

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS*

Sherlyn* dan Tony Sudirgo

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: sherlyn.125190167@stu.ac.id

Abstract:

This study aims to analyze the effect of company size, profitability, and liquidity on firm value in sector manufacturing companies Consumer Non-Cyclicals listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019-2021. The sample selected in this study was a purposive sampling method with several selected criteria, so this study used data from 65 companies with a total of 195 samples. The data processing technique used is the IBM Statistical Product and Service Solution (SPSS) 29 and Microsoft Excel 2022 programs. The results of this study indicate that company size, profitability, and liquidity have a positive and significant effect on firm value. The implication of this research is the need to increase profits and the ability to pay obligations to increase the value of the company which will provide a good signal for investors.

Keywords: *Firm Value, Firm Size, Profitability, Liquidity.*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2021. Sampel dipilih dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang terpilih, sehingga penelitian ini menggunakan data dari 65 perusahaan dengan total sebanyak 195 sampel. Teknik pengolahan data yang digunakan yaitu program *IBM Statistical Product and Service Solution (SPSS) 29* dan *Microsoft Excel 2022*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan keuntungan dan kemampuan untuk membayar kewajiban untuk meningkatkan nilai perusahaan yang akan memberikan sinyal yang baik bagi investor.

Kata kunci : Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas.

Pendahuluan

Dalam Era saat ini, khususnya perusahaan yang telah *go-public* atau yang merupakan anggota dari Bursa Efek Indonesia memiliki tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Di sisi lain, perusahaan harus mampu meningkatkan nilai perusahaan agar

dipandang semakin bernilai oleh calon investor. Ketatnya persaingan bisnis membuat perusahaan untuk mempertahankan kualitasnya guna meningkatkan kesejahteraan investor. Perusahaan memiliki visi untuk meningkatkan nilai perusahaan guna meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Nilai Perusahaan merupakan kondisi perusahaan yang mencapai suatu pencapaian terhadap perusahaan setelah melalui proses yang cukup lama. Dengan semakin baiknya suatu nilai perusahaan, para perusahaan akan berkenan untuk melakukan investasi di masa yang akan datang. Banyak faktor yang diduga dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan, antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, leverage, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan.

Variabel pertama yaitu Ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan sangat penting untuk mengukur efektivitas pengaruh profitabilitas dan likuiditas. Ukuran perusahaan dengan tingkat profitabilitas dan likuiditas yang tinggi akan membuat perusahaan semakin baik. Semakin besar suatu perusahaan maka akan ada kecenderungan lebih banyak investor yang memberikan perhatian pada perusahaan tersebut, karena perusahaan yang besar cenderung memiliki keadaan yang lebih stabil. Variabel kedua yaitu Profitabilitas. Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu atau hasil dari beberapa kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, maka akan memberi sinyal positif kepada investor, sehingga akan memiliki prospek yang lebih baik di masa depan. Variabel ketiga yaitu Likuiditas. Likuiditas didefinisikan sebagai kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan untuk melunasi utang. Jika perusahaan tidak memiliki kemampuan tersebut, maka kegiatan operasional bisnis tidak akan berjalan dengan baik. Jika likuiditas yang dimiliki suatu perusahaan semakin baik, maka perusahaan akan cenderung mendapat dukungan dari berbagai pihak dan semakin banyak penyimpanan dana yang dimiliki suatu perusahaan. Variabel keempat yaitu Leverage. Leverage merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjang. Semakin besar rasio leverage artinya perusahaan mampu mengelola penggunaan hutang dengan baik agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Variabel kelima yaitu Struktur Modal, yang didefinisikan sebagai kapitalisasi perusahaan yaitu pembiayaan permanen yang terdiri hutang dan modal ekuitas. Struktur modal optimal merupakan struktur modal yang dapat meminimumkan biaya modal rata-rata dan memaksimalkan nilai perusahaan. Variabel keenam yaitu Pertumbuhan Perusahaan, yang artinya rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Jika pertumbuhan perusahaan baik, akan membuat investor semakin meresponnya secara positif untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, maka akan memberikan dampak yang positif bagi nilai perusahaan.

Banyak faktor dalam suatu perusahaan yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, leverage, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan. Dalam penelitian ini, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, peneliti membatasi faktor-faktor tersebut untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, serta likuiditas.

Pada penelitian ini, perusahaan diharapkan dapat membantu meningkatkan nilai suatu perusahaan, sehingga kedepannya dapat meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Kajian Teori

Signalling Theory. Teori ini menjelaskan terkait dorongan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar untuk mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada kreditor dan investor. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya yang akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan.

Agency Theory. Teori ini sebagai agen yang dalam hal ini adalah manajemen yang mengelola suatu perusahaan, dan yang disebut sebagai principal adalah pemegang saham. Dalam hubungan keagenan, manajemen diharapkan dapat mengambil keputusan perusahaan terutama kebijakan keuangan yang menguntungkan pemilik perusahaan dan stakeholder. Biaya keagenan digunakan untuk mengontrol semua aktivitas yang dilakukan manajer sehingga manajer dapat bertindak konsisten sesuai dengan perjanjian kontraktual antara kreditor dan pemegang saham.

Nilai Perusahaan. Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting dalam mengukur kinerja perusahaan dan dapat mempengaruhi persepsi para calon investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Ukuran Perusahaan. ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya equity, nilai penjualan, dan aset yang berperan sebagai variable konteks yang mengatur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi.

Profitabilitas. Profitabilitas merupakan hasil akhir dari segala ketentuan dan keputusan manajemen perusahaan untuk memperoleh laba atau efektivitas manajemen di perusahaan.

Likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang meliputi utang usaha, utang pajak, utang dividen dan lain-lain dengan menggunakan harta lancarnya.

Kaitan Antar Variabel

Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.

Ukuran perusahaan (firm size) merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. (Firlana Akbar et al., 2020), Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan, berdasarkan pada kemudahan akses perusahaan besar untuk mendapatkan pendanaan eksternal. Biaya transaksi yang dikeluarkan akan lebih sedikit jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Sugiarto (2021). Tetapi, berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tunggal Priyatama et al. (2021), ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Clarissa Mercyana, et al. (2022), dan Natalie dan Lisiantara (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan.

Profitabilitas merupakan hasil akhir dari segala ketentuan dan keputusan manajemen perusahaan untuk memperoleh laba atau efektivitas manajemen di perusahaan. (Eduardus Yemri Tanapuan et al., 2022) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, karena laba perusahaan saat beroperasi dapat diberikan kepada investor jika telah terbebas dari beban bunga dan pajak. Namun tidak sejalan dengan penelitian (Clarissa Mercyana et al., 2022), bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan penelitian Natalie dan Lisiantara (2022), bahwa Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Likuiditas dengan Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang meliputi utang usaha, utang pajak, utang dividen dan lain-lain dengan menggunakan harta lancarnya. Vannessa Natalie et al. (2022), Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tunggul Priyatama et al. (2021), likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, karena likuiditas yang tinggi akan membuat perusahaan lebih mengalokasikan dananya pada pelunasan kewajiban jangka pendek sehingga dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham akan rendah. (Clarissa Mercyana et al., 2022), bahwa Likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Ukuran perusahaan adalah penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, rata-rata tingkat penjualan, dilihat dari total aktiva perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin banyak investor yang akan memperhatikan perusahaan tersebut, maka akan menarik perhatian investor untuk membeli saham atau melakukan investasi di perusahaan tersebut. Pengujian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafhira dan Trisnarningsih (2021) dan Novelia dan Sumiati (2020), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tunggul Priyatama et al. (2021) dimana ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

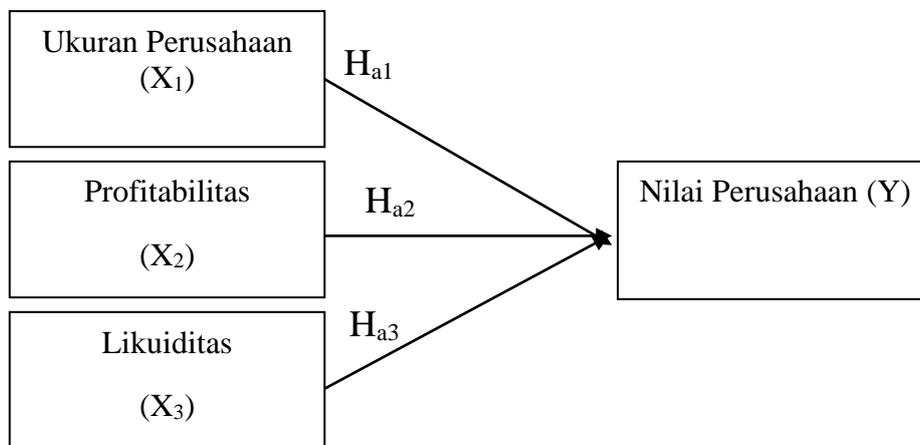
Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen (Wiagustini, 2010). Semakin besar laba yang diperoleh maka perusahaan dapat menentukan apakah perusahaan dapat melanjutkan kegiatan usahanya di masa depan dan perusahaan akan mendapat peluang untuk membayar devidennya. Jadi, semakin besar dividen yang dibagi maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tunggul Priyatama et al. (2021), Indriyani et al. (2017), dan Darmayanti et al. (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fernandes Moniaga (2013) yaitu profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban pada saat jatuh tempo (Gultom dan Wijaya, 2014). Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya akan mendapat respon positif oleh pasar saham, sehingga nilai perusahaan akan semakin tinggi. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahman (2016), Vannessa Natalie et al. (2022), dan Oktaviarni (2019) dimana likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firlana Akbar (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H3: Likuiditas memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Metodologi

Metodologi penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2021. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan peneliti adalah perusahaan manufaktur sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2021 dengan kriteria 1) Melakukan IPO (*Initial Public Offering*) pada periode 2019-2021, 2) tidak menyajikan laporan keuangan secara lengkap periode 2019-2021, 3) tidak menggunakan mata uang rupiah dalam menyajikan laporannya, dan 4) tidak memiliki pertumbuhan positif selama tahun 2019-2021. Sehingga jumlah data yang digunakan adalah 65 perusahaan dengan total periode penelitian 3 tahun, maka total sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 195 sampel.

Berikut terlampir Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variabel	Ukuran	Skala	Sumber
----------	--------	-------	--------

Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per share}}$	Rasio	(Franita, 2018)
Ukuran perusahaan (X ₁)	$Firm Size = Ln (Total Assets)$	Rasio	(Yadiati & Mubarak, 2017)
Profitabilitas (X ₂)	$Return on Assets = \frac{Net Income}{Total Assets}$	Rasio	(Weygandt, Kimmel, & Kieso, 2015)
Likuiditas (X ₃)	$Current Ratio = \frac{Current Assets}{Current Liabilities}$	Rasio	(Brealey, Myers, & Allen, 2017)

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Uji Asumsi Klasik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test (KS)*, dan dari proses menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Sehingga hasil pengujian dari ini membuktikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal dan memenuhi kriteria normalitas. Hasil uji Multikolinieritas menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dari variabel ukuran perusahaan (*firm size*) 1,028, variabel Profitabilitas (*ROA*) 1,030, dan variabel Likuiditas (*CR*) 1,015 yang mana semua koefisien tersebut berada diantara nilai *tolerance* > 0,10 dan < 10,00, maka model regresi dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Uji Autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson (D-W)* dengan nilai D-W sebesar 2,254, di mana nilai tersebut berada diantara 1,54 sampai 2,46, maka dapat diartikan bahwa model regresi terbebas dari masalah autokorelasi. Untuk uji Heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*, dan hasil olah menunjukkan nilai *significant* untuk variabel ukuran perusahaan (*firm size*) sebesar 0,861, variabel Profitabilitas (*ROA*) sebesar 0,890, dan untuk variabel Likuiditas (*CR*) adalah sebesar 0,569. Ketiga nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami heteroskedastisitas

Hasil uji pengaruh (uji t) dilakukan setelah semua uji asumsi klasik memenuhi persyaratan, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawa ini

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.625	.444		1.406	.161

Firm Size (X1)	.040	.019	.129	2.131	.034
ROA (X2)	3.736	.456	.497	8.192	.000
CR (X3)	.185	.085	.132	2.184	.030

a. Dependent Variable: PBV (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,625 + 0,040 X_1 + 3,736X_2 + 0,185X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil regresi di atas, ukuran perusahaan (*firm size*) mempunyai pengaruh positif ($\beta = 0.040$) dan signifikan (Sig. = 0.034) terhadap nilai perusahaan, sehingga H1 diterima. Hasil selanjutnya yaitu Profitabilitas yang diproksikan dengan (*ROA*) berpengaruh positif ($\beta = 3.736$) dan signifikan (Sig. = 0.000) terhadap nilai perusahaan, maka H2 diterima. Hasil terakhir menunjukkan bahwa Likuiditas yang diproksikan dengan (*CR*) berpengaruh positif ($\beta = 0.185$) dan signifikan (Sig. = 0.030) terhadap nilai perusahaan, maka H3 diterima.

Lalu, Untuk mengetahui korelasi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji determinan (R^2). Nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0.306 atau 30,6%, yang berarti seluruh variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas mempengaruhi variabel dependen nilai perusahaan sebesar 30,6%. Nilai uji F (Sig. = 0.000) yang berarti keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa perubahan ukuran perusahaan memiliki kontribusi yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan, maka perusahaan akan semakin mudah untuk memperoleh sumber dana dan memperoleh laba yang tinggi. Selanjutnya, penelitian ini menjelaskan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti tingginya profitabilitas yang dapat memberikan prospek perusahaan yang baik kepada investor sehingga mereka tertarik pada perusahaan yang memiliki profitabilitas baik dan berpengaruh terhadap peningkatan permintaan saham. Banyaknya permintaan investor terkait saham perusahaan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada harga saham perusahaan, yang menyebabkan tinggi rendahnya harga saham mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Kemudian penelitian ini menjelaskan bahwa Likuiditas berpengaruh secara positif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti likuiditas yang tinggi akan membuat perusahaan mampu menyelesaikan utang tepat waktu dan akan memberi sinyal positif kepada investor dan kreditur sehingga perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik. Maka hal ini akan berdampak pada nilai perusahaan kedepannya.

Penutup

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, diketahui bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu penggunaan variabel yang terlalu sedikit, karena banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi peneliti hanya menggunakan tiga variabel independen yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Pembahasan yang terdapat pada penelitian ini kurang luas dikarenakan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini hanya perusahaan manufaktur *sektor Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kemudian Periode yang digunakan dalam penelitian ini hanya dibatasi dari tahun 2019-2021, sehingga cakupan periodenya hanya terbatas selama tiga tahun.

Berdasarkan keterbatasan yang telah dijelaskan, terdapat beberapa saran dari peneliti kepada peneliti selanjutnya, yakni kedepannya peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian untuk sektor lainnya sehingga dapat diketahui pengaruh yang terjadi pada sektor berbeda. Kemudian, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel independen yang berbeda sehingga akan mendapat pengetahuan yang lebih terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Kemudian untuk periode penelitian yang diangkat dalam penelitian selanjutnya, sebaiknya mencakup periode yang lebih panjang, agar cakupan penelitiannya lebih luas dan memperoleh kesimpulan yang dapat dimanfaatkan secara umum.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Anjani, B. B. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Investasi Pada Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1, 1–83.
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan.
- Bursa Efek Indonesia. (2019). Data Pasar. <https://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/>, Diakses pada tanggal 3 November 2022.
- Elizabeth Sugiarto Dermawan, S. S. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016 – 2018. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(2), 853. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i2.11807>
- Elsa Imelda, L. M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur modal, Dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, 26(11), 248-264. <https://doi.org/10.24912/je.v26i11.776>
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Fitryani, R. (2021). Faktor faktor Yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Horizon*, 1(2). <https://doi.org/10.22202/horizon.2021.v1i2.4764>
- Gultom, R, Agustina dan Sri Widia Wijaya. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 3, No.1.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). *Intermediate accounting IFRS* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Levine, D. M., Stephan, D. F., & Szabat, K. (2017). *Statistic For Manager Using Microsoft Excel*. England: Pearson Edutical Limited.

- Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). Effect of profitability, leverage, and liquidity to the firm value. *Dinasti International Journal of Economics Finance&Accounting*, 1(1), 83-94. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v1i1.225>
- Natalie, V., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran Perusahaan (SIZE), Dan leverage (LTDER) terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(4), 4175-4186. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1057>
- Priyastama, R. (2020). *The book of SPSS: Pengolahan & Analisis data*. Anak Hebat Indonesia.
- Priyatama, T., & Pratini, E. (2021). Pengaruh Struktur modal, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018). *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 100. <https://doi.org/10.33087/eksis.v12i1.242>
- Rahayu, D. P. (2019). The effect of intellectual capital disclosure, corporate Governace, and firm size on firm value. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5399>
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(1), 90-108. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10563>
- Sofia Prima Dewi, S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(1), 310. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i1.17520>
- Uniqbu. (2022). The effect of firm size, investment opportunity set and capital structure on firm value. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ksp94>
- Viriany, V. (2020). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, likuiditas, Dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(4), 1708. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i4.9366>
- Weygandt, J. J., Kieso, D. E., & Kimmel, P. D. (2010). undefined. John Wiley & Sons.
- Yanti, N. (2019). The effect of firm size and leverage on value of the firm (Empirical study on bumn listed in Indonesian stock exchange 2012 - 2017). <https://doi.org/10.31227/osf.io/txe2m>
- Yemri Tanapuan, E. Y. (2022). Analisis pengaruh profitabilitas Dan likuiditas terhadap nilai perusahan pada perusahaan manufaktur Yang terdaftar Di Bursa efek Indonesia. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(3), 01-14. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v3i3.46>
- Yuniarwati, Santioso, L., Ekadjaja, A., & Rasyid, R. (2018). *Pengantar Akuntansi 2*. Jakarta. Penerbit Mitra Wacana Media.