

Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Makanan dan Restoran PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024

Tri Wulandari^{1*}, Rudy Bodewyn Mangasa Tua²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Corresponding author: triwllan0703@gmail.com, dosen01033@unpam.ac.id

Diterima: 13 Februari 2026

Direvisi : 22 Februari 2026

Disetujui : 24 Februari 2026

ABSTRACT

Purpose This study aims to examine the effect of profitability, leverage, and sales growth on firm value at PT Fast Food Indonesia Tbk for the period 2015–2024, both partially and simultaneously. The study uses 10 observational samples ($n = 10$) obtained through a saturated sampling technique, as the entire population data were used as the research sample.

Methods This research employs an associative quantitative method. Data analysis was conducted using descriptive statistical tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (Adjusted R^2) test, t -test, and F -test.

Findings The results indicate that profitability and leverage have a partially significant effect on firm value. Meanwhile, sales growth does not have a partially significant effect. Simultaneously, the three variables have a significant effect on the firm value of PT Fast Food Indonesia Tbk.

Implication Based on the study, profitability and leverage have a significant impact on firm value. Companies are advised to improve efficiency, maximize profits, and manage debt optimally, while investors should consider these factors before investing.

Keywords Profitability, Leverage, Sales Growth, Firm Value.

ABSTRAK

Tujuan Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk periode 2015–2024, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan 10 sampel observasi yang diperoleh melalui teknik sampling jenuh, karena seluruh data populasi digunakan sebagai sampel penelitian.

Metode Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Analisis data dilakukan menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (Adjusted R^2), uji t , dan uji F .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan PT Fast Food Indonesia Tbk.

Implikasi Berdasarkan penelitian, profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan disarankan meningkatkan efisiensi, memaksimalkan laba, dan mengelola utang dengan optimal, sementara investor sebaiknya memperhatikan kedua faktor ini sebelum berinvestasi.

Kata Kunci Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan.

1. Pendahuluan

Industri makanan cepat saji di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya konsumsi masyarakat, urbanisasi, dan perubahan gaya hidup yang menuntut kepraktisan. Kondisi tersebut membuat perusahaan di sektor ini dituntut untuk menjaga kinerja keuangan dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan. Dalam konteks industri yang dinamis ini, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting yang menggambarkan persepsi investor mengenai prospek usaha dan stabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

Salah satu perusahaan besar di sektor ini adalah PT Fast Food Indonesia Tbk, pemegang lisensi KFC di Indonesia. Perusahaan ini menghadapi perubahan signifikan pada kinerja keuangannya sepanjang periode 2015–2024. Laporan keuangan menunjukkan bahwa profitabilitas yang sebelumnya stabil mengalami penurunan tajam hingga mencapai angka negatif sejak 2020. Penurunan tersebut berasal dari peningkatan beban operasional serta penurunan efektivitas aktivitas penjualan. Leverage perusahaan juga meningkat drastis dalam beberapa tahun terakhir, menandakan ketergantungan yang lebih tinggi terhadap pendanaan berbasis utang. Selain itu, pertumbuhan penjualan mengalami fluktuasi tajam yang mengindikasikan ketidakstabilan pendapatan operasional. Perubahan kondisi operasional dan finansial tersebut menunjukkan adanya tekanan internal maupun eksternal yang memengaruhi kemampuan perusahaan mencapai tujuan bisnisnya secara optimal.

Salah satu tekanan eksternal terbesar dialami perusahaan pada akhir tahun 2023 ketika muncul seruan boikot yang disebabkan oleh isu geopolitik Palestina Israel. Meskipun tidak terdapat bukti langsung mengenai keterkaitan perusahaan dengan konflik tersebut, opini publik yang terbentuk melalui media sosial berdampak besar pada perilaku konsumen. Penurunan jumlah pelanggan berkontribusi terhadap penurunan pendapatan dan meningkatnya beban operasional, yang pada akhirnya memperburuk kinerja keuangan perusahaan. Kejadian ini menunjukkan bagaimana sentimen masyarakat dapat memengaruhi perusahaan secara signifikan, meskipun bukan berasal dari faktor internal perusahaan.

Tabel 1. Kinerja Keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk Tahun 2023–2024

Keterangan	2023	2024	Perubahan
Pendapatan (Rp triliun)	5,93	4,87	Turun 17,85%
Rugi Usaha (Rp miliar)	301,93	784,00	Naik 159,72%

Sumber: Annual Report PT Fast Food Indonesia Tbk (2024)

Menariknya, meskipun kinerja operasional mengalami tekanan, nilai perusahaan yang diprosikan melalui Price to Book Value (PBV) justru meningkat dan mencapai nilai tertinggi pada tahun 2024. Perbedaan arah antara nilai pasar dan kinerja fundamental tersebut menunjukkan bahwa respons pasar terhadap informasi keuangan perusahaan tidak selalu berjalan searah dengan kondisi laba yang dilaporkan. Investor dapat mempertimbangkan berbagai indikator keuangan dalam menilai prospek perusahaan, termasuk profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang beragam mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta memberikan sinyal positif kepada investor (Oktaviani, Satriansyah, & Widianingrum, 2024: 210). Namun, penelitian lain menemukan bahwa pengaruh profitabilitas tidak selalu signifikan dan sangat dipengaruhi oleh kondisi industri serta periode pengamatan (Putri & Suarjaya, 2024: 1035).

Temuan mengenai leverage juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena meningkatnya risiko keuangan dan beban bunga yang harus ditanggung perusahaan (Larasati & Betharia, 2024: 175). Di sisi lain, terdapat penelitian yang menyimpulkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ketika struktur modal masih dalam batas optimal (Kartini & Wirajaya, 2025: 88).

Demikian pula dengan pertumbuhan penjualan yang menunjukkan variabilitas hasil penelitian. Pertumbuhan penjualan dalam beberapa studi terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena menunjukkan ekspansi usaha dan peningkatan kinerja operasional (Arianto, Samanto, & Kusuma, 2023: 1542). Namun, penelitian lain menyatakan bahwa pengaruh tersebut bergantung pada stabilitas sektor serta kondisi eksternal perusahaan (Patimah et al., 2025: 64).

Berdasarkan studi literatur terbaru, *state of the art* penelitian ini menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai determinan nilai perusahaan masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian terdahulu juga cenderung menggunakan sampel lintas perusahaan sehingga kurang memberikan pemahaman mendalam terhadap perilaku satu perusahaan besar dalam jangka panjang. Selain itu, sebagian penelitian sebelumnya belum mempertimbangkan faktor eksternal, seperti boikot dan dinamika opini publik, yang dapat memengaruhi kinerja dan persepsi pasar terhadap perusahaan. Penelitian dengan rentang data yang panjang, khususnya periode 2015–2024, juga masih terbatas dilakukan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada satu entitas dalam periode panjang untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial terhadap nilai perusahaan serta menguji pengaruhnya secara simultan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman mengenai hubungan antarvariabel, tetapi juga memberikan gambaran mengenai faktor mana yang paling dominan memengaruhi nilai perusahaan dalam konteks perusahaan makanan cepat saji.

Originalitas penelitian ini terletak pada penggunaan data jangka panjang selama sembilan tahun (2015–2024) dan mempertimbangkan kondisi eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan secara langsung, seperti boikot tahun 2023. Selain itu, penelitian ini berfokus pada satu perusahaan besar yang konsisten berada dalam industri yang sama, sehingga memberikan kedalaman analisis yang lebih kuat dibandingkan studi komparatif lintas perusahaan. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola hubungan antara variabel keuangan dan nilai perusahaan dalam konteks yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi manajemen PT Fast Food Indonesia Tbk, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi operasional dan keuangan guna meningkatkan nilai perusahaan. Bagi investor, hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai indikator fundamental apa saja yang layak dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan investasi. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini memberikan kontribusi empiris penting dalam memperkaya literatur mengenai determinan nilai perusahaan pada industri makanan cepat saji yang sangat dinamis, sehingga dapat menjadi rujukan untuk penelitian lanjutan.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Signaling Theory

Teori sinyal (*signaling theory*) diperkenalkan oleh Michael Spence (1973) dan dikembangkan oleh Stephen A. Ross (1977). Teori ini menjelaskan bahwa dalam kondisi asimetri informasi, pihak yang memiliki informasi lebih (manajemen) akan menyampaikan sinyal kepada pihak eksternal (investor) guna mengurangi ketidakpastian. Sinyal tersebut umumnya disampaikan melalui laporan keuangan dan indikator kinerja perusahaan. Dalam konteks keuangan, informasi seperti profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan merupakan bentuk sinyal yang mencerminkan kondisi dan prospek perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan menghasilkan laba, leverage mencerminkan struktur pendanaan dan tingkat risiko, sedangkan pertumbuhan penjualan mengindikasikan ekspansi dan daya saing perusahaan.

Menurut Suganda (2018) dalam Prasetyo dkk. (2022:2052), sinyal yang disampaikan manajemen dapat memengaruhi persepsi dan keputusan investor terhadap perusahaan. Dengan demikian, teori sinyal memberikan landasan konseptual dalam menjelaskan bagaimana informasi keuangan yang dipublikasikan perusahaan dapat memengaruhi respons pasar dan nilai perusahaan.

Manajemen Keuangan

Setiap perusahaan membutuhkan dana untuk menjalankan kegiatan operasional harian serta mengembangkan usahanya. Dana tersebut dapat berupa modal kerja maupun investasi dalam aset tetap. Untuk memenuhinya, perusahaan harus mampu menentukan sumber pendanaan yang paling efisien, dan memiliki beban biaya paling rendah. Pengelolaan keuangan yang tepat menjadi faktor utama dalam mencapai keberhasilan jangka panjang. Menurut Irfani (2020) manajemen keuangan adalah aktivitas pengelolaan keuangan perusahaan yang berhubungan dengan usaha mencari dan menggunakan dana secara efektif, dan efisien guna mewujudkan tujuan dari perusahaan. Penerapan manajemen keuangan yang baik juga membantu perusahaan dalam mencapai stabilitas keuangan, dan memaksimalkan nilai yang dihasilkan.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan dibuat untuk mengumpulkan informasi keuangan sehingga perusahaan dapat membuat atau mengambil keputusan yang tepat untuk keberlangsungan perusahaan. Menurut Kasmir (2019:7) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah kondisi terkini, kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaan pada tanggal tertentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi).

Rasio Keuangan

Menurut Hery (2018) dalam Simorangkir dkk. (2023:15) rasio keuangan merupakan suatu perhitungan dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan membantu menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban, mengelola aset, menghasilkan laba, serta menunjukkan efektivitas dan efisiensi operasional melalui interpretasi angka-angka keuangan yang disajikan.

Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017) dalam Nugroho (2022:32) nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat

dipercaya oleh investor. Nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), yaitu merupakan perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku perlembar saham.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Menurut Kasmir (2019) dalam Zakiyah dkk (2022:156). rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang besar bagi para pemegang saham. Semakin tinggi rasio profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka akan semakin menarik investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan *Return on Assets* (ROA), yaitu rasio yang menggambarkan seberapa besar laba bersih yang dihasilkan dari total aset perusahaan. Semakin tinggi ROA, semakin besar kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan.

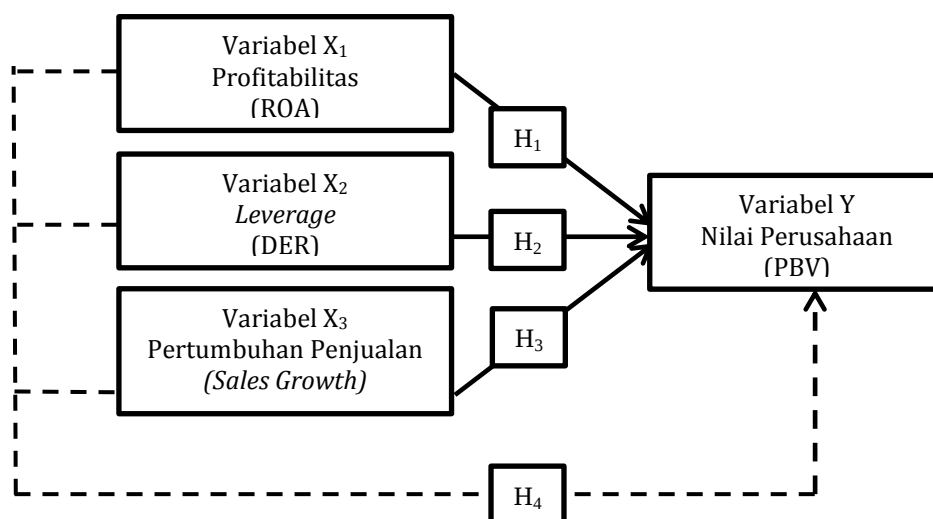
Leverage

Menurut Kasmir (2019) dalam Susilawati & Purnomo (2023:957) rasio solvabilitas atau rasio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar jumlah utang yang dimiliki perusahaan dibanding dengan aktiva. *Leverage* yang dikelola secara optimal menunjukkan perusahaan mampu memanfaatkan utang untuk mendukung pertumbuhan dan meningkatkan laba. Dalam penelitian ini, leverage diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu rasio hutang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas.

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2018) dalam Muharromi & Sidik (2020:72) pertumbuhan penjualan merupakan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun pada suatu perusahaan dengan membandingkan nilai penjualan periode ini dengan nilai penjualan periode sebelumnya. Saat *pertumbuhan penjualan* menunjukkan peningkatan yang tinggi, maka perusahaan dapat dikatakan telah menunjukkan kinerja yang baik. Dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan diukur dengan *Sales Growth*, yaitu rasio yang digunakan untuk perbandingan antara penjualan periode berjalan dengan penjualan periode sebelumnya.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018) dalam Mayasarai & Safina (2021:64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Berdasarkan tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir terkait dengan variabel penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₀₁: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.
- H_{a1}: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.
- H₀₂: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.
- H_{a2}: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.
- H₀₃: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.
- H_{a3}: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.
- H₀₄: Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan antara profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.
- H_{a4}: Diduga terdapat pengaruh signifikan antara profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada PT Fast Food Indonesia Tbk Periode 2015-2024.

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Menurut Sugiyono (2019) dalam Suwarsa & Hasibuan (2021:74) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2019) dalam Arafah & Maulana (2020:150) “penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Operasional variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bebas) yang terdiri atas profitabilitas (X₁), leverage (X₂), dan pertumbuhan penjualan (X₃), serta variabel dependen (terikat) yaitu nilai perusahaan (Y). Penjelasan mengenai definisi operasional, indikator, serta skala pengukuran masing-masing variabel disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 2. Operasional Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Indikator	Skala
1	Profitabilitas (X ₁)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio
2	Leverage (X ₂)	$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$	Rasio
3	Pertumbuhan Penjualan (X ₃)	$Sales Growth = \frac{\text{Sales } t - \text{Sales } t-1}{\text{Sales } t-1} \times 100\%$	Rasio

4	Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$	Rasio
---	----------------------	--	-------

Sumber: Data diolah penulis (2025)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan tahunan PT Fast Food Indonesia Tbk periode 2015–2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh (*census sampling*), yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian karena jumlahnya relatif terbatas. Dengan demikian, sampel penelitian terdiri atas 10 laporan keuangan tahunan ($n = 10$). Data yang digunakan meliputi laporan laba rugi, laporan posisi keuangan, serta data ikhtisar saham dalam *annual report* yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan dokumentasi. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah buku, jurnal, dan literatur relevan untuk memperoleh landasan teori serta mendukung pengembangan hipotesis. Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa laporan keuangan tahunan PT Fast Food Indonesia Tbk periode 2015–2024 yang diakses melalui situs resmi perusahaan www.kfcku.com.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan statistik, Teknik analisis data yang digunakan menggunakan aplikasi SPSS 27. Adapun tahapan analisis data yang akan dilakukan untuk melakukan pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Statistik Deskriptif
Menurut Sugiyono (2018) dalam Purnomo & Suhendra (2020:36), statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.
- b. Uji Asumsi Klasik
Menurut Ghozali (2018) dalam Arisandi (2022:175), uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar sehingga menghasilkan estimasi yang tidak bias. Uji ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.
- c. Uji Regresi Linier Berganda
Menurut Priyatno (2022) dalam Sapetu dkk. (2023:781), analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen serta mengetahui arah dan besarnya pengaruh tersebut.
- d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Menurut Ghozali, 2021 dalam Tampang dkk., (2024:205), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.
- e. Uji Hipotesis
Menurut Sugiyono (2018) dalam Mayasari & Safina (2021:64, uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

4. Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	10	-22,62	7,09	-2,2570	10,32114
Leverage	10	94,07	2663,00	427,8060	792.61491
Pertumbuhan Penjualan	10	-27,82	21,01	2,5620	14,83171
Nilai Perusahaan	10	1,08	9,12	3,2590	2,26246

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif, jumlah data (N) dalam penelitian ini adalah 10. Statistik deskriptif menyajikan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -22,62 dan nilai maksimum sebesar 7,09 dengan rata-rata sebesar -2,2570 serta standar deviasi sebesar 10,32114. Variabel leverage memiliki nilai minimum sebesar 94,07 dan nilai maksimum sebesar 2663,00 dengan rata-rata sebesar 427,8060 serta standar deviasi sebesar 792,61491. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai minimum sebesar -27,82 dan nilai maksimum sebesar 21,01 dengan rata-rata sebesar 2,5620 serta standar deviasi sebesar 14,83171. Sementara itu, variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1,08 dan nilai maksimum sebesar 9,12 dengan rata-rata sebesar 3,2590 serta standar deviasi sebesar 2,26246.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		10
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.34101039
Most Extreme Differences	Absolute	.236
	Positive	.178
	Negative	-.236
Test Statistic		.236
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.120
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan hasil pengujian uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,120 atau > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

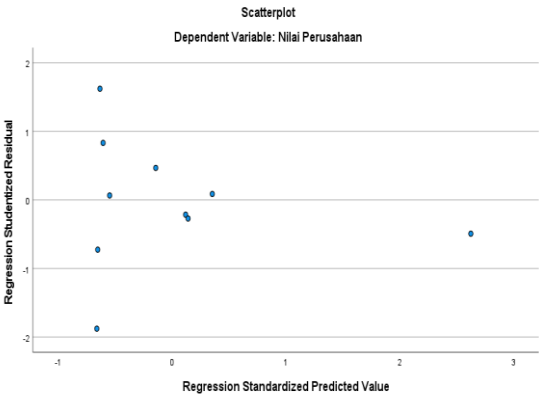
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Profitabilitas	.254	3.942
	Leverage	.412	2.430
	Pertumbuhan Penjualan	.457	2.187

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, Seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya multikolinearitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai VIF di bawah 10 dan nilai tolerance di atas 0,10. Profitabilitas memiliki VIF 3,942 dan tolerance 0,254, leverage memiliki VIF 2,430 dan tolerance 0,412, serta pertumbuhan penjualan memiliki VIF 2,187 dan tolerance 0,457. Dengan demikian, seluruh variabel independen memenuhi asumsi bebas multikolinearitas dan layak digunakan dalam analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan uji scatter plot, titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol serta sepanjang nilai prediksi, menunjukkan bahwa varians residual konstan dan model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi
Runs Test

Unstandardized Residual	
Test Value ^a	-.01048
Cases < Test Value	5
Cases >= Test Value	5
Total Cases	10
Number of Runs	5
Z	-.335
Asymp. Sig. (2-tailed)	.737

a. Median

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan hasil uji Runs Test menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,737, yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sehingga residual bersifat acak (random). Dengan demikian, model regresi bebas dari autokorelasi dan asumsi independensi residual telah terpenuhi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	2.288	.167		13.668	.000
Profitabilitas	-.097	.027	-.442	-3.618	.011
Leverage	.002	.000	.614	6.401	.001
Pertumbuhan Penjualan	.001	.014	.007	.072	.945

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan Tabel 7. persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 2,288 - 0,097 X_1 + 0,002 X_2 + 0,001 X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka hasil regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta (α) = 2,288 Nilai konstanta 2,288 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen, yaitu profitabilitas (X_1), leverage (X_2), dan pertumbuhan penjualan (X_3), berada dalam kondisi nol, maka nilai perusahaan (PBV) diprediksi sebesar 2,288 satuan.
- Koefisien Profitabilitas (X_1) = -0,097 Koefisien regresi profitabilitas sebesar -0,097 menunjukkan bahwa apabila leverage dan pertumbuhan penjualan tetap, setiap peningkatan 1 satuan pada profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,097 satuan. Tanda negatif menunjukkan hubungan berbanding terbalik dengan nilai perusahaan.
- Koefisien Leverage (X_2) = 0,002 Koefisien leverage sebesar 0,002 menunjukkan bahwa dengan asumsi profitabilitas dan pertumbuhan penjualan konstan, setiap peningkatan 1 satuan pada leverage akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,002 satuan. Hubungan ini bersifat positif.
- Koefisien Pertumbuhan Penjualan (X_3) = 0,001 Koefisien pertumbuhan penjualan sebesar 0,001 menunjukkan bahwa dengan profitabilitas dan leverage tetap, setiap peningkatan 1 satuan pada pertumbuhan penjualan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,001 satuan. Meskipun arah pengaruhnya positif, besarnya relatif kecil.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.989 ^a	.977	.966	.41765

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Profitabilitas
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan Tabel 8. diperoleh nilai Adjusted R² sebesar 0,966, yang berarti 96,6% variasi perubahan nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, yaitu profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan. Sisanya sebesar 3,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar

penelitian ini. Meskipun nilai Adjusted R² tergolong sangat tinggi, jumlah sampel yang relatif kecil (10 observasi) berpotensi menyebabkan overfitting, sehingga hasil penelitian ini perlu diinterpretasikan secara hati-hati.

Uji t (Uji Secara Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2.288	.167		13.668
	Profitabilitas	-.097	.027	-.442	-3.618
	Leverage	.002	.000	.614	6.401
	Pertumbuhan Penjualan	.001	.014	.007	.072

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan tabel 9. di atas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**
Profitabilitas (*Return on Assets*) memiliki nilai signifikansi 0,011 < 0,05 dan t-hitung -3,618 > t-tabel 2,44691 (berdasarkan nilai absolutnya). sehingga Ha₁ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.
- Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**
Leverage (*Debt to Equity Ratio*) memiliki nilai signifikansi 0,001 < 0,05 dan t-hitung 6,401 > t-tabel 2,44691, sehingga Ha₂ diterima. Ini menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.
- Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan**
Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) memiliki nilai signifikansi 0,945 > 0,05 dan t-hitung 0,072 < t-tabel 2,44691, sehingga Ha₃ ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.

Uji F (Uji Secara Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	45.022	3	15.007	86.036
	Residual	1.047	6	.174	
	Total	46.069	9		

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Profitabilitas

Sumber : *Output SPSS versi 27 (data diolah penulis, 2025)*

Berdasarkan Tabel 10. di atas, dengan perhitungan Ftabel yaitu $dk = n - k$ ($10 - 4 = 6$), diperoleh nilai F-tabel sebesar 4,76. Hasil uji menunjukan bahwa F-hitung (86,036) > F-tabel (4,76) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Ha₄ diterima, yang berarti secara simultan variabel **profitabilitas (*Return on Assets*)**, **leverage (*Debt to Equity Ratio*)**, dan **pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*)** berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Price to Book Value*).

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun dengan arah negatif. Secara teoritis, berdasarkan **Signaling Theory**, profitabilitas merupakan sinyal kinerja yang dikirimkan manajemen kepada pasar. Laba yang tinggi seharusnya menjadi sinyal positif karena menunjukkan efisiensi pengelolaan aset dan prospek usaha yang baik. Dalam kondisi normal, sinyal ini akan direspons investor melalui peningkatan harga saham yang berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Namun demikian, arah koefisien yang negatif mengindikasikan bahwa peningkatan profitabilitas selama periode penelitian tidak sepenuhnya direspons positif oleh pasar.

Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan antara ekspektasi teoritis dan realitas empiris. Investor kemungkinan tidak hanya mempertimbangkan besarnya laba, tetapi juga menilai kualitas, stabilitas, serta keberlanjutan laba tersebut. Apabila peningkatan ROA dipersepsikan sebagai hasil efisiensi jangka pendek atau belum mencerminkan pertumbuhan fundamental yang berkelanjutan, maka sinyal yang diterima pasar menjadi kurang kuat. Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa profitabilitas sebagai sinyal kinerja tidak selalu secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan. Interpretasi pasar terhadap sinyal tersebut sangat dipengaruhi oleh konteks kinerja perusahaan dan prospek jangka panjangnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widya Arum dkk. (2023) dan Maria Alleixandria Timbu Sarei Ora dan Suwitho (2021), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini tidak konsisten dengan penelitian Noviani Rihhadatul Aisyah dan Farahiyah Sartika (2022) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam perspektif **Signaling Theory**, penggunaan utang dapat dipandang sebagai sinyal yang disampaikan manajemen kepada pasar mengenai keyakinan terhadap prospek perusahaan. Keputusan untuk menambah utang dapat diartikan bahwa manajemen optimis terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas untuk memenuhi kewajiban di masa depan. Dalam perspektif **Signaling Theory**, penggunaan utang dapat dipandang sebagai sinyal optimisme manajemen terhadap prospek perusahaan. Keputusan untuk menambah utang mengindikasikan bahwa manajemen memiliki keyakinan atas kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas guna memenuhi kewajiban di masa mendatang. Sinyal tersebut ditangkap pasar sebagai indikator kepercayaan diri manajemen terhadap pertumbuhan usaha.

Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa investor menilai penggunaan utang masih berada pada tingkat yang wajar dan produktif, sehingga mampu mendukung ekspansi serta meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan demikian, struktur pendanaan melalui leverage dipersepsikan sebagai strategi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Noviani Rihhadatul Aisyah & Farahiyah Sartika (2022) dan Beilla Rizky Putri Nabila (2024) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Siwi Nur Khotimah & Rita Indah Mustikowati (2020) yang menemukan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan maupun penurunan

penjualan tidak secara langsung memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Dalam perspektif Signaling Theory, pertumbuhan penjualan pada dasarnya merupakan sinyal positif yang mencerminkan adanya peningkatan permintaan dan peluang ekspansi usaha. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sinyal tersebut belum tentu direspons secara signifikan oleh investor. Pasar cenderung tidak hanya melihat peningkatan pendapatan, tetapi juga mempertimbangkan apakah pertumbuhan tersebut diikuti oleh peningkatan profitabilitas dan efisiensi operasional.

Dengan demikian, pertumbuhan penjualan saja belum cukup kuat untuk meningkatkan nilai perusahaan. Investor lebih menekankan pada kualitas dan keberlanjutan kinerja keuangan secara menyeluruh dalam menilai prospek perusahaan di masa depan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dadang Sumarna & Nurul Aulia (2021), Maria Alleixandria Timbu Sarei Ora & Suwitho (2021), dan Vina Zulia Sari dkk. (2023), yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Widya Arum dkk. (2023) yang menemukan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perubahan nilai perusahaan. Dalam perspektif **Signaling Theory**, informasi mengenai profitabilitas, struktur pendanaan, dan pertumbuhan penjualan merupakan sinyal yang disampaikan manajemen kepada pasar. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, leverage menunjukkan kebijakan pendanaan dan tingkat kepercayaan diri manajemen terhadap prospek usaha, sedangkan pertumbuhan penjualan menggambarkan potensi ekspansi dan peningkatan permintaan pasar. Ketiga indikator tersebut menjadi dasar pertimbangan investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan.

Meskipun secara parsial tidak seluruh variabel berpengaruh signifikan, namun secara simultan kombinasi ketiganya tetap memberikan kontribusi dalam menjelaskan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor menilai perusahaan secara komprehensif, tidak hanya berdasarkan satu indikator keuangan, melainkan melalui keseluruhan informasi yang tersedia dalam laporan keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widya Arum, Wastam Wahyu Hidayat, & Supardi (2023), Maria Alleixandria Timbu Sarei Ora & Suwitho (2021), Peimy Christian (2022), Beilla Rizky Putri Nabila (2024), dan Nani Rusnaeini (2024), yang menyatakan bahwa profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Siwi Nur Khotimah & Rita Indah Mustikowati (2020), Noviani Rihhadatul Aisyah & Farahiyah Sartika (2022), serta Rudy Bodeiwyn Mangasa Tua & Deiwi Ulfah Arini (2024), yang menemukan ketiga variabel tersebut secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, penelitian hanya menggunakan satu objek studi, yaitu PT Fast Food Indonesia Tbk, sehingga temuan belum dapat digeneralisasi ke perusahaan lain, baik dalam sektor yang sama maupun lintas sektor di Bursa Efek Indonesia. Penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan beberapa perusahaan agar hasil penelitian lebih representatif.

Kedua, penelitian hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan. Faktor lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan,

seperti likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, atau struktur kepemilikan, belum dianalisis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan atau mengganti variabel independen untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Ketiga, pengukuran nilai perusahaan hanya menggunakan indikator Price to Book Value (PBV), tanpa mempertimbangkan ukuran pasar lain seperti Price to Earnings Ratio (PER), Tobin's Q, atau Economic Value Added (EVA), yang dapat memberikan gambaran lebih luas mengenai persepsi investor terhadap perusahaan. Penelitian mendatang disarankan menggunakan lebih dari satu indikator nilai perusahaan agar hasil lebih akurat dan menyeluruh.

6. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. **Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.**
Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka nilai perusahaan juga cenderung meningkat.
- b. **Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.**
Penggunaan utang yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dianggap mampu memperkuat struktur pendanaan.
- c. **Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.**
Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan tidak selalu mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.
- d. **Secara simultan, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.**
Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Agus, S., & Irfani. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Aisyah, N. R., & Sartika, F. (2022). Pengaruh profitabilitas dan financial leverage terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 10(1), 97–108.
- Araffah, M. R., & Purnama, I. (2020). Hubungan motivasi kerja dengan produktivitas pegawai pada Kantor Setda Kabupaten Bima. *TARGET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 149–158.
- Arianto, K., Samanto, H., & Kusuma, I. L. (2023). The influence of leverage, profitability and sales growth on firm value in manufacturing companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019–2022. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(3), 1178–1186.
- Arum, W., Hidayat, W. W., & Supardi, S. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Journal of Sharia Economics Scholar (JOSES)*, 2(2), 147–161.
- Christiaan, P. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 19(1), 37–50.
- Kartini, N. P. D., & Wirajaya, I. G. A. (2025). Profitability, leverage, and sales growth: The mediating role of dividend policy in determining firm value. *E-Jurnal Akuntansi*, 35(1).
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan ke-12). PT Raja Grafindo Persada.

- Khotimah, S. N., & Mustikowati, R. I. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 8(2), 115–126.
- Larasati, S. D., & Betharia, C. (2024). Firm value in profitability, leverage, capital structure, and firm growth. *Jurnal Akuntansi*, 16(1), 168–182.
- Mangasa Tua, R. B., & Arini, D. U. (2024). Pengaruh kualitas kredit, biaya operasional pendapatan operasional, dan profitabilitas terhadap permodalan bank perekonomian rakyat di Indonesia per triwulan tahun 2021–2022. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(3), 533–539.
- Maria Alleixandria Timbu Sarei Ora, & Suwitho. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Bisnis*, 6(1), 22–35.
- Muharromi, Y. D., & Sidik, S. (2020). Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 68–79.
- Nabila, B. R. P. (2024). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020–2022. *Jurnal KIAFE*, 2(2), 107–120.
- Nugroho, C., & Arifin, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan kualitas laba sebagai variabel moderating (studi kasus pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2021). *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 32–41.
- Oktaviani, D., Satriansyah, A., & Widianingrum, E. (2024). The effect of profitability, company size and leverage on company value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 12(2), 207–218.
- Patimah, S., Mustika Sari, D., & Fatmawati, S. (2025). The effect of company size, profitability, leverage, and sales growth on firm value in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 11(1), 88–110.
- Putri, P. A., & Suarjaya, A. G. (2024). Peran profitabilitas memediasi pengaruh leverage dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 13(6).
- Rusnaeni, N. (2024). Pengaruh solvabilitas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan PT Alam Sutera Realty periode 2010–2021. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(1), 164–174.
- Sari, V. Z., Akbar, T., & Evasari, A. D. (2023). Pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 79–90.
- Simorangkir, T. N., Butarbutar, H., & Melianna, S. (2023). Analisis kinerja keuangan dengan menggunakan rasio likuiditas, rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas pada PT Bank Sumut tahun 2016–2020. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 9(1), 13–19.
- Sumarna, D., & Aulia, N. (2021). Pengaruh pertumbuhan penjualan, net profit margin dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri dan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015–2019). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(5), 410–417.
- Susilawati, E., & Purnomo, A. K. (2023). Pengaruh leverage dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 955–964.
- Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh pajak restoran dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah Kota Padangsidempuan periode 2018–2020. *Jurnal Akuntansi*, 14(2), 71–84.
- Zakiyah, L. N., Kusumawardani, M. R., & Nadhiroh, U. (2022). Analisis rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas untuk menilai kinerja keuangan pada PT Ace Hardware Indonesia Tbk tahun 2016–2020. *Gemilang: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(4), 154–163.