



Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, PER dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Kezia Meilani Bororing¹, M. Rifki Bakhtiar^{2*}

^{1,2*}Universitas AKI, Semarang, Indonesia

E-mail: keziameilani3119@gmail.com¹⁾
m.rifki.bakhtiar@gmail.com^{2*)}

ARTICLE INFO

Article history:
Received 29 Januari
2024
Received in Revised 25
Januari 2025
Accepted 30 November
2025

Keyword's :
Profitabilitas, *Leverage*,
Ukuran Perusahaan,
Price Earning Ratio,
Struktur Modal.

ABSTRACT

The main goal of the company is to improve the company's performance in order to make its shareholders prosperous. The level of success of company management can be measured by the value of a company. This research aims to determine the effect of Profitability, Leverage, Company Size, Company Growth, Price Earning Ratio and Capital Structure on Company Value. The object of this research is food and beverage companies registered on the IDX in 2018-2022. The population in this study was 26 companies. The sampling technique is using a purposive sampling method with a sample of 14 companies. This research is quantitative research. This research uses descriptive statistical analysis, classical assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Data processing uses SPSS Version 22. Based on the results of the research that has been conducted, it can be concluded that Profitability, Leverage, Company Size, and Price Earning Ratio have a positive effect on Company Value, while Company Growth has a negative effect on Company Value, and Capital Structure has no effect on Company Value.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat memakmurkan para pemegang sahamnya, tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dapat diukur dengan nilai suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, *Price Earning Ratio* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 26 perusahaan. Teknik pengambilan sampel adalah menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 14 perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Pengolahan data menggunakan SPSS Versi 22. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Price Earning Ratio* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, dan Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Akuisisi : Jurnal Akuntansi

Website : <http://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: m.rifki.bakhtiar@gmail.com

Peer review under responsibility of Akuisisi : Jurnal Akuntansi. [2477-2984](https://doi.org/10.2477-2984).
<http://dx.doi.org/10.24217>

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia mengalami kemajuan yang signifikan, didukung oleh pertumbuhan pasar saham (Kemenko, 2022; Humas Universitas Machung, 2023). Perkembangan ini menghasilkan pertumbuhan industri yang lebih ketat. Karena persaingan, perusahaan harus meningkatkan kinerjanya untuk mencapai tujuannya. Untuk bertahan, perusahaan harus bekerja dengan baik. Bisnis dapat menunjukkan nilainya melalui kinerja keuangan, yang merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat seberapa baik perusahaan telah menerapkan dan menggunakan aturan pelaksanaan keuangan (Fahmi, 2018). Kinerja keuangan sebuah bisnis akan meningkatkan nilainya, begitu pula sebaliknya, jika kinerjanya buruk, nilainya akan menurun (Jihadi et al., 2021).

Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal yang secara prinsip mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, *price earning ratio* dan struktur modal. Sedangkan faktor eksternal perusahaan yaitu faktor-faktor dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan itu sendiri, seperti nilai kurs, inflansi, dan pertumbuhan pasar. Oleh karena itu nilai perusahaan akan berbeda untuk setiap perusahaan di setiap sektor industry (Putra & Gantino, 2021). Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Keuntungan yang tinggi akan mengirimkan isyarat yang baik kepada investor dan sangat penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Indikator profitabilitas digunakan untuk menentukan seberapa mampu suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari pengeluaran yang dikeluarkannya (Mahanani & Kartika, 2022).

Kemampuan suatu entitas untuk melunasi hutang lancar dan jangka panjang, atau rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana ia membiayai dengan hutang, disebut *leverage*. Perusahaan dengan rasio utang terhadap modal yang kecil akan lebih mudah mendapatkan pendanaan dari investor karena kewajiban untuk melunasi hutang jangka pendek dan jangka panjang meningkat seiring dengan rasio utang terhadap modal (Putra & Gantino, 2021). Ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Menurut (Dewantari et al., 2020), karena perusahaan besar lebih diminati daripada perusahaan kecil, nilai perusahaan dipengaruhi oleh pertumbuhannya. Perusahaan yang mengalami perkembangan yang pesat mendapatkan keuntungan dari reputasi yang baik di mata investor, yang dapat menarik mereka untuk menanamkan modal mereka.

Pertumbuhan perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan, di mana perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sedang berkembang dan dapat

mendatangkan laba di masa depan (Krisnando & Novitasari, 2021). Namun, pertumbuhan perusahaan dapat menurunkan nilainya jika terjadi terlalu cepat. Pertumbuhan perusahaan juga memiliki aspek yang menguntungkan bagi investor karena menunjukkan perkembangan perusahaan dan investor akan mengharapkan pengembalian yang baik dari investasi mereka (Purba & Dana, 2015). *Price Earning Ratio* (PER), rasio yang menunjukkan bagaimana seseorang menilai prospek pertumbuhan masa depan suatu perusahaan, tercermin dalam harga saham yang bersedia dibayar investor untuk setiap rupiah pendapatan yang diperoleh perusahaan tersebut. *Price Earning Ratio* adalah rasio yang mengukur harga pasar pada saat tertentu dibandingkan dengan laba per lembar saham (Wiratno & Yustrianthe, 2022).

Sangat penting bagi bisnis karena struktur modal adalah kombinasi hutang dan ekuitas yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai operasinya yang sedang berjalan dan terus berkembang. Kualitas struktur modal akan berdampak langsung pada posisi keuangan perusahaan, yang pada gilirannya mempengaruhi nilainya (Tuovila, 2023). Sangat penting bagi suatu perusahaan untuk memiliki struktur modal yang baik karena mempengaruhi posisi keuangan dan kinerjanya.

Pada penelitian ini menggunakan objek penelitian pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman dikarenakan sektor ini sangat memiliki hubungan erat dengan masyarakat luas serta memiliki peran yang penting dalam kebutuhan konsumen. Pada saat wabah *covid-19* pada tahun 2020 yang mengakibatkan adanya turunnya minat beli masyarakat dan pada saat itu dilakukan *lockdown* yang mengakibatkan masyarakat tidak bisa melakukan kegiatan ekonomi dengan baik. Walaupun dengan keadaan demikian, sektor makanan dan minuman dapat bertahan dengan baik dan melewati tantangan pasca pandemi. Hal ini dikarenakan masyarakat tetap perlu memenuhi kebutuhan dan perlu mengkonsumsi asupan bergizi guna meningkatkan imunitas tubuh dalam upaya menjaga kesehatan (Juli, 2021).

Penelitian ini didukung menggunakan *research gap* yang dilakukan oleh Putra & Gantino (2021), Faizra et al. (2022), Adfentari et al. (2020), Monika & Meidiyustiani (2019) dan Arifianto & Chabachib (2018), mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Mercyana et al. (2022), mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif, sedangkan Bagaskara et al. (2021) dan Mahanani & Kartika (2022), menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh dan Arifianto & Chabachib (2018), mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Putra & Gantino (2021) dan Anugerah & Suryanawa (2019), mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif, sedangkan Bagaskara et al. (2021), mengemukakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bagaskara et al. (2021), Mahanani & Kartika (2022), Anugerah & Suryanawa (2019), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifianto & Chabachib (2018) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif, sedangkan Putra & Gantino (2021), Faizra et al. (2022), Suryandani (2018) dan Languju et al. (2022), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Faizra et al. (2022) dan Suryandani (2018), mengemukakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tumangkeng (2018), yang mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative, sedangkan Adfentari et al. (2020), mengemukakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Arifianto & Chabachib (2018), mengemukakan bahwa *price earning ratio* (PER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nopiyanti & Darmayanti (2018), di mana *price earning ratio* (PER) berpengaruh negative, sedangkan dalam penelitian Monika & Meidiyustiani (2019), mengemukakan bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nopiyanti & Darmayanti (2018), mengemukakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adfentari et al. (2020), mengemukakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif, sedangkan dalam penelitian Mahanani & Kartika (2022), mengemukakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Putra & Gantino (2021), perbedaan antara penelitian ini terletak pada variabel, objek penelitian dan tahun pengamatan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik (*good news*) terhadap kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula. Penelitian ini didukung oleh penelitian Putra & Gantino (2021), Adfentari et al. (2020), Nopiyanti & Darmayanti (2016) dan Arifianto & Chabachib (2018) mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mercyana et al. (2022), mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan Bagaskara et al. (2021) dan Mahanani & Kartika (2022), menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₁ : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Bisnis dengan leverage yang baik akan menghadapi risiko yang kecil, sehingga kreditur sering memperhatikan tingkat risiko tersebut. Maka manajemen berusaha menurunkan risiko perusahaan dengan berbagai cara untuk menstabilkan tingkat keuangan perusahaan untuk mengurangi risiko yang mungkin terjadi. Penelitian ini didukung oleh penelitian Arifianto & Chabachib (2018) mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra & Gantino (2021) dan Anugerah & Suryanawa (2019), mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan Bagaskara et al. (2021), mengemukakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Leverage Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa Perusahaan yang mengalami perkembangan yang pesat mendapatkan keuntungan dari reputasi yang baik di mata investor, yang dapat menarik mereka untuk menanamkan modal mereka. Investor melihat kemudahan ini sebagai sinyal positif, dan ini meningkatkan nilai perusahaan (Putra & Gantino, 2021). Penelitian ini didukung oleh penelitian Bagaskara et al. (2021), Anugerah & Suryanawa (2019), dan Arifianto & Chabachib (2018) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifianto & Chabachib (2018) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan Putra & Gantino (2021), Faizra et al. (2022), Suryandani (2018) dan Languju et al. (2022), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pihak internal dan eksternal perusahaan sangat mengharapkan pertumbuhan perusahaan karena dapat menguntungkan mereka. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fitur yang menguntungkan, dan mereka mengharapkan tingkat pengembalian dari investasi mereka akan memberi hasil yang lebih baik. Pertumbuhan perusahaan yang menguntungkan diharapkan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih besar atas investasi yang dilakukan. Jika investor menemukan informasi tentang pertumbuhan suatu bisnis melalui peningkatan asetnya, pasar akan menanggapi dengan baik, yang dapat meningkatkan harga saham atau mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat. (Faizra et al., 2022). Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Faizra et al. (2022) dan Suryandani (2018) mengemukakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Tumangkeng (2018), mengemukakan

bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan Adfentari et al (2020), mengemukakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Pertumbuhan Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya memiliki *price earning ratio* yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modal pada suatu perusahaan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Faizra et al. (2022) dan Arifianto & Chabachib (2018) mengemukakan bahwa *price earning ratio* (PER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nopiyanti & Darmayanti (2018), mengemukakan bahwa *price earning ratio* (PER) berpengaruh negatif dan Monika & Meidiyustiani (2019), mengemukakan bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅ : *Price Earning Ratio* (PER) Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal merupakan proporsi modal perusahaan baik modal yang digunakan dari dalam perusahaan maupun modal yang bersumber dari luar perusahaan (hutang). Jenis struktur modal perusahaan tidak dapat dijelaskan dalam laporan keuangan, tetapi struktur modal menunjukkan kemampuan perusahaan untuk pendanaan dan investasi. Oleh karena itu, setiap penambahan utang akan meningkatkan nilai perusahaan apabila posisi struktur modal berada di bawah titik optimal; sebaliknya, apabila posisi struktur modal berada di atas titik optimal, setiap penambahan utang akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Nopiyanti & Darmayanti (2016) mengemukakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adfentari et al. (2020), mengemukakan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan Mahanani & Kartika (2022), mengemukakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆ : Struktur Modal Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Objek penelitian adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018–2022. Data penelitian diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan yang diakses melalui [Bursa Efek Indonesia](#). Populasi dalam penelitian ini terdiri atas 26 perusahaan, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling

sehingga diperoleh 14 perusahaan sebagai sampel penelitian. Analisis data diawali dengan statistik deskriptif untuk mengetahui nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Nilai rata-rata menunjukkan kecenderungan data sampel, sedangkan standar deviasi menggambarkan tingkat penyebaran data penelitian (Ghozali, 2018).

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi guna memastikan model regresi memenuhi asumsi yang diperlukan (Ghozali, 2018). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan:

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta_1.\text{PROF} + \beta_2.\text{LEV} + \beta_3.\text{SIZE} + \beta_4.\text{GROWTH} + \beta_5.\text{PER} + \beta_6.\text{DER} + \varepsilon \dots (1)$$

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji statistik t untuk mengukur pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan seluruh variabel independen, serta uji koefisien determinasi (Adjusted R-Square) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada proses pemilihan sampel, peneliti menggunakan pengumpulan data yang menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan harus memenuhi kriteria-kriteria. Kriteria pertama adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2018-2022 sebanyak 26 perusahaan yang memenuhi kriteria tersebut. Kriteria kedua ialah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tidak mempunyai laporan keuangan secara lengkap sebanyak 8 perusahaan. Kriteria ketiga ialah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tidak menghasilkan laba mendapatkan 4 perusahaan. Jadi dari kriteria tersebut didapatkan 14 perusahaan yang telah memenuhi kriteria selama 5 tahun sehingga data penelitian yang digunakan sebanyak 70. Dengan penjelasan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	70	0.0005	0.2558	0.093721	0.0547619
Leverage	70	0.1085	1.3484	0.615240	0.3571304
Ukuran Perusahaan	70	27.3397	32.8264	29.053397	1.5930797
Pertumbuhan Perusahaan	70	-0.1795	1.6761	0.101229	0.2355993
Price Earning Ratio	70	0.9038	86.7665	20.375363	15.6019005
Stuktur Modal	70	0.0166	0.8763	0.227324	0.2323454
Nilai Perusahaan	70	0.8840	275.0000	51.151164	64.9253873

Sumber: Olah Data Tahun 2023

Uji Statistik Deskriptif

Pada tabel 1 dijelaskan variabel Profitabilitas dimana nilai minimumnya ialah 0,0005, nilai maksimum 0,2558, mean 0,093 dan standar deviasi 0,054. Variabel *Leverage* mempunyai nilai minimumnya ialah 0,108, nilai maksimum 1,348, mean 0,615, dan standar deviasi 0,357. Variabel

Ukuran perusahaan mempunyai nilai minimumnya ialah 27,339, maksimum 32,826, mean 29,053 dan standar deviasiasi 1,593. Variabel Pertumbuhan Perusahaan mempunyai nilai minimumnya ialah -0,1795, maksimum 1,676, mean 0,101 dan standar deviasiasi 0,235. Variabel *Price Earning Ratio* mempunyai nilai minimumnya ialah 0,903, maksimum 86,766, mean 20,375 dan standar deviasiasi 15,601. Variabel Stuktur Modal mempunyai nilai minimumnya ialah 0,016, maksimum 0,876, mean 0,227 dan standar deviasiasi 0,232, dan variabel dependen Nilai Perusahaan mempunyai nilai minimum 0,884, maksimum 0,275, mean 51,151, standar deviasiasi 64,925.

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik

Keterangan	Alat Ukur	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
Uji Normalitas	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	<i>Unstandardized Residual = Sig.</i> 0,200					
Uji Multikolinearitas	<i>Tolerance</i>	0,769	0,556	0,653	0,861	0,843	0,412
	<i>VIF</i>	1,300	1,799	1,532	1,161	1,186	2,428
Uji Heterokedastisitas	Uji <i>Park</i>	0,76	0,715	0,504	0,168	0,117	0,061
Uji Autokorelasi	Uji <i>Durbin Watson</i>	Du < Dw < 4-Du = 1,802 < 2,056 < 2,197					

Sumber: Olah Data Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi kriteria pengujian. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05, sehingga data dinyatakan terdistribusi normal. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) tertinggi sebesar 2,428 atau masih di bawah 10 dan nilai tolerance terendah sebesar 0,412 atau lebih besar dari 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel independen. Pada uji heteroskedastisitas juga tidak ditemukan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas. Selain itu, hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 2,056, sedangkan nilai DU sebesar 1,802 dan nilai 4 – DU sebesar 2,197. Karena nilai Durbin-Watson berada di antara DU dan 4 – DU (1,802 < 2,056 < 2,197), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil uji Regresi Linier Berganda dan Hasil uji T

Variabel	Uji Regresi Linier Berganda		Uji T	
	Unstandardized Coefficients (Beta)	T	Sig.	Kesimpulan
Profitabilitas	859.022	8.231	.000	H1 Diterima
Leverage	89.415	4.750	.000	H2 Diterima
Ukuran Perusahaan	11.922	3.061	.003	H3 Diterima
Pertumbuhan Perusahaan	-54.822	-2.391	.020	H4 Ditolak
<i>Price Earning Ratio</i>	1.270	3.630	.001	H5 Diterima
Stuktur Modal	-6.533	-.194	.847	H6 Ditolak

Sumber: Olah Data Tahun 2023

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 3. diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + 859,022 \text{ ROA} + 89,415 \text{ DER} + 11,922 \text{ SIZE} - 54,822 \text{ Growth} + 1,270 \text{ PER} - 6,533 \text{ SM} + \varepsilon$$

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas pada Nilai Perusahaan

Pada tabel 3. menunjukkan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Artinya setiap terjadi peningkatan Profitabilitas maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari sumber daya perusahaan. Profitabilitas sangat penting untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan karena tanpa profitabilitas, akan sulit untuk menarik modal dari luar. Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika investor menerima informasi yang baik (*good news*) terhadap kinerja suatu perusahaan, maka investor akan bereaksi yaitu membeli saham. Semakin banyak investor yang tertarik, maka harga saham yang tercipta akan meningkat, dan meningkatnya harga saham membuat nilai perusahaan akan meningkat pula.

Pengaruh Leverage pada Nilai Perusahaan

Pada tabel 3. menunjukkan Leverage berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Artinya setiap terjadi peningkatan Leverage maka akan menambah Nilai Perusahaan. *Leverage* digunakan untuk mengukur rasio jumlah total utang yang diberi kreditur dalam jumlah modal yang dimiliki perusahaan (Febriani, 2020). Perusahaan dapat meningkatkan nilainya dengan mengoptimalkan hutangnya. Dengan memanfaatkan dana hutang untuk menjalankan bisnisnya, mereka dapat menghasilkan keuntungan yang dapat meningkatkan nilainya. Bisnis dengan leverage yang baik akan menghadapi risiko yang kecil, sehingga kreditur sering memperhatikan tingkat risiko tersebut. Maka manajemen berusaha menurunkan risiko perusahaan dengan berbagai cara untuk menstabilkan tingkat keuangan perusahaan untuk mengurangi risiko yang mungkin terjadi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan

Pada tabel 3. menunjukkan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Artinya setiap terjadi peningkatan Ukuran Perusahaan maka akan menambah Nilai Perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan skala besarnya aset atau kecilnya aset dalam perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aktiva (Bagaskara et al., 2021). Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Penelitian ini sesuai dengan konsep *signaling theory* yang menyatakan bahwa Perusahaan yang mengalami perkembangan yang pesat mendapatkan keuntungan dari reputasi yang baik di mata investor, yang dapat menarik mereka untuk menanamkan modal mereka. Perusahaan besar memiliki kemampuan untuk mengakses pasar modal. Kemampuan ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuan untuk mendapatkan dana lebih besar. Investor melihat kemudahan ini sebagai sinyal positif, dan ini meningkatkan nilai perusahaan (Putra & Gantino, 2021).

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan pada Nilai Perusahaan

Pada tabel 3. menunjukkan Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Artinya setiap terjadi penurunan ukuran perusahaan maka akan menurunkan Nilai Perusahaan. Menurut penelitian Krisnando & Novitasari (2021) menjelaskan bahwa semakin cepat pertumbuhan perusahaan akan mengakibatkan penurunan terhadap nilai perusahaan. hal tersebut dapat terjadi apabila semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka semakin besar pula dana yang harus tersedia untuk investasi perusahaan, baik dana yang bersumber dari dalam maupun luar perusahaan. Pada posisi tersebut perusahaan telah berada dalam kondisi perkembangan yang lebih membutuhkan pendanaan sehingga laba yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan akan digunakan untuk investasi kembali bukan untuk pembayaran dividen kepada para investor. Kegiatan tersebut akan mendapat respon negatif dari pihak pemegang saham yang mengakibatkan menurunnya penawaran saham perusahaan di pasar modal.

Pengaruh *Price Earning Ratio* pada Nilai Perusahaan

Pada tabel 3 menunjukkan *Price Earning Ratio* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Artinya setiap terjadi peningkatan *Price Earning Ratio* maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dan pendapatan per saham. Semakin tinggi harga suatu saham terhadap pendapatan per sahamnya, semakin mahal harga saham tersebut. Investor biasanya menggunakan rasio ini untuk memprediksi kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan di masa depan. Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya memiliki *price earning ratio* yang tinggi, yang menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang. Investor tentunya akan mempertimbangkan pertumbuhan laba perusahaan di masa datang yang akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modal pada suatu perusahaan. (Arifianto & Chabachib, 2018)

Pengaruh Struktur modal pada Nilai Perusahaan

Pada tabel 3 menunjukkan Struktur modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Artinya setiap terjadi peningkatan maupun penurunan Struktur modal tidak akan meningkatkan Nilai Perusahaan. Menurut penelitian Mahanani & Kartika (2022) Investor dalam menanamkan modalnya pada suatu perusahaan tidak menjadi faktor langsung melihat nilai perusahaan berdasarkan dari struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan. Investor lebih mengutamakan informasi bagaimana pihak manajemen perusahaan menggunakan dana tersebut sebagai modal perusahaan yang dilakukan secara efektif dan efisien untuk mencapai nilai tambah bagi nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang menjelaskan sebarang banyak penggunaan hutang tidak akan berpengaruh terhadap harga saham dan nilai perusahaan. Selain itu, investor lebih mempertimbangkan faktor lainnya dalam mengambil sebuah keputusan untuk berinvestasi seperti pertimbangan laba perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, pengelolaan utang yang optimal, besarnya skala perusahaan, serta tingginya ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan laba mampu meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Sementara itu, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi cenderung membutuhkan pendanaan besar untuk ekspansi sehingga laba lebih banyak dialokasikan kembali untuk investasi dibandingkan pembagian dividen. Di sisi lain, struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor lebih mempertimbangkan efektivitas pengelolaan dana dan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dibandingkan komposisi utang dan modal yang dimiliki perusahaan.

Perusahaan diharapkan mampu meningkatkan profitabilitas melalui pengelolaan aset dan operasional yang lebih efektif agar dapat menarik minat investor serta meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu mengelola leverage dan struktur modal secara optimal sehingga penggunaan dana pinjaman tetap berada pada tingkat yang aman dan produktif. Perusahaan juga perlu menjaga pertumbuhan usaha secara stabil dengan mempertimbangkan kemampuan pendanaan agar ekspansi yang dilakukan tidak menimbulkan persepsi negatif dari investor. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dengan memperhatikan faktor *profitabilitas*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *price earning ratio* sebagai indikator utama dalam menilai prospek perusahaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kebijakan dividen, likuiditas, *corporate governance*, atau faktor makroekonomi agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adfentari, I., Sumiati, A., & Fauzi, A. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 1(2), 386–395. <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/104/131>
- Afrianti, D., & Purwaningsih, E. (2022). The Effect of Leverage, Liquidity and Asset Growth on Profitability. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1781–1796. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2343>
- Anugerah, K. H. G., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 2324. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p24>
- Arifianto, M., & Chabachib, M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai

- Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks LQ-45 Periode 2011-2014). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(1), 1–12.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Catur Fatchu Ukhriyawati dan Riani Dewi. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibiria*, 6(1), 1–14.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Fahmi, I. (2018). *Pengantar Manajemen*. Alfabeta.
- Faizra, Y. L., Lubis, P. A., Ifazah, L., & Muthmainnah. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 22(2), 176–188. <https://doi.org/10.30596/11507>
- Febriani, R. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 216–245. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i2.943>
- Hanafi, M. M. (2011). *Manajemen Keuangan*. BPFPE.
- Harmono. (2017). *Manajemen Keuangan Berbasis Balance*. PT Bumi Angkasa.
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan* (1st ed.). Center For Academic Publishing Services.
- Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return on Equity dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Fakultas Ekonomi*, 21(1), 67–75. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Humas Universitas Ma-chung. (2023). *Peluang Bisnis 2023 Di Indonesia, Optimis Bergerak Ke Depan*. HUMAS UNIVERSITAS MACHUNG. <https://machung.ac.id/berita/peluang-bisnis-2023-di-indonesia-optimis-bergerak-ke-depan/>
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. UPP STIM YKPN.
- Jihadi, M., Vilantika, E., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO3.0423>
- Juli, P. (2021). Industri Makanan dan Minuman Tetap Tumbuh Positif Selama Pandemi. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/r43izl370/industri-makanan-dan-minuman-tetap-tumbuh-positif-selama-pandemi>
- Juniati, L., & Hidayatulloh, A. (2024). Agresivitas Pajak Saat Pandemi Covid-19: Sudut Pandang Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage. *Akuisisi : Jurnal Akuntansi*, 20(1), 176 - 183. doi:<https://doi.org/10.24127/akuisisi.v20i1.1415>
- Kamila, T., & Fitriasuri, F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Undeprricing Saham pada Perusahaan Non Keuangan yang Melakukan Initial Public Offering (IPO). *Akuisisi : Jurnal Akuntansi*, 19(2), 200 - 216. doi:<https://doi.org/10.24127/akuisisi.v19i2.1051>.
- Kashmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.

- Kemenko Perekonomian. (2022). Dunia Usaha di Indonesia Masih Solid dan Terus Berkembang di Tengah Tantangan dan Dinamika Global. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4446/dunia-usaha-di-indonesia-masih-solid-dan-terus-berkembang-di-tengah-tantangan-dan-dinamika-global>
- Krisnando, K., & Novitasari, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 71–81. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.436>
- Languju, O., Mangantar, M., & Tasik, H. H. D. (2016). Pengaruh return on equity, ukuran perusahaan, price earning ratio dan struktur modal terhadap nilai perusahaan property and real estate terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2), 387–398.
- Languju, O., Mangantar, M., Tasik, H. H. D., Krisnando, K., Novitasari, R., Salsa, S. S., Nugraha, D. S., Wiratno, D. H., Yustrianthe, R. H., Arifianto, M., Chabachib, M., Ananda, N. A., Fajar, R. S., Himawan, H. M., & Andayani, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya*, 2(1), 25–27. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i3.3974>
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1). <https://doi.org/10.47491/landjournal.v2i1.1102>
- Maria, M., Wiagustini, L. P., & Sedana, I. B. P. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Liquiditas Terhadap Profitabilitas Di Perusahaan Esperanca Timor-Oan (Eto) Dili Timor-Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 23. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i01.p02>
- Mercyana, C., Hamidah, & Kurnianti, D. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Infrastruktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016–2020. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 101–113. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.08>
- Modigliani, F., & Miller, M. (1958). *The Cost of Capital, Corporation Finance and The Theory of Investment*. The American Economic Review.
- Monika, B. F., & Meidiyustiani, R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 20). *Akuntansi Responsibilitas Audit Dan Tax*, 1(01), 1–9.
- Nathanael, N. (2008). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Return Saham (Studi pada Saham-Saham Real Estate And Property di Bursa Efek Indonesia Periode 2004-2006)*. Universitas Diponegoro.
- Ningsih, I. A. M. W., & Noviani, N. (2022). Financial Distress, Sales Growth, Profitabilitas dan Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 3542. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i01.p17>
- Nopiyanti, I. D. A., & Darmayanti, N. P. A. (2016). Pengaruh Per, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5.
- Novari, P. M., & Lestari, dan P. V. (2016). PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Mempertahankan kontinuitas perusahaan adalah elemen penting yang harus dipertahankan oleh perusahaan , terutama men. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.

- Nurainun, B., & Wati, S. (2007). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan deviden terhadap Nilai Perusahaan Perdagangan, Jasa dan Investasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”. *Jurnal Akuntansi*.
- Nurminda, A., Isyuardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). The Influence Of Profitability, Leverage, and Firm Size Toward Firm Value (Study Of Manufacture Companies Goods And Foods Sub Sector Listed in Indonesia Stock Exchange 2012-2015). *E-Proceeding of Management*, 4(1), 542–549.
- Purba, D. H. P., & Dana, R. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Kebijakan Struktur Modal Terhadap Perubahan Harga Saham Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Di BEI. <https://media.neliti.com/media/publications/222338-pengaruh-pertumbuhan-perusahaan-dan-kebi.pdf>
- Puspita, N. S. (2011). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009 (Studi Kasus Pada Sektor Industri Food And Bevera. Universitas Diponegoro.
- Putra, R. D., & Gantino, R. (2021). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. 11(1), 81–96. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi/article/view/20338/pdf>
- Spence, M. (1973). *Job Market Signaling*. The Quarterly Journal of Economics.
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 1(1). <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.236>
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Tumangkeng, M. F. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i3.3974>
- Tuovila, A. (2023). *Capital Structure Definition, Types, Importance, and Examples*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/c/capitalstructure.asp>
- Wiratno, D. H., & Yustrianthe, R. H. (2022). Price earning ratio, ukuran dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5587–5595. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2097>
- Yunda, C. F. P. (2014). *Analisis pengaruh lokasi, persepsi harga, dan produk terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Waroeng Cowek Ireng Cabang Tusam Semarang)* (Vol. 1, Issue 76).
- Zani, J., Leites, E. ., & Portal, M. . (2013). Interest On Equity and Capital Structure In The Brazilian Context. *International Journal Of Managerial Finance*, 10(1).