidity Terhadap Firm Value</i>	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
A.	DESAIN PENELITIAN	27
B.	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL DAN UKURAN SAMPEL.....	27
C.	OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN	28
1.	<i>Variabel Dependen</i>	28
2.	<i>Variabel Independen</i>	29
D.	ASUMSI ANALISIS DATA.....	31
1.	<i>Statistik Deskriptif</i>	31
2.	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	31
E.	ANALISIS DATA	33
1.	<i>Uji Regresi Linear Berganda</i>	33
2.	<i>Uji Koefisiensi Determinasi (Adjusted R²)</i>	33
3.	<i>Uji F</i>	34
4.	<i>Uji t</i>	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
A.	DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	36
B.	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	43
C.	HASIL UJI ASUMSI ANALISIS DATA.....	44
1.	<i>Uji Statistik Deskriptif</i>	44

2.	<i>Uji Asumsi Klasik</i>	46
D.	HASIL ANALISIS DATA	53
1.	<i>Uji Regresi Linear Berganda</i>	53
2.	<i>Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)</i>	55
3.	<i>Uji F</i>	56
4.	<i>Uji t</i>	58
E.	PEMBAHASAN.....	60
1.	<i>Pengaruh Sales Growth terhadap Firm Value</i>	62
2.	<i>Pengaruh Firm Size terhadap Firm Value</i>	63
3.	<i>Pengaruh Profitability terhadap Firm Value</i>	64
4.	<i>Pengaruh Liquidity terhadap Nilai Perusahaan</i>	65
BAB V PENUTUP		67
A.	KESIMPULAN.....	67
B.	KETERBATASAN DAN SARAN	68
1.	<i>Keterbatasan</i>	68
2.	<i>Saran</i>	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		90
HASIL TURNITIN		91
SURAT PERNYATAAN		92

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Kriteria Pemilihan Sampel	37
Tabel 4. 2 Daftar Sampel Perusahaan (sebelum outlier)	38
Tabel 4. 3 Daftar Sampel Perusahaan (setelah outlier)	41
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas (setelah outlier dan transformasi).....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Berganda.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Adjusted R ²	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	58
Tabel 4. 13 Hasil Rangkuman Pengujian	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model dan Hipotesis Penelitian	24
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Transformasi.....	47
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Variabel (tidak terdistribusi normal)	47
Gambar 4. 3 Hasil Histogram (setelah outlier dan transformasi).....	49
Gambar 4. 4 Hasil Grafik P-P Plot (setelah outlier dan transformasi)	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan	73
Lampiran 2 Data Sebelum Outlier.....	75
Lampiran 3 Data Setelah Outlier.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pada zaman era globalisasi, perusahaan *consumer cyclicals* dan *consumer non-cyclicals* merupakan sektor yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Setiap perusahaan baik skala internasional maupun nasional memiliki tujuan yang sama dalam menjalankan usahanya. Salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan bisnis adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan diharapkan akan terus meningkat di tiap periodenya. Oleh karena itu terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan perusahaan seperti, meningkatkan daya saing dengan cara meningkatkan kualitas produk, mencari segmen pasar yang baru, memilih sumber daya yang berkualitas, mengubah tampilan produk dengan mengikuti tren saat ini dan lain sebagainya.

Perusahaan berupaya memaksimalkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya dan mengelola modal, aset dan hutang secara efektif dan efisien. Ketika sebuah perusahaan berhasil menggunakan sumber dayanya secara efektif dan efisien, perusahaan memiliki kemungkinan keuntungan meningkatkan nilai perusahaan untuk investor. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan sumber daya perusahaan pada akhir tahun berjalan yang tercermin dari harga saham perusahaan bagi investor. Harga saham adalah harga saham suatu perusahaan yang diterbitkan di pasar modal, harga saham merupakan faktor yang cukup bagi investor untuk memutuskan terlebih dahulu oleh investor yang ingin menanamkan modalnya kepada emiten, karna harga lembar saham merupakan paparan kinerja emiten tersebut. Hal ini lantas menjadi ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan dalam

kemampuannya mensejahterakan para pemegang sahamnya.

Firm value atau nilai perusahaan merupakan salah satu persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan terkait jumlah harga per lembar saham yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini memaksimalkan *firm value* sama dengan memaksimalkan nilai sekarang dari arus kas atau arus pendapatan yang diharapkan akan diterima oleh para investor pada masa yang akan datang. *Firm value* menunjukkan seberapa jauh perusahaan menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, semakin tinggi tingkat modal yang diinvestasikan para investor maka semakin berhasil perusahaan menciptakan suatu nilai bagi perusahaan (Edwin Anderson & Thio Lie Sha, 2021). Investor akan menilai suatu perusahaan memiliki *firm value* yang baik adalah dengan melihat perusahaan tersebut memiliki sumber daya yang melimpah. Perusahaan dengan tingkat *firm value* yang tinggi menjadi salah satu perusahaan dengan posisi keuangan dan kinerja perusahaan yang baik.

Terdapat beberapa cara untuk mengukur *firm value* atau nilai perusahaan. Salah satunya dapat diukur menggunakan *Price to book value* (PBV). Rasio tersebut dihitung dengan membandingkan harga saham perlembar saham dengan nilai buku perlembar saham. Proksi PBV menunjukkan seberapa jauh kemampuan suatu perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan yang baik. Dalam hal ini *firm value* (PBV) yang memiliki jumlah yang diatas satu mencerminkan bahwa nilai pasar saham suatu perusahaan lebih besar daripada nilai bukunya. Beberapa faktor antara lain yang dapat memengaruhi *firm value* yaitu *sales growth*, *firm size*, *profitability* dan *liquidity*.

Sales Growth atau pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan penjualan yang terjadi pada suatu perusahaan dimasa yang akan datang. *Sales growth* mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan pada periode masa sebelumnya dan dapat dijadikan sebagai prediksi atau perkiraan pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan dapat diukur dari selisih jumlah penjualan periode berjalan dengan periode

sebelumnya dibagi jumlah penjualan pada periode sebelumnya. Perusahaan dapat mengalami pertumbuhan penjualan karena adanya kinerja perusahaan yang baik. Pertumbuhan penjualan juga dapat memengaruhi nilai perusahaan, semakin besar tingkat penjualan suatu perusahaan maka semakin besar pula nilai suatu perusahaan tersebut.

Firm size atau ukuran perusahaan merupakan skala yang dapat diklasifikasikan menjadi tiga golongan yakni, perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Perusahaan yang mempunyai ukuran lebih besar cenderung lebih stabil dan dapat mempermudah perusahaan dalam memperoleh dana dari berbagai pihak misalnya, kreditur dan investor. Semakin besar ukuran suatu perusahaan dapat meningkatkan tingkat nilai yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan atau *firm size* dapat diproksikan dengan logaritma natural dari jumlah aset yang dimiliki suatu perusahaan. Dalam hal ini semakin besar aset yang dimiliki suatu perusahaan akan menentukan ukuran perusahaan yang besar. Ukuran perusahaan besar akan memiliki tingkat kepercayaan para investor yang lebih tinggi, sehingga perusahaan besar akan memiliki *firm value* yang tinggi juga.

Profitability merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan kegiatan usahanya. Tingkat *profitability* yang tinggi memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik sehingga memberikan prospek perusahaan yang baik dan dapat memicu para investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham perusahaan. Semakin baik pertumbuhan *profitability* yang dimiliki suatu perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa yang akan datang akan dinilai semakin baik dimata para investor. Dalam hal ini *firm value* dari suatu perusahaan dipengaruhi dari besar atau kecilnya *profitability* yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin besar *profitability* akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi, sehingga dapat membuat para investor berani berinvestasi pada perusahaan tersebut. *Profitability* dapat diproksikan dengan *Return*

on Asset (ROA), rasio ini dapat dihitung dengan membandingkan *netincome* perusahaan dengan jumlah aset yang dimiliki perusahaan.

Liquidity merupakan perbandingan yang menunjukkan suatu kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendek. Beragam cara perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban dan juga hutang lancarnya. Jadi semakin besar kemampuan *liquidity* perusahaan maka semakin perusahaan itu memiliki kemampuan untuk membayar seluruh hutang atau pendanaan dari luar. Salah satu proksi yang dapat digunakan untuk menghitung *liquidity* adalah *Current Ratio* (CR). Rasio *Current Ratio* dapat diukur dengan cara membandingkan akiva lancar (*current asset*) dengan hutang jangka pendek (*current liabilities*). Rasio *liquidity* merupakan rasio yang digunakan untuk memenuhi kewajiban atau hutang jangka pendek yang harus segera dilunasi.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dilakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH *SALES GROWTH*, *FIRM SIZE*, *PROFITABILITY* DAN *LIQUIDITY* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN CONSUMER CYCLICALS DAN CONSUMER *NON-CYCLICALS*”. Penelitian ini difokuskan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi *firm value* pada perusahaan *consumer cyclicals* dan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijalankan oleh para peneliti sebelumnya terdapat perbedaan hasil pengaruh *sales growth*, *firm size*, *profitability* dan *liquidity* terhadap *firm value*. Sehingga membuat peneliti tertarik untuk mencoba melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *sales growth*, *firm size*, *profitability* dan *liquidity* terhadap *firm value*.

3. Batasan Masalah

Penelitian ini lebih berfokus kepada masalah yang akan diteliti saja, maka lingkup pembahasan yakni, pengaruh variabel independen *sales growth*, *firm size*, *profitability* dan *liquidity* terhadap variabel dependen *firm value* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap *firm value*?
2. Apakah *firm size* berpengaruh terhadap *firm value*?
3. Apakah *profitability* berpengaruh terhadap *firm value*?
4. Apakah *liquidity* berpengaruh terhadap *firm value*?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji secara empiris apakah *sales growth* berpengaruh terhadap *firm value*.
2. Untuk menguji secara empiris apakah *firm size* berpengaruh terhadap *firm value*.
3. Untuk menguji secara empiris apakah *profitability* berpengaruh terhadap *firm value*.
4. Untuk menguji secara empiris apakah *liquidity* berpengaruh terhadap *firm value*.

2. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan dari hasil penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait nilai perusahaan. Bagi peneliti lain, dapat menjadi literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan. Bagi manajemen, mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai pengaruh *sales growth*, *firm size*, *profitability* dan *liquidity* terhadap *firm value*. Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat membantu manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat membantu investor sebelum berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif Reyhan Fauzi. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2017). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausahaan*, 1(2).
- Agustin Ekadjaja, V. S. D. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 118. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7139>
- Andri Waskita Aji, & Fitri Fahmi Atun. (2019). Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018). *Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Humanika*, 9(3).
- Ardina Zahrah Fajaria, & Isnalita. (2018). The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating Variable. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 6(10). <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0610005>
- Chandrarin, G., & Cahyaningsih, D. S. (2018). Identifikasi Struktur Modal Melalui Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 1(1). <https://doi.org/10.26905/afr.v1i1.2246>
- Desi Chandrawati, & Thio Lie Sha. (2022). PENGARUH PROFITABILITY, LEVERAGE, FIRM PENGARUH PROFITABILITY, LEVERAGE, FIRM SIZE, DAN DIVIDEND POLICY TERHADAP FIRM VALUESIZE, DAN

DIVIDEND POLICY TERHADAP FIRM VALUE. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 4(1), 150–158.

Edwin Anderson, & Thio Lie Sha. (2021). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(3), 949. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i3.14875>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Grace, A., & Nugroho, V. (2022). PENGARUH PROFITABILITY, LIQUIDITY, LEVERAGE, DAN FIRM SIZE TERHADAP FIRM VALUE. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 4(1), 100–109.

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>

Ida Ayu Gede Dika Martami Sari, & Ida Ayu Gede Dika Martami. (2020). Profitability and liquidity on firm value and capital structure as intervening variable. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.828>

Ida Ayu Gede Dika Martami Sari, & Ida Bagus Panji Sedana. (2020). Profitability and liquidity on firm value and capital structure as intervening variable. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.828>

Inne Afinindy, Ubud Salim, & Kusuma Ratnawati. (2021). THE EFFECT OF PROFITABILITY, FIRM SIZE, LIQUIDITY, SALES GROWTH ON FIRM VALUE MEDIATED CAPITAL STRUCTURE. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4).

- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 305–360.
- M, H. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, VII(Issue 1), 174–191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Putri, & Thio Lie Sha. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2(1), 59–67.
- Rafi Dima Putra, & Rilla Gantino. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 81–96.
- Rara Sukma Palupi, & R. Susanto Hendiarto. (2018). Kebijakan Hutang, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan Properti & Real Estate. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis`*, 2(2).
- Selin Lumoly, Sri Murni, & Victoria N. Untu. (2018). PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Spence, M. (1973). *Job Market Signaling* (Vol. 87). The Quarterly Journal of Economics.
- Sri Yulia Agustina, & Thio Lie Sha. (2020). PENGARUH CAPITAL STRUCTURE, PROFITABILITY, FIRM SIZE, DAN LEVERAGE TERHADAP FIRM VALUE. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2(1), 215–223.

- Sudrajat, J., & Setiyawati, H. (2021). Role of Firm Size and Profitability on Capital Structures and Its Impact Over Firm Value. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(1), 13–27. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i1.737>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi Keperilakuan*. UGM Press.
- Suwardjono. (2011). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan* (3rd ed., Vol. 5). BPFPE.
- Thio Lie Sha, M. A. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(4), 1586. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i4.9336>
- Triasesiarta Nur. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI. *Jurnal Majemen Bisnis*, 22(1).
- Vivi Indah Bintari, & Deasy Lestary Kusnandar. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 27(1).