



PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017-2021

Septian Aris Munandar¹, Anip Solihin²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sutomo

Email: septian_arismunandar@yahoo.co.id

ABSTRACT

Purpose. *The purpose of this study was to test and analyze the Effect of Profitability and Company Size on Company Value in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 Period.*

Methods. *Methods This research uses quantitative methods. The population in this study were all food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017 - 2021. The number of samples used was 14 companies. Data analysis method using Panel Data Regression.*

Findings. *There is a profitability effect on company value in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. This can be proven from the probability value of $0.0000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. There is an effect of company size on company value in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. This can be proven from the probability value of $0.0153 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. There is an effect of profitability and company size on company value in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2021 period. This can be proven from the Prob value (F-statistic) which is less than 0.05, namely ($0.000000 < 0.05$), then H_0 is rejected and H_a is accepted.*

Implication. *For companies, it further increases the value of the company in managing company assets and debt, both debt in the long term and debt in the short term. Thus, it can affect the value of the company and become a consideration for every investor or potential investor to invest.*

Keywords. *Profitability; Company Size; The value of the company*

ABSTRAK

Tujuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021.

Metode. Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 - 2021. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 14 perusahaan. Metode analisis data menggunakan Regresi Data Panel.

Hasil. Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probability $0.0000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a

diterima. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probability $0.0153 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai Prob (F-statistic) lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0.000000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Implikasi. Bagi perusahaan, lebih meningkatkan nilai perusahaan dalam mengelola asset perusahaan dan hutang, baik hutang dalam jangka panjang maupun hutang dalam jangka pendek. Sehingga, dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi pertimbangan bagi setiap investor-investor atau calon investor untuk berinvestasi.

Kata Kunci. Profitabilitas; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan

1. Pendahuluan

Pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman saat ini mengalami perkembangan yang cukup besar dan signifikan, khususnya di Indonesia industri makanan dan minuman nasional semakin kompetitif karena jumlahnya cukup banyak. Tidak hanya meliputi perusahaan skala besar, tetapi juga telah menjangkau di tingkat kabupaten untuk kelas industri kecil dan menengah (IKM). Sektor makanan dan minuman merupakan peluang bisnis yang memiliki prospek cerah di Indonesia karena memiliki jumlah penduduk yang besar dengan kebutuhan yang sangat besar pula, serta daya beli yang tinggi. Industri makanan dan minuman nasional memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, Kementerian Perindustrian terus mendorong pengembangan industri makanan dan minuman nasional (Kemenperin, 2019).

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan mencapai keuntungan yang maksimal atau laba yang sebesar-besarnya dan mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya kepada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan dimasa depan.

Semakin besar nilai perusahaan menunjukkan bahwa pasar percaya terhadap prospek perusahaan. Rendahnya nilai perusahaan, mengindikasikan rendahnya kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan yang berakibat pada turunnya permintaan saham dan berimbas pula dengan menurunnya harga saham dari sektor tersebut. *Price to book value* memiliki peran penting sebagai suatu pertimbangan bagi investor untuk memilih saham yang akan dibeli dan juga dapat dijadikan indikator harga atau nilai saham. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan (Brigham dan Houston, 2015:92).

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasi (Subagya, 2019:293). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Profitabilitas dapat diukur melalui *Return On Asset* (ROA), alasan ROA digunakan sebagai pengukuran karena ROA menggambarkan seberapa besar pengelolaan atau penggunaan aset sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba, dengan melihat seberapa besar laba bersih setelah pajak yang dihasilkan terhadap total

aset. Menurut Widyantari dan Yadnya (2017:33) hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan adalah semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan untuk menaikkan nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan menandakan kinerja perusahaan tersebut mempunyai kondisi kinerja yang baik dan dapat memaksimumkan kekayaan pemegang saham (Damayanti dan Dewi, 2019:77).

Ukuran perusahaan (*Size*) adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Menurut Brigham & Houston (2017:4) ukuran perusahaan adalah yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Pengukuran kinerja keuangan pada penelitian ini dengan menggunakan ukuran perusahaan yang dapat diukur dari SIZE.

Research gap yang ditemukan dari penelitian-penelitian sebelumnya terkait pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, adalah sebagai berikut: Prasetyorini (2013); Tahu dan Susilo (2017); Indriyani (2017); dan Rakhman dkk (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut berlawanan dengan riset yang dilaksanakan oleh Septriana dan Mahaeswari (2019); Pratama dan Wiksuana (2018); Priyanto (2016); Putri dan Wahyuningsih (2018) menerangkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan.

Masih terkait variabel yang sama, riset yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013); Bestariningrum (2015); Tauke dkk (2017); dan Ernawati (2015) mempunyai hasil yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut berlawanan dengan riset yang dilaksanakan oleh Safira dan Widajantie (2021); Rakhman (2021); Putri (2020); Riyadi (2020) menerangkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Adanya fenomena *gap* dan *research gap* yang telah diuraikan sebelumnya maka peneliti melakukan penelitian mengenai rasio-rasio yang mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman. Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa fakta yang terjadi di lapangan terkadang tidak sesuai dengan teori yang ada.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Rasio Profitabilitas

Menurut Hery (2017:104) Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Kasmir (2017:196) mendefinisikan Rasio Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Sujarweni (2017:64) menyatakan bahwa Ratio Profitabilitas adalah ratio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun laba dan modal sendiri. Brigham dan Houston (2017:139) menyatakan bahwa Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) adalah rasio yang mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasi.

Metode pengukuran rasio profitabilitas pada penelitian ini menggunakan proksi *Return On Asset* (ROA) yaitu membandingkan laba bersih dibagi dengan total aktiva. Alasan ROA dipilih sebagai proksi pada penelitian ini dikarenakan ROA bersifat menyeluruh dan dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana penanaman modal dapat memberikan pengembalian keuntungan berdasarkan aset yang dimiliki. Selain itu, rasio ini dapat digunakan untuk membandingkan hasil usaha yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan total aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset (Hery, 2017:193):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono (2018:254), ukuran perusahaan adalah besar kecilnya ukuran perusahaan yang dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma dari total aktiva. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi. Menurut Novianty dan May (2018:77) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari bidang bisnis yang sedang dioperasikan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, tingkat penjualan rata-rata. Sedangkan menurut Sugiarto dalam Rakhman (2021:34) ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Perusahaan yang berskala besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar memiliki pertumbuhan yang relatif lebih besar.

Nilai total aktiva biasanya bernilai lebih besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, maka variabel total aktiva diperhalus menjadi Log Aktiva atau Ln Total Aktiva. Dengan menggunakan Logaritma natural (Ln) dari total aktiva dengan nilai ratusan milyar bahkan trilyun akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari total aktiva yang sesungguhnya. Indikator untuk menghitung Ukuran Perusahaan menurut (Widiastari dan Yasa, 2018), yaitu sebagai berikut

$$SIZE = \text{Ln (Total Aktiva)}$$

Nilai Perusahaan

Purnaya (2016:28) mengatakan bahwa nilai perusahaan sama dengan nilai saham (yaitu jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar per lembar) ditambah dengan nilai pasar utangnya. Akan tetapi, bila besarnya nilai utang dipegang konstan, maka setiap peningkatan nilai saham dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham. Menurut Wijaya (2017:1) "Nilai perusahaan yang *go public* (perusahaan terbuka) tercermin pada harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual". Menurut Basuki dan Prawoto (2016:21) nilai perusahaan adalah nilai seluruh aktiva, baik aktiva berwujud yang operasional maupun bukan operasional. Jika dihubungkan dengan struktur permodalan perusahaan, nilai perusahaan berarti juga nilai dari keseluruhan susunan modal perusahaan yaitu nilai pasar wajar.

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan

investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal atau murah suatu saham. Menurut Brigham dan Houston (2017:112), nilai perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang mampu dihasilkan dari penjualan dan investasi. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi juga mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Berdasarkan *signaling theory*, tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat diterima sebagai sinyal yang positif oleh investor, sehingga akan menarik minat dari investor untuk berinvestasi dan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, dan akan membuat nilai perusahaan menjadi meningkat, (Rakhman, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, maka profitabilitas dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Prasetyorini (2013), Tahu dan Susilo (2017), Indriyani (2017), dan Rakhman dkk (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1: Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Prasetyorini (2013) berpendapat bahwa ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik dan perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal. Berdasarkan *signaling theory*, investor dapat menerima perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar tersebut sebagai sinyal yang positif, dan investor akan memberikan respon yang baik sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut, maka ukuran perusahaan dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013); Bestariningrum (2015); Tauke dkk (2017); dan Ernawati (2015) mempunyai hasil yang mengungkapkan bahwa *firm size* berdampak pada nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio profitabilitas didefinisikan sebagai suatu usaha perusahaan dalam mendapatkan keuntungan atau laba. Profitabilitas mempunyai hubungan dengan

kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, keuntungan perusahaan yang tinggi tentunya akan memberikan sinyal baik pada pemegang saham. Dengan profit atau keuntungan dari perusahaan yang selalu bagus dapat membuat penanam modal kian tertarik untuk melaksanakan suntikan modalnya pada perusahaan tersebut. Sehingga bisa dikatakan bahwa harga saham perusahaan tersebut bisa meningkat dan keadaan tersebut dapat memberi pengaruh pada nilai perusahaan menjadi naik, (Septiana dan Mahaeswari, 2021).

Menurut Lutfita dan Takarini (2021:76) Perusahaan yang lebih besar menunjukkan bahwa mereka berada dalam tahap pertumbuhan dan perkembangan yang baik. Semakin besar perusahaan, semakin banyak modal yang dibutuhkan untuk mengembangkan bisnisnya sehingga investor menilai perusahaan memiliki prospek yang baik. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki. *Firm Size* dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. *Firm Size* yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan, (Pratama dan Wiksuana, 2018).

Berdasarkan hal tersebut, maka profitabilitas dan ukuran perusahaan dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2018) menemukan bahwa secara bersama-sama profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Priyanto (2016) secara bersama-sama menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3: Terdapat pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dengan metode Asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:87) “metode asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel lebih”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 - 2021. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Berdasarkan kriteria-kriteria sampel yang telah ditentukan di atas, dari 30 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017 - 2021, diperoleh sampel sebanyak 14 perusahaan makanan dan minuman yang masuk ke dalam kriteria-kriteria tersebut.

Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Pengukuran	Skala
1	Profitabilitas (X_1) Sumber : Hery (2017:193)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
2	Ukuran Perusahaan (X_2) Sumber : Widiastari dan Yasa (2018)	$SIZE = \ln (\text{Total Aktiva})$	Rasio
3	Nilai Perusahaan (Y) Sumber: Brigham dan Houston (2017:112)	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$	Rasio

Sumber: Data diolah penulis (2023)

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi dan sudah diolah oleh pihak lain serta biasanya sudah di publikasi, (Hendryadi dan Zannati, 2019:183). Data sekunder yang digunakan berupa bukti, catatan atau laporan historis tentang laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*financial report*) perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 - 2021 yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) di www.idx.co.id. Teknik analisis data penelitian menggunakan analisis regresi Data Panel. Menurut Ghozali (2018:296), regresi data panel merupakan teknik regresi yang menggabungkan data *time series* dengan data *cross section*, dimana dengan menggabungkan data *time series* dan *cross section*, maka dapat memberikan data yang lebih informatif, lebih bervariasi, tingkat kolinearitas antar variabel yang rendah, lebih besar *degree of freedom* dan lebih efisien. Pengolahan data peneliti menggunakan program *econometric view* (Eviews 9).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	PBV	ROA	SIZE
Mean	3.840790	10.36865	29.20819
Median	2.603630	7.819669	28.72230
Maximum	28.87448	52.67036	32.82039
Minimum	0.336875	0.052581	27.17891
Std. Dev.	5.810346	9.542884	1.503728
Skewness	3.365254	2.295537	0.835958
Kurtosis	14.02107	9.571926	2.735035
Jarque-Bera	486.3944	187.4489	8.357730
Probability	0.000000	0.000000	0.015316
Sum	268.8553	725.8052	2044.573
Sum Sq. Dev.	2329.449	6283.598	156.0227
Observations	70	70	70

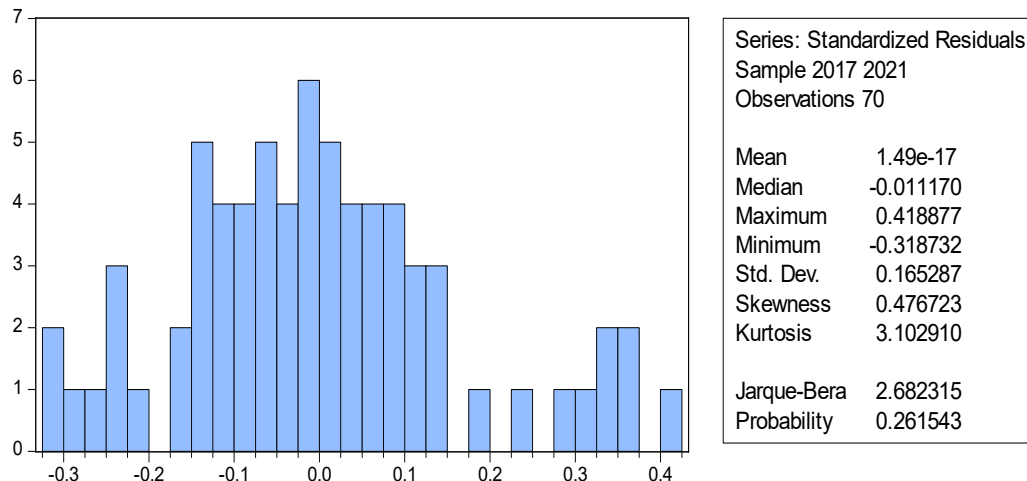
Sumber: Data diolah dengan Eviews 9 (2023)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa Pada variabel Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum sebesar 0.336875, nilai maksimum sebesar 28.87448, nilai rata-rata sebesar 3.840790 sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 5.810346. Pada variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 0.052581, nilai maksimum

sebesar 52.67036, nilai rata-rata sebesar 10.36865 sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 9.542884. Pada variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai minimum sebesar 27.17891, nilai maksimum sebesar 32.82039, nilai rata-rata sebesar 29.20819 sedangkan nilai standar deviasi adalah sebesar 1.503728.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas

Sumber: Data diolah Eviews 9 (2023)

Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan semua variabel pada pengujian model ini berdistribusi normal atau dapat dikatakan bahwa persyaratan normalitas dapat dipenuhi. Hal ini dapat dilihat dari *Jarque Bera* pada penelitian ini sebesar 2.682315 dengan *probability* 0.261543 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu penelitian tersebut berdistribusi normal, sehingga dapat dikatakan persyaratan normalitas dapat terpenuhi.

Uji Multikolineritas

Menurut Gujarati (2016), jika koefisien korelasi antar variabel bebas $> 0,8$ maka dapat disimpulkan bahwa model mengalami masalah multikolineritas. Sebaliknya, koefisien korelasi $< 0,8$ maka model bebas dari multikolineritas.

Tabel 3 Hasil Pengujian Multikolineritas

	ROA	SIZE
ROA	1	-0.1259816038009636
SIZE	-0.1259816038009636	1

Sumber: Data diolah Eviews 9 (2023)

Berdasarkan hasil uji multikolineritas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolineritas, karena nilai koefisien korelasi antar variabel independen lebih kecil daripada 0,8. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolineritas dalam model regresi penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Dependent Variable: RESAB
Method: Panel Least Squares
Date: 09/19/22 Time: 04:50
Sample: 2017 2021
Periods included: 5
Cross-sections included: 14
Total panel (balanced) observations: 70

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.033781	1.609785	-0.642186	0.5235
ROA	0.004372	0.002290	1.909732	0.0615
SIZE	0.038164	0.055086	0.692804	0.4914
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.372898	Mean dependent var		0.126254
Adjusted R-squared	0.198704	S.D. dependent var		0.105587
S.E. of regression	0.094517	Akaike info criterion		-1.682452
Sum squared resid	0.482402	Schwarz criterion		-1.168510
Log likelihood	74.88581	Hannan-Quinn criter.		-1.478308
F-statistic	2.140697	Durbin-Watson stat		2.339036
Prob(F-statistic)	0.021300			

Sumber: Data diolah dengan Eviews 9 (2023)

Berdasarkan uji heteroskedastisitas di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tidak terdapat masalah pada uji heteroskedastisitas. Tidak adanya masalah heteroskedastisitas karena nilai probabilitas masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

Uji Autokorelasi

Tabel 5 Hasil Pengujian Autokorelasi

R-squared	0.967709	Mean dependent var	3.840790
Adjusted R-squared	0.958739	S.D. dependent var	5.810346
S.E. of regression	1.180247	Akaike info criterion	3.366956
Sum squared resid	75.22107	Schwarz criterion	3.880898
Log likelihood	-101.8435	Hannan-Quinn criter.	3.571100
F-statistic	107.8849	Durbin-Watson stat	1.654079
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data diolah dengan Eviews 9 (2023)

Berdasarkan tabel 5, pengujian autokorelasi dapat dilihat bahwa nilai durbin watson sebesar 1.654079 masuk dalam interval 1,55 – 2,46 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Regresi Data Panel

Berdasarkan pendekatan model regresi data panel dengan *Eviews (Common Effect Model, Fixed Effect Model, dan Random Effect Model)* dan uji yang telah dilakukan (*Chow Test, Hausman Test, dan Lagrange Multiplier Test*) menunjukkan bahwa model regresi yang lebih tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model*

Tabel 6 Regresi Data Panel

Dependent Variable: PBV
 Method: Panel Least Squares
 Date: 09/19/22 Time: 04:20
 Sample: 2017 2021
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 14
 Total panel (balanced) observations: 70

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	51.11148	20.10170	2.542645	0.0139
ROA	0.295397	0.028590	10.33215	0.0000
SIZE	-1.723269	0.687872	-2.505217	0.0153

Sumber: Hasil Olahan Data evIEWS 9 (2023)

Berdasarkan hasil regresi di atas, maka dapat diperoleh suatu persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = 51.11148 + 0.295397X_1 - 1.723269X_2$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- Konstanta α sebesar 51.11148 menyatakan bahwa jika variabel Independen konstan, maka variabel nilai perusahaan adalah 51.11148.
- Koefisien regresi ROA sebesar 0.295397 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel Profitabilitas sebesar 1% akan meningkatkan variabel Nilai Perusahaan sebesar 0.295397 dengan asumsi variabel bebas lain besarnya konstan.
- Koefisien regresi SIZE sebesar -1.723269 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel Ukuran Perusahaan sebesar 1% akan menurunkan variabel Nilai Perusahaan sebesar -1.723269 dengan asumsi variabel bebas lain besarnya konstan.

Uji Hipotesis

Uji T Parsial

Tabel 7 Hasil Uji Parsial

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	51.11148	20.10170	2.542645	0.0139
ROA	0.295397	0.028590	10.33215	0.0000
SIZE	-1.723269	0.687872	-2.505217	0.0153

Sumber: Hasil Olahan Data evIEWS 9 (2023)

Hipotesis pertama (H1) pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) menghasilkan nilai probability $0.0000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Hipotesis kedua (H2) pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) menghasilkan nilai probability $0.0153 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021.

Uji F Simultan

Tabel 8 Uji F hitung

R-squared	0.967709	Mean dependent var	3.840790
Adjusted R-squared	0.958739	S.D. dependent var	5.810346
S.E. of regression	1.180247	Akaike info criterion	3.366956
Sum squared resid	75.22107	Schwarz criterion	3.880898
Log likelihood	-101.8435	Hannan-Quinn criter.	3.571100
F-statistic	107.8849	Durbin-Watson stat	1.654079
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Olahan Data eviews 9 (2023)

Berdasarkan hasil tabel diatas, diketahui bahwa nilai Prob (F-statistic) lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0.000000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti secara simultan terdapat pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.967709	Mean dependent var	3.840790
Adjusted R-squared	0.958739	S.D. dependent var	5.810346
S.E. of regression	1.180247	Akaike info criterion	3.366956
Sum squared resid	75.22107	Schwarz criterion	3.880898
Log likelihood	-101.8435	Hannan-Quinn criter.	3.571100
F-statistic	107.8849	Durbin-Watson stat	1.654079
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Olahan Data eviews 9 (2023)

Berdasarkan tabel 9 diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.967709 yang berarti pengaruh variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar 96,77% sedangkan sisanya 13,23% dipengaruhi faktor lain diluar model regresi tersebut.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Koefisien regresi ROA sebesar 0.295397 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel Profitabilitas sebesar 1% akan meningkatkan variabel Nilai Perusahaan sebesar 0.295397 dengan asumsi variabel bebas lain besarnya konstan. nilai probability $0.0000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Apabila perusahaan tersebut mendapatkan laba dengan tingkat yang tinggi maka akan menarik minat investor dalam berinvestasi terhadap perusahaan tersebut, hal semacam ini juga menjadi sinyal positif yang diterima oleh para investor bahwa perusahaan yang mendapatkan tingkat laba yang tinggi berarti bahwa perusahaan tersebut mempunyai

prospek yang baik dimasa yang akan datang yang akan mempengaruhi tingkat pengembalian atas investasinya. Semakin banyak investor yang tertarik terhadap perusahaan tersebut maka akan menaikkan harga saham perusahaan yang mencerminkan nilai perusahaan tersebut tinggi. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan juga bahwa profitabilitas merupakan salah satu hal yang diperhatikan oleh para investor dalam menentukan nilai suatu perusahaan, maka dari itu manajer perusahaan agar semakin meningkatkan kinerja perusahaan untuk mendapatkan profitabilitas dengan tingkat yang tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013), Tahu dan Susilo (2017), Indriyani (2017), dan Rakhman dkk (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Koefisien regresi SIZE sebesar -1.723269 menyatakan bahwa setiap penambahan variabel Ukuran Perusahaan sebesar 1% akan menurunkan variabel Nilai Perusahaan sebesar -1.723269 dengan asumsi variabel bebas lain besarnya konstan. Nilai probability $0.0153 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021.

Penelitian ini justru memberikan hasil bahwa meningkatnya ukuran perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya. Adanya sejumlah besar aset yang terakumulasi dalam komponen piutang dan persediaan tidak serta merta mendatangkan dividen. Perusahaan memilih untuk tidak membagikan dividen, tetapi lebih memilih untuk mempertahankan laba ditahan. Investor akan mempertimbangkan hal ini sebelum melakukan investasi pada saham sehingga dapat mempengaruhi penurunan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur menggunakan total aktiva. Semakin besar *firm size* maka nilai perusahaan juga semakin besar. *Firm size* yang semakin besar menunjukkan bahwa perusahaan terus bertumbuh yang mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai kemampuan dalam menghasilkan laba, hal ini akan berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang lebih tinggi rata-rata menjadikan perusahaan mampu meningkatkan produksinya dan nilai penjualannya dan menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini juga di dukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013); Bestariningrum (2015); Tauke dkk (2017); dan Ernawati (2015) mempunyai hasil yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Utomo & Christy (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Prob (F-statistic) lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0.000000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti secara simultan terdapat pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.967709 yang berarti pengaruh variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar 96,77% sedangkan sisanya 13,23% dipengaruhi faktor lain diluar model regresi tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan atau penurunan dari profitabilitas dan ukuran perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka akan memberikan sinyal kepada investor dalam menilai sebuah perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh, maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Tingginya tingkat laba yang dihasilkan, berarti prospek untuk menjalankan operasinya di masa depan juga tinggi, sehingga nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan akan meningkat.

Selain itu, dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian kepada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil dari tahun ke tahun utamanya dalam *return* saham kepada investor. Ukuran perusahaan yang besar menunjukan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Oleh karena itu dengan tingginya profitabilitas, pengelolaan utang yang baik dan optimal serta ukuran perusahaan yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pratama dan Wiksuana (2018) menemukan bahwa secara bersama-sama profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Priyanto (2016) secara bersama-sama menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian, yaitu Keterbatasan dari penelitian ini terletak pada variabel yang diteliti, yaitu hanya mengenai variabel Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel-variabel lain seperti Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian ini, dan mendapatkan perbandingan hasil, peneliti selanjutnya diharapkan juga untuk menambah periode penelitian.

6. Kesimpulan

Terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probability $0.0000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai probability $0.0153 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada

perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai Prob (F-statistic) lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0.000000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Daftar Pustaka

- Basuki, A.T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Bestariningrum, N. (2015), Analyzing the Effect of Capital Structure and Firm Size on Firm Value (Case Study: Company That Listed In Lq-45 Index Period 2010-2014), *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(4), p. 354-365.
- Brigham, & Houston, J.F. (2017). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, (Edisi 10)*, Jakarta: Salemba Empat.
- Damayanti, E. and Dewi, J. P. (2019) 'Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan Dan Minuman Tahun 2013-2017', *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), pp. 71–78. doi: 10.35137/jabk.v6i3.329.
- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh Sales Growth Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Emba*, 7(3), 3039–3048.
- Ernawati D. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*, 4(4).
- Fahmi. I. (2018). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Firmansyah, A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M., & Halim, A. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: (UPP) STIM YKPN.
- Hantono. (2018). *Konsep Analisa Laporan Keuangan dengan Pendekatan Rasio dan SPSS*, Sleman: Penerbit CV Budi Utama.
- Harjito, D.A., & Martono. (2017). *Manajemen Keuangan. Edisi Kedua*. Yogyakarta: EKONOSIA. Kampus Fakultas Ekonomi Islam Indonesia.
- Hartono. (2018). *Buku Konsep Analisa Laporan Keuangan dengan Pendekatan. Rasio dan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hendryadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium)
- Hermawati, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Firm Size Dan Sales Growth Terhadap Struktur Modal Dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Sektor Manufaktur Di Bei Periode 2015-2019). *Banku : Jurnal Perbankan Dan Keuangan*, 2(2), 56–67.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan (Intergrated and Comprehensive edition)*. Jakarta: Grasindo.

- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2015). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi. Ke Tujuh*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, Akuntabilitas: *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), p. 333 – 348.
- Jatmiko, D. P. (2017). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Kariyoto. (2018). *Manajemen Keuangan Konsep dan Implementasi*, Cetakan.Pertama. Malang: UB press.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kumar, R. (2016). *Valuation Theories and Concepts*. Belanda: Elsevier Inc
- Lutfita, A., & Takarini, N. (2021). The Effect of Profitability, Firm Size and Capital Structure on Company Value. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 319–329.
- Manullang. (2018). *Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mardalena & Sarinah (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Musthafa. (2017). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Novianti, W., & May, W. A. (2018), Improving Corporate Values through the Size of Companies and Capital Structures, *ICOBEST; Atlantis Press* 225, 255-257
- Prasetyorini, B.F. (2013), Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), p. 183-196.
- Pratama, I. A., & Wiksuana, I. (2018). Pengaruh Firm Size Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(5), 1289–1318.
- Pribadi, M.T. (2018), Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar di Perusahaan Bursa Efek Indonesia, *Progress Conference* 1(2).
- Priyanto, S. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Jakarta Islamic Indeks Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 96–111.
- Purnaya, I. G. K. (2016). *Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Putri, S. S. P. (2020). Laverage, Firm Size and Profitability of The Company's Value In Textile Industry Sinta. *Measurement*, 14(1), 48–54.
- Putri, S. S. P., & Wahyuningsih, E. M. (2021). Firm Size, Laverage, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabel*, 18(1), 41–50.
- Rakhman, A., Bun, L., & Rifiyanti, H. (2021). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Nilai Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 33–43.
- Rakhman, A., Fa, L.B., & Rifiyanti, H. (2020), Free Cash Flow Dan Profitability Terhadap Firm Value Melalui Dividend Policy Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*. 10(1).
- Ramadhany, A. D., & Purwohandoko. (2020). Pengaruh Kebijakan Dividen, Dar, Firm Size Dan Roa Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Good Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)*, 8(1), 87–96.

- Riyadi, W. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2018. *Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 2723-1941.
- Safira, F., & Widajantie, T. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2019). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 103-112.
- Sartono, A. (2017). *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi: Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Sedarmayanti. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Subagya, Y. H. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan Terhadap Suatu Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. 02(03), pp. 292-299.
- Sugeng, B. (2017). *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Septiana, I., & Mahaeswari, H. F. (2019). Pengaruh Likuiditas, Firm Size, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013 - 2017). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 8(2), 109-123.
- Supomo. R., & Nurhayati, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Yrama Widya.
- Tahu, G. P., & Susilo, D.D.B. (2017), Effect of Liquidity, Leverage and Profitability to The Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange, *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(18).
- Tauke, P. Y., Murni, S., & Tulung, J. E. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate and Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun. *Jurnal EMBA*, 5(2).
- Widyantari, N & Yadnya, I. (2017). Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Food And Beverage di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 3(1).
- Widiastari, P.A., & Yasa, G.W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. ISSN: 2302- 8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 23(2). 957-981.
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Grasindo.