

PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Riska Dwi Amelia

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Dirvi Surya Abbas

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Hesty Ervianni Zulaecha

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Sigit Budi Santoso

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Email: riskadwiaml@yahoo.com

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of company growth, leverage, profitability, and company size on company value in food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2018–2021 period. The study population was 39 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) with a study period of 4 years. The sample selection method is purposive sampling and there are 8 companies that match the sample criteria. The data analysis method uses panel data and ordinary least squares (OLS). The results of hypothesis testing show that partially Firm Growth has a negative and significant effect on firm value, Leverage has a negative and significant effect on firm value, Profitability has a negative and significant effect on firm value, and Company Size has a positive and significant effect on firm value. Simultaneously there is a significant influence of company growth, leverage, profitability, company size on firm value.

Keywords: *Sales Growth, Leverage, Profitability, Firm Size, and Firm Value.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan, leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018–2021. Populasi penelitian adalah 39 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian selama 4 tahun. Metode pemilihan sampel adalah purposive sampling dan terdapat 8 perusahaan yang sesuai dengan kriteria sampel. Metode analisis data menggunakan data panel dan ordinary least squares (OLS). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh

negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari pertumbuhan perusahaan, leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Pertumbuhan Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.

Pendahuluan

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam industri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tercapai. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* yaitu meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi resepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya, nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Hermuningsih, 2012).

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Novari & Lestari, 2016). Dengan adanya tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, berarti menuntut perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk juga selalu memperhitungkan akibatnya terhadap nilai atau harga sahamnya. Bagi manajemen, nilai suatu perusahaan dapat memberikan petunjuk mengenai apa yang dipikirkan oleh investor atas kinerja perusahaan di masa lalu serta prospek perusahaan di masa yang akan datang (Febrianti, 2012).

Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan melaksanakan fungsi manajemen keuangan yaitu keputusan pendanaan, keputusan investasi, dan kebijakan dividen. Semua perusahaan yang terdaftar di BEI tentunya ingin agar harga saham perusahaannya yang dijual memiliki potensi harga tinggi dan menarik minat para investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Setiap perusahaan yang sudah *go public* tentunya ingin memperlihatkan kepada investor bahwa perusahaan mereka salah satu alternatif investasi yang tepat. Maka dari itu, manajemen keuangan yang efektif sangat penting untuk kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan (Putra & Lestari, 2016).

PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya; profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan. Penelitian – penelitian sebelumnya terkait dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan diantaranya dilakukan oleh (Febrianti, 2012), (Hermuningsih, 2012), (Novari & Lestari, 2016) yang memperoleh hasil yang cukup beragam. Penelitian ini dilakukan karena nilai perusahaan berhubungan dengan karakteristik objektif perusahaan.

Alasan peneliti menggunakan objek penelitian di perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang keberadaannya memiliki peranan yang sangat strategis serta memiliki tingkat produksi yang berkelanjutan karena produk yang dihasilkan dari perusahaan manufaktur sub sektor ini sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari, sehingga naik turunnya variabel yang akan diteliti oleh penulis dapat mencerminkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil tidak konsisten, maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Perumusan masalah antara lain apakah profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan? Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi acuan bagi manajer dalam mengambil kebijakan terkait nilai perusahaan, menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan agar dapat mengetahui faktor – faktor apa saja yang dapat menjadi bahan pertimbangan investor dan calon investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan yang tepat.

Landasan Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori sinyal atau *Signalling Theory* yang merupakan suatu tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memberi rambu – rambu kepada para investor tentang bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan dimasa mendatang. Dengan adanya sinyal tersebut, investor akan dapat mengambil keputusan untuk menanamkan modalnya atau tidak. Jika sinyal yang diberikan baik maka investor akan cenderung menginvestasikan modalnya pada perusahaan sehingga harga saham akan tinggi dan nilai perusahaan akan meningkat.

Nilai perusahaan menerangkan nilai perusahaan sebagai suatu kondisi pencapaian perusahaan atas kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan tercermin pada harga sahamnya, dimana tingginya harga saham meningkatkan nilai perusahaan (Umbung et al., 2021).

Perusahaan dengan pertumbuhan aset yang baik adalah perusahaan yang mampu untuk mengelola sumberdaya untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat menambah aset yang telah dimiliki. Perusahaan dengan pertumbuhan aset yang besar adalah perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan profit. Hasil penelitian yang dilakukan (suwardika dan mustanda, 2017) memberikan bukti empiris bahwa pertumbuhan aset dapat meningkatkan nilai perusahaan akibat adanya harapan investor atas keuntungan yang diperoleh dimasa depan.

H1: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Leverage adalah suatu resiko keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan hutang. Menurut penelitian dari (Rudangga & Sudiarta, 2016) menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H2: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

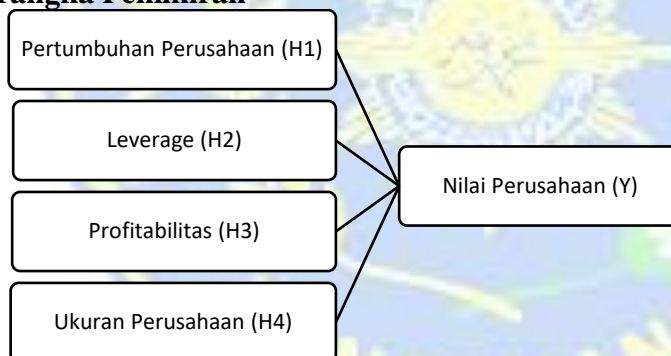
Profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu. Untuk dapat melangsungkan kegiatan operasinya, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Investor akan tertarik dengan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi. Sehingga, profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Setyani, 2018).

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva perusahaan. Perusahaan besar akan lebih mudah mengakses ke pasar modal karena perusahaan besar lebih fleksibel untuk mendapatkan dana. Dalam menanamkan modalnya, investor akan mempertimbangkan ukuran perusahaan, karena ukuran perusahaan yang besar dianggap telah berkembang dan memiliki kinerja yang baik (Novari & Lestari, 2016).

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kerangka Pemikiran



Metode Penelitian

Pada penelitian ini data yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang tahun 2018-2021. Data penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. *Purposive sampling* diterapkan dalam penentuan sampel penelitian ini dengan memperhatikan kriteria tertentu. Kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tanggal 31 Desember 2018 hingga 31 Desember 2021.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) selama periode 2018-2021 secara berturut-turut.
3. Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah.
4. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode 2018–2021.

PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat 8 perusahaan yang dapat memenuhi kriteria dengan periode penelitian 4 tahun, sehingga terdapat 32 laporan keuangan perusahaan sebagai total data yang akan digunakan dalam penelitian. Nilai perusahaan merupakan variabel terikat (independen) dalam penelitian ini sedangkan variabel bebas yang dapat mempengaruhinya adalah pertumbuhan perusahaan, leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar yang direfleksikan melalui performa perusahaan yang terlihat dari harga sahamnya. Proksi dari nilai perusahaan yang digunakan adalah *Price Book to Value*, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}} \times 100\%$$

Pertumbuhan Perusahaan

Sales growth atau pertumbuhan perusahaan diartikan sebagai sebuah indikator yang menggambarkan bagaimana perkembangan perusahaan pada suatu periode tertentu yang memperlihatkan performa perusahaan pada titik optimal yang akan memiliki dampak pada nilai perusahaan yang meningkat. Adapun rumus dari pertumbuhan perusahaan ialah:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\%$$

Leverage

Leverage menjadi rasio yang dapat menghitung seberapa tinggi perusahaan menggunakan permodalan yang berasal dari hutang. *Debt to Equity Ratio* digunakan sebagai rasio pengukuran variabel *leverage*. Adapun rumus perhitungan dari rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan yang menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam kegiatan operasional perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan *Return On Assets* dengan rumus:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Setelah}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Dalam mengklasifikasikan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan digunakanlah skala untuk mengukur agar dapat menentukan klasifikasi perusahaan, adapun metode untuk mengukurnya dapat ditinjau dari nilai total aset perusahaan, nilai logaritma dari total aset perusahaan, nilai pasar saham, dan sebagainya. Proksi yang digunakan untuk melihat tingkat ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

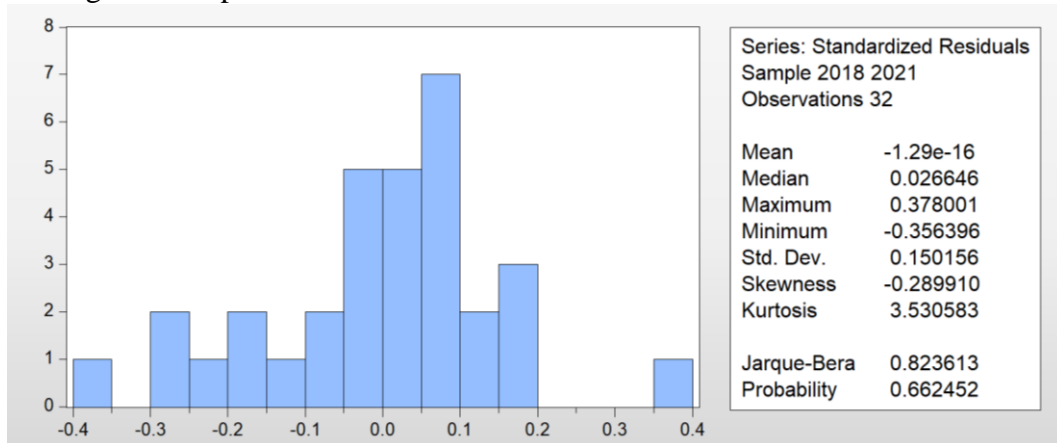
$$\text{Size} = \text{Ln}(\text{Total Asset})$$



PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Hasil Dan Pembahasan Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu nilai perusahaan serta empat variabel independen yaitu, ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif dari masing – masing variabel penelitian:



Tabel 1. Analisis Deskriptif

	PBV	GROWTH	DER	ROA	SIZE
Mean	5,22	0,05	0,74	0,13	2902,031
Maximum	3,49	0,47	1,77	0,42	3240,00
Minimum	28,88	-0,47	0,12	0,04	2736,00
Std. Dev	7,00	0,17	0,53	0,08	146,49
Observations	32	32	32	32	32

Sumber: Olah Data Sekunder

Variabel Y dalam penelitian ini merupakan nilai perusahaan yang diprosikan oleh *Price Book to Value* (PBV). Berdasarkan tabel di atas, rata-rata untuk variabel Y ini adalah 5,22%. Hal ini berarti bahwa dalam satu periode laporan keuangan, perusahaan rata-rata memiliki nilai PBV sebesar 5,22%. Nilai PBV paling rendah di tahun 2021 dengan nilai 3,49% dan nilai perusahaan tertinggi di tahun 2021 dengan nilai 28,88%.

Variabel pertumbuhan perusahaan dalam penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,05%. Nilai pertumbuhan perusahaan terendah terjadi di tahun 2021 dengan nilai -0,47% sedangkan pertumbuhan perusahaan tertinggi terjadi di tahun 2021 dengan nilai 0,47%. Variabel *leverage* dalam penelitian ini yang diprosikan oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan rata-rata sebesar 0,74%. Nilai DER terendah di tahun 2021 dengan nilai 0,12% sedangkan tingkat *leverage* tertinggi terjadi di tahun 2021 dengan nilai 1,77%. Profitabilitas atau *Return On Assets* (ROA) menunjukkan rata-rata sebesar 0,13%. Nilai ROA terendah di tahun 2021 dengan nilai 0,04% sedangkan tingkat ROA tertinggi terjadi di tahun 2021 dengan nilai 0,42%. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menunjukkan nilai rata-rata 29%. Nilai ukuran perusahaan terendah di tahun 2021 dengan nilai 28% sedangkan ukuran perusahaan tertinggi terjadi di tahun 2021 dengan nilai 3,49%.

Hasil Uji Normalitas

Gambar 2. Uji Normalitas Data

Sumber: Olah data Sekunder

Hasil uji normalitas dalam program Eviews di atas terlihat nilai probability Jarque-Bera sebesar $0,6624 > 0,67$ ($\alpha = 67\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal.

Hasil Uji Pemilihan Model

Hasil Uji Chow

Tabel 2. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.756739	(27,56)	0.7831
Cross-section Chi-square	28.305480	27	0.3954

Sumber: Olah Data Sekunder

Hasil uji chow pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai prob. *Cross-section Chi square* $> 0,05$ ($0,39 > 0,05$), sehingga model yang terpilih adalah *Common Effect*. Berdasarkan hasil Uji Chow yang telah dilakukan, model yang terpilih adalah *Common Effect Model* (CEM).

Hasil Uji t

Hasil pengujian variabel *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil output dengan nilai probabilitas $< 0,05$ ($0,0038 < 0,05$) dan nilai koefisien sebesar 0,2936. Output tersebut menunjukkan bahwa *leverage* yang diprosikan oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI. Hasil ini sejalan dengan *trade off theory* yang menyatakan bahwa penggunaan utang yang terlalu tinggi akan mengurangi nilai perusahaan. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan meningkatkan biaya *financial distress*, hal ini mengindikasikan bahwa risiko perusahaan juga akan lebih tinggi sehingga berdampak negatif terhadap nilai perusahaan khususnya yang diukur dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hasibuan et al., 2016) dan (Mulyanto, 2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian (Yusmanianti et al., 2020).

Hasil pengujian variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil output dengan nilai probabilitas $< 0,05$ ($0,0407 < 0,05$) dan nilai koefisien sebesar 0,0134. Output tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur listing di BEI. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan dan jika semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin kecil pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan manufaktur yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan (Prasetyorini, 2013). Oleh karena itu, ukuran perusahaan yang ditinjau dari total aset yang tinggi akan mendorong peningkatan pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh peneliti terdahulu (Eka, 2018)

PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian variabel *sales growth* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil output dengan nilai probabilitas $< 0,05$ ($0,0338 < 0,05$) dan nilai koefisien sebesar $-0,0924$. Output tersebut menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi jika tidak diikuti oleh *receivable turnover* yang tinggi pula, justru akan menjadi sinyal negatif bagi pasar, karena akan mengganggu *cash flow*. Alasan lainnya ialah karena tingkat penjualan yang tinggi dikhawatirkan justru perusahaan sedang berada pada titik puncak *cycle product*. Akibatnya, pada kondisi ini dikhawatirkan perusahaan sudah tidak dapat tumbuh lagi. Kekhawatiran ini yang mengurungkan minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, akibatnya nilai perusahaan akan menurun (Astutik, 2017). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Astutik, 2017) dan (Mandalika, 2016) dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Santoso & Budiarti, 2020).

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu variabel *leverage*, profitabilitas, dan *sales growth* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian yaitu periode pengamatan yang terbatas sehingga masih diperlukan data untuk mendapatkan hasil yang signifikan. Atas keterbatasan tersebut, disarankan untuk penelitian selanjutnya yang memakai objek penelitian berbeda seperti pertambangan, perbankan, atau BUMN dapat memberikan variasi jumlah sampel, periode pengamatan, dan menggunakan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan seperti *Return on Assets* (ROA), Inflasi atau nilai tukar rupiah. Hasil penelitian ini berkontribusi sebagai bahan pertimbangan para investor sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya di perusahaan manufaktur dan juga berkontribusi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan.

Daftar Pustaka

- Astutik, D. (2017). Pengaruh Aktivitas Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Industri Manufaktur). *Jurnal STIE Semarang*, 9(1).
- Eka, H. (2018). Corporate finance and firm value in the Indonesian manufacturing companies. *Business Studies*, 11(2), 113–127.
- Febrianti, M. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Industri Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 14(2), 141–156.
- Hasibuan, V., Ar, M. D., & Endang, N. G. W. (2016). *Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012-2015)*. Brawijaya University.

- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh profitabilitas, size terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2).
- Mandalika, A. (2016). PENGARUH STRUKTUR AKTIVA, STRUKTUR MODAL, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PUBLIK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (STUDI PADA SEKTOR OTOMOTIF. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Mulyanto, D. N. (2021). *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Perputaran Modal Kerja terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 183–196.
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). 253133-Pengaruh-Kebijakan-Dividen-Likuiditas-Pr-3Fa88Dfa. *Akuntansi*, 5(7), 4044–4070.
- Rudangga, I., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(5), 253779.
- Santoso, B. A., & Budiarti, A. (2020). Profitabilitas Sebagai Mediasi Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 45–57.
- Setyani, A. Y. (2018). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 14(1), 15–24.
- suwardika dan mustanda. (2017). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Umumnya suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya , baik tujuan jangka panjang misalnya mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham*. 6(3), 1248–1277.
- Umbung, M. H., Ndoen, W. M., & Amtiran, P. Y. (2021). Pengaruh Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 211–225. <https://doi.org/10.37932/ja.v10i2.387>
- Yusmaniarti, Y., Setiorini, H., & Pitaloka, L. (2020). Influence Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Indonesia. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(4), 406–418.