

PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Artavia Octanli* dan Thio Lie Sha

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: artavia.125170337@stu.untar.ac.id

Abstract:

The purpose of this study was to obtain empirical evidence regarding the effect of liquidity, leverage, profitability, and firm size on firm value. The sample data used were 63 companies using purposive sampling method. This study uses secondary data. Data processing using Microsoft Excel 2019 and Eviews version 12. The research results show that profitability has a positive and significant effect on firm value, while leverage and firm size have a positive and insignificant effect on firm value. Liquidity has a negative and insignificant effect on firm value. The implication of this research is that the company's performance is very important to increase the company's profit and value.

Keywords: *Liquidity, Leverage, Profitability, Firm Size, and Firm Value*

Abstrak:

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti secara empiris mengenai pengaruh likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sampel data yang digunakan sebanyak 63 perusahaan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Pengolahan data dengan menggunakan *Microsoft Excel* 2019 dan *Eviews* versi 12. Hasil riset menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah kinerja perusahaan sangat penting untuk peningkatan keuntungan dan nilai perusahaan.

Kata kunci: Likuiditas, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan

Pendahuluan

Perekonomian di era globalisasi yang disertai pertumbuhan teknologi yang pesat membuat persaingan dalam bisnis semakin ketat. Sehingga para perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kinerja dan mampu untuk melakukan perubahan agar dapat bersaing serta dapat bertahan untuk jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu, untuk tetap bertahan dalam dunia bisnis perusahaan harus berjuang untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini, nilai perusahaan memiliki peran yang penting untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi nilai

perusahaan akan berdampak pada persepsi investor pada keberhasilan perusahaan sehingga investor semakin percaya dengan prospek perusahaan ke depannya. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu likuiditas, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Kajian Teori

Agency Theory. Pengertian *agency theory* menurut Scott (2009) yaitu “*Agency theory is a branch of game theory that studies the design of contracts to motivate a rational agent to act on behalf of a principal when the agent’s interest would otherwise conflict with those of the principal.*”. Teori keagenan didefinisikan sebagai *agent* (manajer) diberikan kuasa untuk melakukan sesuatu hal, dan *principal* (pemegang saham) mempunyai wewenang yang sama seperti pemilik perusahaan karena memiliki kepemilikan perusahaan (Putri dan Thio, 2020).

Signalling Theory. Menurut Aurelian dan Thio (2020) teori sinyal merupakan suatu petunjuk atau sinyal yang diberikan kepada investor tentang kondisi dan prospek suatu perusahaan. Kondisi ini merupakan sinyal dari perusahaan untuk menunjukkan informasi keuangannya pada investor. Informasi ini dapat berupa sinyal yang baik atau sinyal yang tidak baik. Sinyal positif akan menarik minat investor terhadap perusahaan. Hal tersebut dapat meningkatkan kinerja perusahaan sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan ikut meningkat dan nilai perusahaan semakin baik.

Nilai Perusahaan. Merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang tercermin dari harga saham (Setiawati & Lim, 2018). Kinerja perusahaan yang baik membuat perusahaan dapat meningkatkan keuntungan sehingga harga saham perusahaan ikut meningkat. Kondisi ini membuat investor tertarik untuk berinvestasi, dan hal ini mempengaruhi nilai perusahaan.

Likuiditas. Menurut Kieso, Weygandt, dan Warfield (2020) mendefinisikan likuiditas sebagai “*Liquidity describes the amount of time that is expected to elapse until an asset is realized or otherwise converted into cash or until a liability has to be paid.*”. Likuiditas dapat dihitung dengan menggunakan proksi *Current Ratio* (CR) yaitu dengan cara membagi aktiva lancar dengan kewajiban lancar.

Leverage. *Leverage* merupakan rasio yang dipergunakan mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan menggunakan utang. Menurut Chandrawati dan Thio (2022) *leverage* adalah penggunaan utang yang dipergunakan untuk membiayai aktiva atau meningkatkan keuntungan perusahaan. *Leverage* dapat dihitung dengan menggunakan rumus utang dibagi dengan ekuitas.

Profitabilitas. Menurut Suwardika dan Mustanda (2018) profitabilitas adalah mengukur pendapatan atas keberhasilan operasional perusahaan untuk periode waktu tertentu. Perusahaan yang mampu menghasilkan keuntungan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan bekerja secara efisien dan efektif sehingga kinerja perusahaan beroperasi

dengan baik. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi *return* yang diharapkan oleh investor, hal ini membuat nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Ukuran Perusahaan. Definisi ukuran perusahaan menurut Hertina, Hidayat, dan Mustika (2019) ukuran perusahaan adalah ukuran yang dapat digunakan untuk mengkategorikan ukuran perusahaan dengan berbagai metode perhitungan, antara lain total aset, total penjualan, dan kapitalisasi pasar yang dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan definisi diatas maka disimpulkan perusahaan yang besar pada umumnya memiliki total aktiva yang cukup besar dan dianggap mampu mengatasi masalah perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang besar juga mempermudah perusahaan memperoleh dana dari pihak luar perusahaan.

Kaitan Antar Variabel

Likuiditas dengan Nilai Perusahaan. Perusahaan yang mampu memenuhi seluruh kewajibannya menjadi salah satu indikator bahwa likuiditas dari perusahaan tersebut cukup tinggi, pada situasi tersebut kepercayaan investor meningkat. Semakin tinggi likuiditas mengidentifikasi bahwa harta atau dana yang tersedia pada perusahaan lebih besar daripada kewajiban atau utang, kondisi tersebut membuat nilai perusahaan meningkat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Harahap, Erlina, Daulay (2019) dimana menyebutkan likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Leverage dengan Nilai Perusahaan. *Leverage* adalah pengukuran yang digunakan untuk mengukur berapa banyak aset perusahaan yang dibiayi oleh utang. Utang yang besar dapat menyebabkan biaya yang ditanggung perusahaan semakin tinggi dan memiliki dampak terhadap penurunan kinerja perusahaan, sehingga keuntungan perusahaan menurun dan nilai perusahaan ikut menurun. Hasil penelitian dari Banani dkk., (2019) *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memakai aset yang dipunyai untuk menghasilkan keuntungan. Profitabilitas yang tinggi membuat prospek perusahaan yang baik. Semakin tinggi efisiensi perusahaan, maka semakin membaik kinerja perusahaan sehingga perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang lebih baik. Kondisi ini meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut berbanding lurus dengan penelitian dari Indrayani, Endiana, dan Pramesti (2020) yang menyebutkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Besar dan kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset, total penjualan dan total *log asset* yang menjadi nilai dari ukuran perusahaan. Perusahaan besar cenderung lebih mudah memperoleh dana. Dana tersebut bisa digunakan perusahaan untuk memperluas usahanya, sehingga membuat kinerja perusahaan naik dan keuntungan juga ikut naik. Kinerja perusahaan yang meningkat dapat menunjukkan bahwa keuntungan yang didapat lebih besar sehingga nilai perusahaan

meningkat. Hasil penelitian Jihadi, Vilantika, Hashemi, Arifin, Bachtiar, dan Sholichah (2021) ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penelitian Harahap dkk., (2020) menyatakan likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, sedangkan penelitian Jihadi dkk., (2021) yang menyatakan likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Ha1: Likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Hasil riset Banani dkk., (2019) menjelaskan *leverage* memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, berbeda dengan riset Setiawati dan Lim (2018) yang menyatakan *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Ha2: *Leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan.

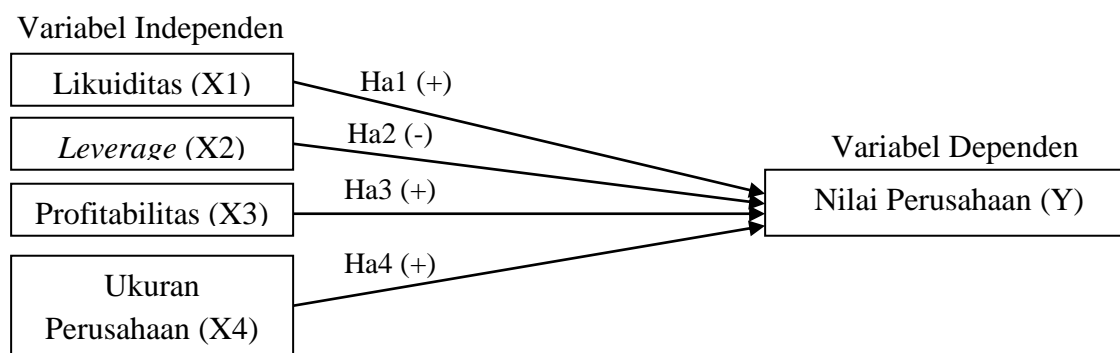
Penelitian dari Akbar dan Fahmi (2020) menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan berbanding terbalik dengan penelitian Aurelian dan Thio (2020) mengatakan profitabilitas mempunyai pengaruh yang negatif yang signifikan pada nilai perusahaan.

Ha3: Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Hasil penelitian dari Putri dan Thio (2020) menjelaskan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, beda dengan penelitian Hertina dkk., (2021) yang menyatakan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ha4: Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1. Model dan Hipotesis Penelitian

Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia dalam periode 2018-2020. Subjek penelitian merupakan perusahaan manufaktur di BEI 2018-2020. Populasi penelitian yaitu perusahaan

manufaktur terdapat di BEI pada periode 2018-2020. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Objek penelitian ini terdapat variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen merupakan nilai perusahaan (Y), dan variabel independen terdiri dari likuiditas (X1), *leverage* (X2), profitabilitas (X3), dan ukuran perusahaan (X4). Pengujian data menggunakan *Software Econometric Views (Eviews)* versi 12. Kriteria pemilihan sampel terdiri dari: 1.) Perusahaan manufaktur yang ada di BEI pada periode 2018-2020. 2.) Tidak melakukan IPO pada tahun 2018-2020. 3.) Memperoleh laba secara berturut-turut periode 2018-2020. 4.) Menerbitkan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah. 5.) Laporan keuangan untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember. Jumlah perusahaan yang valid adalah 63 perusahaan.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah:

Tabel 1. Variabel Operasional dan Pengukuran

No	Sumber	Variabel	Pengukuran	Skala
1.	Chandrawati dan Thio (2022)	Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Market Price per share}}{\text{Book Value per share}}$	Rasio
2.	Harahap dkk., (2018)	Likuiditas (X1)	$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$	Rasio
3.	Suwardika dan Mustanda (2019)	<i>Leverage</i> (X2)	$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Total Modal (Equity)}}$	Rasio
4.	Indrayani dkk., (2021)	Profitabilitas (X3)	$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$	Rasio
5.	Hertina dkk., (2020)	Ukuran Perusahaan (X4)	$\text{Size} = \text{LN}(\text{Total Asset})$	Rasio

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai perusahaan (Y) mempunyai nilai *mean* sejumlah 2.327552, nilai *maximum* sejumlah 56.79184 diperoleh dari PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), nilai *minimum* sejumlah 0.202095 diperoleh dari PT Argha Karya Prima Ind. Tbk (AKPI), dan *standard deviation* sejumlah 4.605118. Variabel likuiditas (X1) mempunyai nilai *mean* sejumlah 5.963923, nilai *maximum* sejumlah 303.2819 diperoleh dari PT Buana Artha Anugerah Tbk (STAR), nilai *minimum* sejumlah 0.660927 diperoleh dari PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), dan *standard deviation* sejumlah 27.19199. Variabel *leverage* (X2) mempunyai nilai *mean* sejumlah 0.790557, nilai

maximum sejumlah 5.442557 diperoleh dari PT Alakasa Industrindo Tbk (ALKA), nilai *minimum* sejumlah 0.003465 diperoleh dari PT Buana Artha Anugerah (STAR), dan *standard deviation* sejumlah 0.790789. Variabel profitabilitas (X3) mempunyai nilai *mean* sejumlah 0.069129, nilai *maximum* sejumlah 0.348851 diperoleh dari PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), nilai *minimum* sejumlah 0.000282 diperoleh dari PT Buana Artha Anugerah Tbk (STAR), dan *standard deviation* sejumlah 0.063248. Variabel ukuran perusahaan (X4) mempunyai nilai *mean* sejumlah 28.49295, nilai *maximum* sejumlah 32.01063 diperoleh dari PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR), nilai *minimum* sejumlah 25.97442 diperoleh dari PT Pyridam Farma Tbk (PYFA), dan *standard deviation* sejumlah 1.303400.

Uji *Chow* menjelaskan angka prob *cross-section Chi-square* sebesar $0.0000 < 0.05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Model yang paling tepat untuk penelitian ini adalah *fixed effect model* (FEM) dibandingkan dengan *common effect model* (CEM).

Uji *Hausman* menjelaskan probabilitas *cross-section random* sebesar $0.0000 < 0.05$, maka H_o ditolak dan H_a diterima, maka model yang terbaik untuk penelitian ini adalah *fixed effect model* (FEM) dibandingkan *random effect model* (REM).

Berdasarkan analisis uji *Chow* dan uji *Hausman* yang sudah dilakukan memberikan kesimpulan bahwa model yang paling tepat untuk pengujian analisis regresi berganda adalah *fixed effect model*.

Tabel 2. Hasil Uji *Fixed Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-7.089813	15.66869	-0.452483	0.6518
CR_X1	-0.000178	0.002415	-0.073546	0.9415
DER_X2	0.195846	0.299756	0.653352	0.5149
ROA_X3	7.771065	2.387671	3.254663	0.0015
SIZE_X4	0.306265	0.553811	0.553014	0.5813
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.985419	Mean dependent var	2.327552	
Adjusted R-squared	0.976903	S.D. dependent var	4.605118	
S.E. of regression	0.699873	Akaike info criterion	2.403039	
Sum squared resid	55.34989	Schwarz criterion	3.591529	
Log likelihood	-149.2735	Hannan-Quinn criter.	2.884921	
F-statistic	115.7106	Durbin-Watson stat	2.763952	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Berdasarkan pada hasil uji diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$Y = -7.089813 - 0.000178 X_1 + 0.195846 X_2 + 7.771065 X_3 + 0.306265 X_4 + E$$

Dari persamaan regresi yang terdapat pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai perusahaan (Y) mempunyai nilai konstanta sejumlah -7.089813. Apabila likuiditas (X1), *leverage* (X2), profitabilitas (X3), dan ukuran perusahaan (X4) bernilai sama dengan nol atau konstan, maka nilai perusahaan (Y) sejumlah -7.089813.

Likuiditas (X1) mempunyai nilai koefisien negatif sejumlah -0.000178 yang berarti setiap penambahan satu satuan likuiditas (X1) akan menurunkan nilai perusahaan (Y)

sebesar 0.000178 satuan, dengan proporsi *leverage* (X2), profitabilitas (X3), dan ukuran perusahaan (X4) dianggap mempunyai nilai konstan. Sebaliknya, apabila likuiditas (X1) mengalami penurunan satu satuan maka nilai perusahaan (X1) akan meningkat sebesar 0.000178 satuan. *Leverage* (X2) mempunyai nilai koefisien positif 0.195846 yang berarti setiap penambahan satu satuan *leverage* (X2) akan meningkatkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0.195846 satuan, dengan asumsi likuiditas (X1), profitabilitas (X3), dan ukuran perusahaan (X4) dianggap mempunyai nilai konstan. Sebaliknya, apabila *leverage* (X2) mengalami penurunan satu satuan maka nilai perusahaan (Y) akan menurunkan sebesar 0.195846 satuan. Profitabilitas (X3) mempunyai nilai koefisien positif sebesar 7.771065 yang berarti setiap penambahan satu satuan profitabilitas akan menambah nilai perusahaan (Y) sebesar 7.771065 satuan, dengan asumsi likuiditas (X1), *leverage* (X2), dan ukuran perusahaan (X4) dianggap mempunyai nilai konstan. Sebaliknya, apabila profitabilitas (X3) mengalami penurunan satu satuan maka nilai perusahaan (Y) akan menurunkan sebesar 7.771065 satuan. Ukuran perusahaan (X4) mempunyai nilai koefisien positif sebesar 0.306265 yang berarti setiap penambahan satu satuan ukuran perusahaan (X4) akan menambah nilai perusahaan (Y) sebesar 0.306265 satuan, dengan asumsi likuiditas (X1), *leverage* (X2), dan profitabilitas (X3) dianggap mempunyai nilai konstan. Sebaliknya, apabila ukuran perusahaan (X4) mengalami penurunan satu satuan maka nilai perusahaan (Y) akan menurun sebesar 0.306265 satuan.

Uji *Adjusted R-squared* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen. Penelitian ini mempunyai nilai *adjusted R-squared* sebesar 0.976903 yang menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 97.6903% dan sisanya 2.3097% bisa dijelaskan dengan variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Uji F (uji bersama) untuk menunjukkan apakah variabel independen mampu memengaruhi variabel dependen secara bersama. Berdasarkan uji F nilai probabilitas *F-statistic* sebesar $0.000000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan likuiditas (X1), *leverage* (X2), profitabilitas (X3), dan ukuran perusahaan (X4) secara bersama memiliki pengaruh signifikan pada nilai perusahaan (Y).

Uji t (uji parsial) untuk menunjukkan apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh pada variabel dependen. Variabel likuiditas memiliki nilai probabilitas sejumlah $0.9415 > 0.05$ dengan nilai koefisien negatif sebesar -0.000178, berarti likuiditas memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama ditolak. Nilai prob *leverage* $0.5149 > 0.05$ dan koefisien positif sejumlah 0.195846, maka *leverage* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua ditolak. Profitabilitas mempunyai nilai probabilitas $0.0015 < 0.05$, nilai koefisien positif sebesar 7.771065, berarti profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga diterima. Ukuran perusahaan dengan nilai probabilitas sejumlah $0.5813 > 0.05$ dan koefisien positif sejumlah 0.306265, berarti ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat ditolak.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian, likuiditas memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada nilai perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang rendah menggambarkan bahwa terjadi masalah pada perusahaan hal tersebut belum tentu akan berpengaruh pada nilai perusahaan, sebaliknya perusahaan dengan likuiditas yang tinggi dapat dianggap kurang baik untuk perusahaan dan kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai banyak dana yang menganggur sehingga memberikan sinyal negatif kepada investor yang membuat nilai perusahaan menurun. Hasil observasi yang didapat menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada nilai perusahaan. Utang tinggi tetapi perusahaan tetap mampu membayar kewajiban utangnya maka dianggap baik dalam menggunakan utang sehingga mampu membayarkan kewajibannya. Utang kecil menunjukkan perusahaan dianggap mampu membiayai operasional dengan modal yang dimiliki, maka perusahaan tersebut dianggap memiliki nilai yang baik. Perusahaan dengan utang tinggi maupun rendah dapat menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi sehingga membuat nilai perusahaan meningkat. Hasil penelitian dari profitabilitas menunjukkan positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi disebabkan oleh kinerja perusahaan yang baik sehingga meningkatkan keuntungan. Keuntungan yang tinggi mendorong perusahaan untuk tetap berkembang. Profit yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan akan menyebabkan perusahaan mudah perusahaan mudah memperoleh dana dari pihak eksternal. Dana yang perusahaan peroleh dapat digunakan untuk mengembangkan perusahaan sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan keuntungan yang diperoleh meningkat. Semakin kecil perusahaan akan lebih mudah mengendalikan kegiatan operasional perusahaan sehingga kinerja perusahaan meningkat. Perusahaan yang berukuran besar maupun kecil tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Penutup

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dimana periode dalam penelitian hanya terdiri dari tiga tahun, sehingga menyebabkan penelitian tidak mencakup kondisi menyeluruh. Penelitian hanya memakai empat variabel independen, masih banyak variabel lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang diteliti hanya pada perusahaan manufaktur. Penelitian ini hanya menggunakan proksi tertentu.

Saran dalam penelitian ini adalah penelitian selanjutnya dapat menambahkan tahun penelitian, sehingga dapat diketahui perbedaan hasil penelitian dengan menggunakan periode yang lebih lama. Menambahkan variabel independen lain sehingga diketahui apakah terdapat variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya, dengan menambahkan sektor lain manufaktur seperti sektor jasa, perbankan, pertambangan, dan lain-lain sehingga dapat membandingkan hasil penelitian sektor lain. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan proksi lain sehingga hasil dari penelitian dijadikan sebagai pembanding.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Aurelian, M., & Sha, T. L. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(4), 1586-1593.
- Akbar, F., & Fahmi, I. (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.
- Banni, A., Dewi, R., & Sulistyandari. (2021). The Effect of Leverage, Liquidity, Profitability, Firm's Growth, Firm's Size, and Dividend Policy toward Firm Value. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 23(2), 8-19.
- Chandrawati, D., & Sha, T. L. (2022). Pengaruh Profitability, Leverage, Firm Size, dan Dividend Policy Terhadap Firm Value. *Jurnal Paradigma Akuntansi Tarumanagara*, 4(1), 150-158.
- Hertina, D., Hidayat, M. B. H., & Mustika, D. (2019). Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1-10.
- Harahap, M., Erlina., & Daulay, M. (2019). The influence of capital structure, profitability, liquidity, ownership structure, and firm size on firm value. *International Journal of Research and Review (IJRR)*, 6(2), 92-105.
- Indrayani, N. K., Endiana, I. D., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 52-62.
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichan, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423-431.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). *Intermediate Accounting IFRS Fourth Edition*, United States of America: Wiley.
- Putri., & Sha, T. L. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Paradigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 59-67.
- Scott, W. R. (2009). *Financial Accounting Theory 5th Edition*. United States of America: Pearson Education Canada.
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29-57.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen*, 6(3), 1248-1277.