

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN

Meliyana Ulfa¹

meliyanaulfa28@gmail.com

¹ Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Lukman Effendy²

lukmaneffendy@unram.ac.id

² Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

ABSTRAK

Nilai perusahaan di Indonesia mengalami fluktuasi yang cukup mencolok dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak pandemi COVID-19 melanda. Kondisi ini menarik untuk diteliti karena nilai perusahaan mencerminkan bagaimana investor memandang kinerja dan prospek bisnis ke depan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan fokus pada emiten di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020 hingga 2023. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berkontribusi positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, likuiditas justru memberikan pengaruh negatif yang signifikan. Temuan ini memberi gambaran bahwa manajemen keuangan yang efektif dan skala usaha yang cukup besar dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Kata Kunci: likuiditas, nilai perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan

ABSTRACT

In recent years, the company value within Indonesia's food and beverage sub-sector has shown noticeable fluctuations, especially in the aftermath of the COVID-19 pandemic. This volatility presents an interesting area of study, as company value reflects how investors perceive a firm's performance and future prospects. This research aims to examine the influence of profitability, liquidity, and firm size on company value, focusing on food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2023 period. Using a quantitative approach with multiple linear regression analysis, the study finds that profitability and firm size have a positive and significant impact on company value. In contrast, liquidity has a significant negative effect. These findings suggest that efficient financial management and an optimal business scale play an important role in enhancing investor confidence and, consequently, company value.

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

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan sering dipandang sebagai cerminan bagaimana investor menilai keberhasilan suatu perusahaan, terutama dari sisi harga saham dan kemampuannya memberikan manfaat ekonomi bagi para pemegang saham (Jemani & Erawati, 2020; Susesti & Wahyuningtyas, 2022). Nilai yang tinggi mencerminkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini sekaligus optimisme terhadap prospeknya di masa depan (Siswanti & Ngumar, 2019). Dalam beberapa tahun terakhir, nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman di Indonesia mengalami fluktuasi yang cukup tajam. Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia, rasio Price to Book Value (PBV) sektor ini sempat berada di angka 3,2 kali pada 2018, namun turun menjadi 2,8 kali pada 2019 dan anjlok ke 2,1 kali pada 2020 akibat dampak pandemi COVID-19. Meskipun ada sedikit pemulihan pada 2021 dengan PBV rata-rata naik menjadi 2,4 kali, nilainya masih belum sepenuhnya kembali seperti sebelum pandemi. Perubahan ini menunjukkan ketidakstabilan yang penting untuk ditelaah lebih lanjut, baik oleh manajemen perusahaan maupun investor.

Beberapa faktor fundamental diduga berperan dalam memengaruhi naik-turunnya nilai perusahaan, seperti profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan (JH et al., 2021; Komalasari & Yulazri, 2023). Ketiga aspek ini mewakili informasi keuangan utama yang bisa menjadi acuan bagi investor dalam menilai kondisi dan prospek bisnis (Iestari & Sapari, 2021; Nirawati et al., 2022; Silalahi & Sembiring, 2020). Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Nirawati et al., 2022), likuiditas menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Iestari & Sapari, 2021), dan ukuran perusahaan menunjukkan skala usaha yang dimiliki serta potensi dalam menghadapi persaingan dan meraih peluang pasar (Silalahi & Sembiring, 2020). Memahami sejauh mana ketiga faktor ini memengaruhi nilai perusahaan menjadi penting untuk membantu pengambilan keputusan strategis, baik dalam konteks investasi maupun manajemen keuangan internal.

Profitabilitas sendiri dianggap sebagai indikator utama dalam mengukur nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat keuntungan yang tinggi biasanya diasosiasikan dengan manajemen yang mampu mengelola sumber daya secara efisien, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja jangka panjang perusahaan (Yuniasri et al., 2021). Beberapa studi seperti Dewantari et al. (2019); Elisa & Riduwan (2021), menemukan bahwa profitabilitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan berbeda dilaporkan oleh Farizki et al. (2021); Hidayat & Khotimah (2022), yang menyatakan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tidak signifikan.

Likuiditas juga menjadi perhatian penting karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu. Likuiditas yang tinggi menunjukkan risiko gagal bayar yang rendah, yang bisa memberi sinyal positif bagi investor. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bitu et al. (2021); Saputri & Giovanni (2021), menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari likuiditas terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak semua studi sejalan, Akbar & Fahmi (2020); Permana & Rahyuda (2018), justru menemukan bahwa likuiditas berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga diyakini memiliki kaitan erat dengan nilai perusahaan. Perusahaan berskala besar umumnya memiliki struktur yang lebih stabil dan akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan seperti pasar modal, yang pada akhirnya memperbesar peluang untuk meningkatkan nilai perusahaan (Suardana et al., 2020). Penelitian Bitu et al. (2021); Dewantari et al. (2019), menunjukkan pengaruh positif dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun, studi oleh Fajriah et al. (2022); Irawan & Kusuma (2019) menunjukkan hasil sebaliknya, di mana ukuran perusahaan justru berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Ketidakkonsistenan hasil dari berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya celah yang masih perlu dieksplorasi lebih lanjut (Akbar & Fahmi, 2020; Bitu et al., 2021; Elisa & Riduwan, 2021; Fajriah et al., 2022; Farizki et al., 2021; Saputri & Giovanni, 2021). Perbedaan temuan ini mungkin disebabkan oleh variasi dalam periode pengamatan, karakteristik perusahaan yang diteliti, atau perbedaan metode analisis yang digunakan. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan studi ulang guna memperoleh gambaran yang lebih utuh dan kontekstual. Terlebih lagi, perubahan situasi ekonomi nasional dan global pasca pandemi COVID-19 semakin memperkuat urgensi penelitian ini, khususnya pada sektor makanan dan minuman yang dikenal sebagai sektor dengan daya tahan relatif kuat.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada penggunaan data terkini dari periode 2020 hingga 2023, yang mencakup masa krisis serta fase pemulihan ekonomi nasional. Periode ini dipilih untuk menangkap dinamika perubahan nilai perusahaan secara lebih menyeluruh dalam konteks ekonomi yang belum sepenuhnya stabil. Selain itu, fokus pada sub sektor makanan dan minuman memberikan nilai tambah karena sektor ini termasuk dalam kategori kebutuhan pokok (*essential needs*) yang tetap memiliki permintaan meskipun terjadi krisis, menjadikannya menarik untuk dianalisis dari sisi keuangan dan nilai perusahaan.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Signalling

Teori signaling, yang diperkenalkan oleh Ross (1977) menjelaskan bahwa manajemen perusahaan sebagai pihak yang mengetahui kondisi internal perusahaan secara menyeluruh, memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada investor. Informasi ini disampaikan melalui laporan keuangan atau indikator tertentu seperti laba, likuiditas, maupun ukuran perusahaan. Ketika manajemen memberikan sinyal positif, misalnya melalui profitabilitas yang tinggi atau pengelolaan aset yang efisien, hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan. Akibatnya, harga saham dan nilai perusahaan pun cenderung meningkat (Hakim & Hindasah, 2025; Siswanti & Ngumar, 2019). Dalam hal ini, data keuangan berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan pasar, yang membantu mengurangi ketidakpastian dan membentuk citra positif di mata investor (Arifin, 2024; Sapna et al., 2025). Oleh karena itu, teori signaling menjadi pijakan penting dalam menjelaskan bagaimana informasi keuangan dapat memengaruhi nilai perusahaan (Mardevi et al., 2020).

Profitabilitas

Profitabilitas menjadi salah satu indikator utama untuk melihat sejauh mana perusahaan mampu mencetak laba dalam periode tertentu (Yuniastri et al., 2021). Tingkat profitabilitas biasanya menunjukkan bagaimana manajemen memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Ketika profitabilitas tinggi, hal ini menjadi sinyal positif bagi investor karena menunjukkan bahwa perusahaan punya potensi pertumbuhan yang kuat (Husna & Rahayu, 2020). Semakin besar laba yang dihasilkan, maka semakin besar pula peluang perusahaan dalam meningkatkan nilai bagi pemegang saham (Fadillah & Ilmi, 2022). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan Return on Assets (ROA), karena indikator ini mampu menunjukkan seberapa efektif perusahaan memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba (Satria, 2022).

Likuiditas

Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik biasanya dianggap lebih stabil dan mampu menghadapi tekanan keuangan dalam jangka pendek (Lestari & Sapari, 2021). Stabilitasnya arus kas menunjukkan bahwa perusahaan cukup sehat secara finansial,

sehingga dapat bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi (Satriani et al., 2024). Perusahaan dengan likuiditas yang sehat dinilai lebih menarik bagi investor karena risikonya lebih rendah (Ainnun & Hermawan, 2024). Dalam studi ini, likuiditas diukur menggunakan current ratio, karena rasio ini menunjukkan sejauh mana aset lancar perusahaan dapat digunakan untuk menutupi kewajiban jangka pendek (Putri & Ramadhan, 2023).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya skala operasional dan kapasitas bisnis suatu entitas. Perusahaan yang berukuran besar umumnya memiliki lebih banyak sumber daya dan akses yang lebih mudah terhadap pendanaan dari luar, seperti pembiayaan melalui pasar modal (Amaliyah & Herwiyanti, 2020). Selain itu, perusahaan besar sering kali dianggap lebih stabil dan mampu bertahan dalam persaingan industri (Givari et al., 2024). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural dari total aset, karena cara ini dianggap efektif untuk merepresentasikan total sumber daya ekonomi yang dimiliki oleh perusahaan (Nurabiah et al., 2023; Silalahi & Sembiring, 2020).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan bagaimana pasar menilai keberhasilan dan prospek suatu perusahaan. Nilai ini sering dikaitkan dengan harga saham dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan manfaat ekonomi bagi pemegang saham (Jemani & Erawati, 2020; Susesti & Wahyuningtyas, 2022). Ketika nilai saham meningkat, hal tersebut menunjukkan bahwa investor memiliki keyakinan terhadap masa depan perusahaan dan kemampuannya dalam menjaga keberlanjutan bisnis (Handoyo et al., 2022; Nopriyanto, 2024). Oleh karena itu, meningkatkan nilai perusahaan menjadi tujuan penting dalam pengelolaan keuangan strategis (Rosmawati et al., 2023). Dalam studi ini, nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), karena rasio ini memperlihatkan bagaimana pasar menghargai perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya (Elisa & Riduwan, 2021).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu (Yuniastri et al., 2021). Rasio ini mencerminkan efektivitas manajemen dalam memanfaatkan aset perusahaan untuk menciptakan keuntungan (Husna & Rahayu, 2020). Dalam perspektif teori signaling (Ross, 1977), profitabilitas yang tinggi berfungsi sebagai sinyal positif yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan dan potensi pertumbuhan yang baik di masa depan. Semakin besar laba yang dicatatkan, maka semakin kuat pula sinyal yang diterima investor mengenai kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai (Fadillah & Ilmi, 2022).

Sejumlah studi terdahulu mengindikasikan adanya hubungan positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Temuan dari Dewantari et al. (2019); Elisa & Riduwan (2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mencetak laba besar cenderung lebih menarik bagi investor. Fadillah & Ilmi (2022), juga menyatakan bahwa profitabilitas menjadi penentu penting dalam peningkatan nilai perusahaan karena menunjukkan efektivitas dalam pengelolaan aset. Berdasarkan landasan teori dan temuan empiris tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas mencerminkan seberapa baik perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara cepat dan efisien. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi umumnya menunjukkan kestabilan arus kas dan pengelolaan keuangan yang hati-hati, yang dapat mengurangi risiko gagal bayar dan meningkatkan keyakinan investor. Dalam kerangka teori signaling, kondisi likuiditas yang sehat dapat dianggap sebagai sinyal positif mengenai struktur keuangan jangka pendek yang kuat. Meski begitu, likuiditas yang terlalu tinggi juga bisa menimbulkan persepsi bahwa perusahaan belum optimal dalam mengalokasikan asetnya untuk ekspansi atau investasi produktif.

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena menunjukkan stabilitas finansial (Bita et al., 2021; Saputri & Giovanni, 2021). Manajemen kas yang efektif serta struktur keuangan yang solid memberikan rasa aman bagi investor terhadap potensi risiko keuangan (Saputra & Irawati, 2025). Hal ini dapat mendorong meningkatnya kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Yunita et al., 2022). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

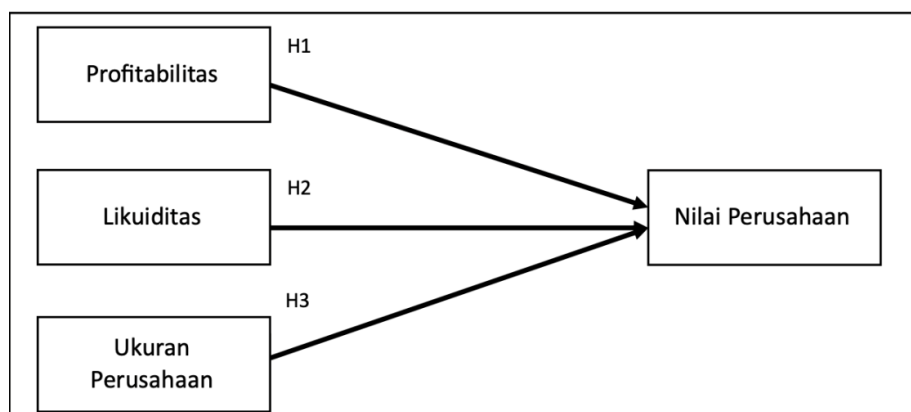
Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan seberapa besar skala usaha dan kapasitas operasional suatu entitas, yang biasanya ditentukan berdasarkan jumlah aset, penjualan, atau kapitalisasi pasar. Menurut teori signaling (Ross, 1977), perusahaan berskala besar mengirimkan sinyal kepada pasar mengenai stabilitas dan kekuatan bisnisnya. Perusahaan besar cenderung memiliki sumber daya lebih banyak, daya tahan yang lebih kuat terhadap tekanan ekonomi, serta kemampuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, sehingga dinilai memiliki potensi lebih besar dalam menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham.

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi positif terhadap nilai perusahaan (Bita et al., 2021; Dewantari et al., 2019). Ukuran yang besar sering kali dikaitkan dengan tingkat daya saing yang tinggi dan citra perusahaan yang lebih terpercaya (Firdaus & Rachendu, 2024). Perusahaan dengan aset dan pendapatan besar dianggap memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola risiko dan memanfaatkan peluang pasar (Dude et al., 2024). Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat asosiatif, yang difokuskan pada pengujian keterkaitan antara sejumlah variabel berdasarkan data masa lalu (Fitri et al., 2024; Kusuma et al., 2021). Pemilihan metode ini dimaksudkan untuk memperoleh hasil analisis yang objektif mengenai dampak profitabilitas, tingkat likuiditas, serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, melalui penerapan teknik analisis statistik. Adapun data yang digunakan bersumber dari laporan tahunan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga seluruh informasi yang dianalisis merupakan data sekunder.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini memfokuskan populasinya pada seluruh perusahaan yang beroperasi di sub sektor makanan dan minuman serta terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama rentang waktu 2020 hingga 2023. Pemilihan sub sektor ini dilatarbelakangi oleh karakteristiknya sebagai bagian dari kebutuhan pokok masyarakat, yang dinilai memiliki daya tahan lebih tinggi terhadap tekanan ekonomi, terutama selama dan setelah masa pandemi COVID-19. Sampel penelitian ditentukan melalui metode *purposive sampling*, yakni pemilihan unit analisis berdasarkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan studi ini, dengan rincian kriteria yang akan dijelaskan lebih lanjut.

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Kriteria Purposive Sampling	Total
1	Perusahan Sub Sektor Makanan dan Minuman	25
2	Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang delisting periode 2020-2023	(2)
3	Perusahaan sub Sektor Makanan dan Minuman yang mengalami kerugian periode 2020-2023	(8)
Total Sampel		17
Total Sampel selama periode 2020-2023		68

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis utama, yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengukur sejauh mana pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data yang digunakan dalam penelitian. Statistik ini mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari setiap variabel. Tujuan utamanya adalah untuk memahami pola distribusi dan kecenderungan data dari masing-masing variabel yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan regresi linier berganda, data terlebih dahulu diuji dengan serangkaian uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan valid dan tidak bias. Uji asumsi klasik yang diterapkan meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila nilai signifikansi (*p-value*) lebih besar dari 0,05, maka data dianggap terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mengecek apakah terdapat korelasi yang terlalu tinggi antar variabel bebas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* di atas 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak ditemukan indikasi multikolinearitas dalam model.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa varian residual dalam model bersifat konstan. Pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser. Jika nilai *p-value* lebih dari 0,05, maka model bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antar residual pada model regresi. Pengujian menggunakan metode *Durbin-Watson*. Jika nilai *Durbin-Watson* berada dalam rentang 0 hingga 2, maka model dianggap tidak mengandung autokorelasi dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh angka R-Square, di mana semakin tinggi nilainya, semakin besar pula pengaruh gabungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Regresi Linier Berganda

Tahapan ini merupakan inti dari pengujian hipotesis dalam penelitian. Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh simultan maupun parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel dependen. Hasil uji ini dianalisis berdasarkan nilai signifikansi (*p-value*) untuk tiap variabel. Jika nilai $p < 0,05$, maka hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima; sebaliknya, jika $p > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROFITABILITAS	68	.00	.31	.0997	.05982
LIKUIDITAS	68	.74	9.95	2.9617	1.91462
UKURAN PERUSAHAAN	68	.91	30.62	20.8384	8.67867
NILAI PERUSAHAAN	68	.01	24.61	4.1636	4.96933
Valid N (listwise)	68				

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Tabel 2 menampilkan ringkasan hasil statistik deskriptif dari 68 perusahaan yang menjadi objek penelitian. Rata-rata nilai profitabilitas yang diukur dengan *return on assets* (ROA) sebesar 0,0997, dengan nilai minimum 0,00 yang mengindikasikan adanya perusahaan yang mengalami kerugian dalam periode pengamatan. Rata-rata likuiditas berada pada angka 2,9617, menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki kemampuan yang cukup dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, meskipun terdapat variasi yang cukup lebar antar sampel. Untuk variabel ukuran perusahaan, nilai rata-rata sebesar 20,83 menggambarkan bahwa mayoritas perusahaan dalam sampel berasal dari kategori menengah hingga besar. Sedangkan untuk nilai perusahaan, rata-ratanya tercatat sebesar 4,16 dengan nilai maksimum mencapai 24,61, mencerminkan adanya perbedaan yang cukup besar dalam penilaian pasar terhadap masing-masing perusahaan. Secara keseluruhan, data ini memperlihatkan adanya keragaman karakteristik di antara perusahaan yang diteliti.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				Unstandardized Residual
N			68	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000	
	Std. Deviation		1.14393118	
Most Extreme Differences	Absolute		.101	
	Positive		.079	
	Negative		-.101	
Test Statistic			.101	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.084	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.085	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.077	
		Upper Bound	.092	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 743671174.

Sumber: SPSS (2025)

Merujuk pada Tabel 3, hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,84 dan *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,85. Kedua nilai tersebut berada jauh di atas ambang signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data

residual terdistribusi secara normal. Artinya, asumsi mengenai normalitas telah terpenuhi dan proses analisis regresi dapat dilanjutkan dengan keyakinan yang lebih tinggi terhadap validitas hasilnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.996	1.365		1.462	.149		
	PROFITABILITAS	.519	6.554	.010	.079	.937	.970	1.031
	LIKUIDITAS	-.252	.209	-.150	-1.209	.231	.934	1.071
	UKURAN PERUSAHAAN	.074	.046	.199	1.613	.112	.951	1.052
a. Dependent Variable: ABS_RES								

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai Tolerance yang melebihi 0,10 serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang masih berada di bawah angka 10. Secara rinci, VIF untuk variabel profitabilitas adalah 1,031, untuk likuiditas sebesar 1,071, dan untuk ukuran perusahaan sebesar 1,052. Nilai-nilai tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model, sehingga setiap variabel independen dapat dianalisis secara simultan tanpa memengaruhi kestabilan hasil regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.996	1.365		1.462	.149		
	PROFITABILITAS	.519	6.554	.010	.079	.937	.970	1.031
	LIKUIDITAS	-.252	.209	-.150	-1.209	.231	.934	1.071
	UKURAN PERUSAHAAN	.074	.046	.199	1.613	.112	.951	1.052

a. Dependent Variable: ABS_RES

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Mengacu pada Tabel 4, hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan melalui regresi terhadap nilai absolut residual menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel independen berada di atas batas signifikansi 0,05. Secara spesifik, nilai signifikansi untuk profitabilitas adalah 0,937, likuiditas sebesar 0,231, dan ukuran perusahaan sebesar 0,112. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas, sehingga varian residual dapat dianggap konstan dan model layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.503 ^a	.253	.218	4.39550	.945
a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS					
b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN					

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,945 menunjukkan bahwa tidak ditemukan indikasi autokorelasi dalam model regresi yang digunakan. Oleh karena itu, model memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi linier berganda.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1								
	(Constant)	1.553	1.899		.818	.417		
	PROFITABILITAS	24.385	9.115	.294	2.675	.009	.970	1.031
	LIKUIDITAS	-.847	.290	-.326	-2.917	.005	.934	1.071
	UKURAN PERUSAHAAN	.129	.063	.225	2.032	.046	.951	1.052
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN								

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas, yakni profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing variabel yang berada di bawah ambang batas 0,05.

1. Profitabilitas terbukti memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien regresi sebesar 24,385 dan nilai signifikansi 0,009. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka nilai perusahaan juga cenderung meningkat. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima.
2. Sementara itu, likuiditas menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien -0,847 dan signifikansi 0,005. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan likuiditas yang berlebihan justru dapat berdampak buruk terhadap nilai perusahaan, kemungkinan karena menunjukkan adanya kas atau aset lancar yang tidak dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) tidak didukung.
3. Ukuran perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien sebesar 0,129 dan tingkat signifikansi 0,046. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi, sehingga hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.503 ^a	.253	.218	4.39550	.945
a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS					
b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN					

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,253 menunjukkan bahwa kombinasi variabel profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan sekitar 25,3% variasi yang terjadi pada nilai perusahaan. Sementara itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,218 mengindikasikan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel, model ini secara efektif menjelaskan 21,8% dari perubahan nilai perusahaan. Adapun sisanya, yaitu sekitar 78,2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,009. Temuan ini sejalan dengan teori signaling yang diperkenalkan oleh Ross (1977), yang menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi merupakan sinyal kuat yang diberikan manajemen kepada investor terkait prospek masa depan perusahaan (Hakim & Hindasah, 2025). Ketika perusahaan mampu mencetak laba yang optimal dari penggunaan asetnya, hal ini mencerminkan efisiensi operasional serta potensi keberlanjutan kinerja, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan pasar (Husna & Rahayu, 2020; Yuniastri et al., 2021).

Hasil ini juga memperkuat temuan dari penelitian sebelumnya oleh Dewantari et al. (2019); Elisa & Riduwan (2021), yang menyatakan bahwa profitabilitas berperan dalam mendorong peningkatan nilai perusahaan. Laba yang lebih tinggi tidak hanya mencerminkan kinerja manajerial yang baik, tetapi juga memperkuat persepsi investor mengenai efektivitas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Dalam konteks sub sektor makanan dan minuman, hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas tetap menjadi indikator utama yang digunakan pasar dalam menilai nilai intrinsik dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Hasil ini tidak sejalan dengan ekspektasi awal maupun sejumlah studi sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Bitu et al. (2021); Saputri & Giovanni (2021), yang berpendapat bahwa likuiditas semestinya memberikan sinyal positif karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Namun, jika ditinjau dari perspektif teori signaling, tingkat likuiditas yang terlalu tinggi dapat ditafsirkan sebagai kurang optimalnya pemanfaatan aset lancar dalam menciptakan pendapatan atau melakukan investasi produktif (Saputra & Irawati, 2025).

Dalam konteks perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang umumnya lebih tahan terhadap krisis, akumulasi kas atau aset lancar yang tidak digunakan secara maksima justru dapat menimbulkan persepsi negatif dari investor. Investor mungkin melihat bahwa perusahaan tidak cukup agresif dalam melakukan ekspansi atau inovasi, sehingga menurunkan harapan

terhadap potensi pertumbuhan nilai saham. Oleh karena itu, hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Akbar & Fahmi (2020); Permana & Rahayu (2018), yang menemukan bahwa likuiditas dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan ketika dana yang tersedia tidak dimanfaatkan secara strategis.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,046. Temuan ini konsisten dengan teori signaling yang dikemukakan oleh Ross (1977), yang menyatakan bahwa perusahaan berskala besar biasanya memberikan sinyal kepada pasar mengenai kekuatan operasional, kestabilan finansial, serta kemampuan untuk mengakses berbagai sumber daya secara lebih luas (Mardevi et al., 2020). Perusahaan besar juga cenderung dipandang lebih terpercaya oleh investor dan memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh pendanaan eksternal maupun membangun reputasi jangka panjang (Amaliyah & Herwiyanti, 2020; Silalahi & Sembiring, 2020).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Bitu et al. (2021); Dewantari et al. (2019) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki korelasi positif terhadap nilai perusahaan. Dalam konteks industri makanan dan minuman yang memiliki rantai pasok dan pasar yang luas, skala usaha yang besar memberikan keuntungan kompetitif seperti efisiensi biaya dan daya tawar yang lebih tinggi. Investor cenderung memandang perusahaan besar lebih mampu bertahan dalam tekanan ekonomi dan mengambil peluang ekspansi, yang pada akhirnya meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan tersebut (Dude et al., 2024; Firdaus & Rachendu, 2024).

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas serta ukuran perusahaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, likuiditas justru memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Dengan kata lain, perusahaan yang mampu menghasilkan laba lebih tinggi dan memiliki skala usaha yang besar cenderung dinilai lebih tinggi oleh investor. Sebaliknya, tingkat likuiditas yang berlebihan dapat menurunkan nilai perusahaan karena mencerminkan kurang optimalnya pemanfaatan aset. Temuan ini menekankan pentingnya strategi pengelolaan keuangan yang efektif dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan di mata pasar.

Penelitian ini hanya mempertimbangkan tiga variabel independen, yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, sehingga belum memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur kepemilikan, tingkat utang (leverage), maupun faktor ekonomi makro. Selain itu, ruang lingkup penelitian dibatasi pada perusahaan yang bergerak di sub sektor makanan dan minuman selama periode 2020 hingga 2023. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan untuk seluruh sektor industri yang ada di Indonesia.

Penelitian di masa mendatang, disarankan agar memasukkan variabel tambahan yang relevan, seperti tingkat leverage, struktur kepemilikan, atau aspek tata kelola perusahaan, guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, memperluas cakupan sampel ke sektor industri lain atau memperpanjang periode observasi juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait fluktuasi nilai perusahaan dalam berbagai situasi ekonomi yang berbeda.

REFERENSI

- Ainnun, G. N., & Hermawan, H. (2024). Analisis Rasio Likuiditas Dan Rasio Solvabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2013-2022. *Journal of Research and Publication Innovation*, 2(4), 1585–1598.
- 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.
- Amaliyah, F., & Herwiyanti, E. (2020). Pengaruh keputusan investasi, ukuran perusahaan, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 39–51.
- Arifin, S. (2024). Analisis Dampak Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Kepercayaan Investor. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 213–220.
- Bitu, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh profitabilitas likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298–306.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74–83.
- Dude, S., Machieu, S. R., & Hippy, M. Z. (2024). Pengaruh Return on Equity dan Firm Size terhadap Price Book Value pada Perusahaan Sektor Pertanian Sub Sektor Perikanan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *El-Economica*, 1(2), 74–85.
- Elisa, N., & Riduwan, A. (2021). Pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4).
- Fadillah, Y., & Ilmi, A. D. (2022). Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Mengukur Kinerja Keuangan Pt. Jasa Raharja Perwakilan Parepare. *MONETA*, 52–64.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12.
- 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>
- Firdaus, M., & Rachendu, S. (2024). Pengukuran Kinerja Perusahaan Kontraktor Telko Dengan Metode Benchmarking:(Studi Kasus PT. LUM). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(5), 32–38.
- Fitri, R. K., Nurabiah, N., & Priyambodo, V. K. (2024). Does financial technology moderate the relationship between intellectual capital and company performance? Empirical study in Indonesian banking. *New Applied Studies in Management, Economics & Accounting*, 7(1), 79–97.
- Givari, M. A., Yantiana, N., Rusmita, S., & Novarty, H. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tangibility, Risiko Bisnis terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Indeks SRI-KEHATI. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(3), 209–217.
- Hakim, M. L., & Hindasah, L. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Keuangan, Struktur

- Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 908–932.
- Handoyo, F., Akram, A., & Nurabiah, N. (2022). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2021). *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(2), 107–117. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i2.169>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8.
- Husna, R., & Rahayu, Y. (2020). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(1).
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Jemani, K. R., & Erawati, T. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 28(1), 51–70.
- JH, E. W., Widyastuti, T., & Bahri, S. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Arus Kas Bebas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *EKOBISMAN: JURNAL EKONOMI BISNIS MANAJEMEN*, 6(1), 17–34.
- Komalasari, D. N., & Yulazri, Y. (2023). Pengaruh pengungkapan likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 470–479.
- Kusuma, S., Akram, & Nurabiah. (2021). Pengaruh Luas Pengungkapan Sukarela Terhadap Nilai Perusahaan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi (RISMA)*, 19, 170–179.
- Lestari, P. D., & Sapari, S. (2021). Pengaruh profitabilitas, dan likuiditas terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 10(3).
- Mardevi, K. S., Suhendro, S., & Dewi, R. R. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(2), 36–47.
- Nirawati, L., Samsudin, A., Stifanie, A., Setianingrum, M. D., Syahputra, M. R., Khrisnawati, N. N., & Saputri, Y. A. (2022). Profitabilitas dalam perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 60–68.
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12.
- Nurabiah, Pusparini, H., & Fitriyah, N. (2023). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan E-Commerce Yang Dimoderasi Leadership. *Jurnal Distribusi*, 11(2), 1–14.
- Permana, A. A. N. B. A., & Rahyuda, H. (2018). *Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, dan inflasi terhadap nilai perusahaan*. Udayana University.
- Putri, L. A., & Ramadhan, M. I. (2023). Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Terhadap

- Harga Saham. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1113–1123.
- Rosmawati, W., Harahap, I., Asry, S., Mary, H., & Indriyenni, I. (2023). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 733–742.
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: the incentive-signalling approach. *The Bell Journal of Economics*, 23–40.
- Sapna, A., Said, S., & Mellisyah, M. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan:(Studi Kasus Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023). *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1126–1144.
- Saputra, F. A., & Irawati, Z. (2025). Profitabilitas, Likuiditas, dan Kecukupan Modal: Sebuah Studi tentang Pengaruhnya terhadap Nilai Bank Syariah. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 400–412.
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Competence: Journal of Management Studies*, 15(1), 90–108.
- Satria, R. (2022). Pengaruh Current Ratio (Cr) Dan Debt To Equity Ratio (Der) Terhadap Return on Asset (Roa) Pada Pt Mayora Indah Tbk Periode 2009–2020. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(2), 440–447.
- Satriani, S., Uluelang, M. L., & Anwar, D. R. (2024). Evaluasi Pengaruh Strategi Manajemen Arus Kas terhadap Stabilitas Keuangan Perusahaan di Masa Krisis Ekonomi. *YUME: Journal of Management*, 7(2), 1566–1570.
- Silalahi, L., & Sembiring, S. (2020). Pengaruh Laba Bersih, Total Arus Kas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Asuransi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 47–70.
- Siswanti, D. E., & Ngumar, S. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(2).
- Suardana, I. K., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2020). Pengaruh profitabilitas, kebijakan utang, kebijakan dividen, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2(2).
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49.
- Yuniastri, N. P. A., Endiana, I. D. M., & Kumalasari, P. D. (2021). Pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2017-2019. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1).
- Yunita, R. A., Hani, S., Astuty, W., & Sari, E. N. (2022). Pengaruh Keputusan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi Oleh Return On Asset. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 142–156.