



Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada PT. Aneka Tambang Tbk Periode 2017-2024)

Winda Agustina¹, H. Sissah²

¹Manajemen Keuangan Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jalan Lintas Jambi-Muara Bulian No. 11, Simpang Sungai Duren, Kecamatan Jambi Luar Kota (JALUKO), Kabupaten Muaro Jambi, Indonesia

²Manajemen Keuangan Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jalan Lintas Jambi-Muara Bulian No. 11, Simpang Sungai Duren, Kecamatan Jambi Luar Kota (JALUKO), Kabupaten Muaro Jambi, Indonesia

Email author: indahgustina909@gmail.com¹, sissa@uinjambi.ac.id²

Article Info

Article history:

Masuk: 28 Januari 2026;

Revisi: 13 April 2026;

Diterima: 13 Juni 2026;

Tersedia: 01 Juli 2026;

Terbit: 30 Juli 2026

Keywords:

Company Size;

Leverage;

Profitability;

Firm Value

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of firm size, leverage, and profitability on firm value in PT Aneka Tambang (Persero) Tbk during the 2017–2024 period. The research employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis with secondary data obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange (IDX). The independent variables consist of firm size, leverage, and profitability, while the dependent variable is firm value measured using the Price to Book Value (PBV) ratio. The results indicate that, partially, firm size has no significant effect on firm value, meaning that the company's asset scale does not determine investor confidence or market valuation. Leverage also has no significant effect on firm value, showing that the use of debt does not directly affect investor perceptions. Similarly, profitability measured by Return on Assets (ROA) does not significantly influence firm value, indicating that the company's profitability level has not provided a strong positive signal to investors. Simultaneously, the three variables firm size, leverage, and profitability also have no significant effect on firm value. The coefficient of determination (Adjusted R²) which means that only 4.3% of the variation in firm value can be explained by these three variables, while the remaining 95.7% is influenced by other factors outside the model such as macroeconomic conditions, commodity prices, and government policies that affect the mining industry's performance.

Corresponding Author:

Winda Agustina,

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Lintas Jambi-Muara Bulian No. 11, Simpang Sungai Duren, Kecamatan Jambi Luar Kota (JALUKO),

Kabupaten Muaro Jambi

Email: indahgustina909@gmail.com



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada PT Aneka Tambang (Persero) Tbk periode 2017–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda dan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio

Price to Book Value (PBV). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti besar kecilnya aset tidak menjadi penentu utama bagi kepercayaan investor atau penilaian pasar. Leverage juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa penggunaan utang tidak secara langsung memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Demikian pula, profitabilitas yang diukur dengan Return on Assets (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa tingkat laba perusahaan belum mampu memberikan sinyal positif yang kuat bagi investor. Secara simultan, ketiga variabel tersebut ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) menunjukkan bahwa hanya 4,3% variasi nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 95,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian seperti kondisi ekonomi makro, harga komoditas, dan kebijakan pemerintah yang memengaruhi kinerja industri pertambangan.

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh laba jangka pendek, tetapi juga harus mampu menciptakan nilai jangka panjang bagi para pemegang saham. Peningkatan nilai perusahaan (*firm value*) menjadi salah satu tujuan utama yang mencerminkan keberhasilan pengelolaan sumber daya dan strategi keuangan yang dijalankan oleh manajemen. Nilai perusahaan menjadi ukuran penting karena menggambarkan persepsi pasar terhadap kinerja, potensi pertumbuhan, dan risiko perusahaan di masa mendatang. Investor pada umumnya akan menanamkan modalnya pada perusahaan yang diyakini memiliki nilai tinggi, sebab hal itu menunjukkan prospek pengembalian yang baik dan tingkat risiko yang terukur.

Nilai perusahaan juga menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola faktor-faktor keuangan, operasional, dan investasi. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar pula kepercayaan publik terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan. Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan seringkali diukur melalui indikator *Price to Book Value* (PBV) yang membandingkan antara harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio PBV yang tinggi menunjukkan bahwa investor menilai perusahaan tersebut memiliki prospek pertumbuhan yang baik, sedangkan PBV yang rendah dapat mencerminkan penilaian negatif pasar terhadap kondisi perusahaan.

Faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan sangat beragam, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor eksternal mencakup kondisi ekonomi makro, kebijakan pemerintah, inflasi, nilai tukar, hingga kondisi geopolitik global. Sementara faktor internal meliputi kebijakan keuangan, profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal (*leverage*), likuiditas, dan efisiensi operasional. Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada tiga variabel internal utama yang dianggap paling berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yaitu ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas. Ketiga variabel tersebut telah banyak dikaji dalam literatur keuangan karena memiliki hubungan langsung dengan persepsi investor terhadap stabilitas dan prospek perusahaan.

Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan salah satu faktor yang sering digunakan untuk menjelaskan perbedaan nilai antar perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang biasanya diukur dengan total aset yang dimiliki. Perusahaan besar cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks, sistem manajemen yang lebih mapan, serta akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan baik dari perbankan maupun pasar modal. Aset yang besar juga menjadi simbol kemampuan perusahaan dalam memproduksi dan beroperasi dalam skala ekonomi yang lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas dan pada akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan kecil biasanya menghadapi keterbatasan modal dan sumber daya yang dapat menurunkan daya saingnya di pasar. Selanjutnya, *leverage* merupakan faktor penting yang menunjukkan sejauh mana perusahaan membiayai asetnya dengan menggunakan dana yang berasal dari utang. *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam mengelola struktur modal. Penggunaan utang dalam jumlah tertentu dapat meningkatkan nilai perusahaan karena memberikan efek penghematan pajak (*tax shield*). Namun, apabila *leverage* terlalu tinggi, risiko gagal bayar juga meningkat sehingga dapat menurunkan kepercayaan investor. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara penggunaan

dana internal dan eksternal agar struktur modal yang terbentuk optimal serta tidak mengganggu stabilitas keuangan perusahaan.

Faktor berikutnya adalah profitabilitas, yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Profitabilitas menjadi sinyal positif bagi investor karena menunjukkan efektivitas dan efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Rasio profitabilitas yang tinggi seperti *Return on Assets* (ROA) menandakan bahwa perusahaan mampu memberikan pengembalian yang baik atas total asetnya, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Dalam teori sinyal (*signaling theory*), tingkat profitabilitas yang tinggi juga memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang sehat dan memiliki prospek cerah di masa depan.

PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM) merupakan salah satu perusahaan pertambangan terkemuka di Indonesia yang bergerak di bidang eksplorasi, penambangan, pengolahan, dan pemasaran logam mulia, nikel, feronikel, bauksit, serta komoditas tambang lainnya. Sebagai anak usaha dari MIND ID (Mining Industry Indonesia), ANTAM memiliki peranan strategis dalam mendukung industri pertambangan nasional. Perusahaan ini juga menjadi salah satu emiten unggulan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang sahamnya aktif diperdagangkan oleh investor dalam dan luar negeri. Oleh karena itu, setiap perubahan kinerja keuangan ANTAM akan berdampak langsung terhadap persepsi pasar dan nilai sahamnya di bursa.

Tabel 1
Data ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas dan nilai perusahaan PT. Aneka Tambang Tbk Periode 2017-2024

TOTAL DATA VARIABEL					
Tahun	Triwulan	Size (X1)	Leverage (X2)	Profitabilitas (X3)	Nilai Perusahaan (Y)
2017	Triwulan 1	24.13	0.65	0.02	948.05
	Triwulan 2	24.13	0.69	1.64	939.19
	Triwulan 3	24.15	0.70	1.08	853.33
	Triwulan 4	24.12	0.62	0.45	811.69
2018	Triwulan 1	24.16	0.67	0.79	993.59
	Triwulan 2	24.17	0.66	1.10	1141.03
	Triwulan 3	24.22	0.72	1.92	1056.25
	Triwulan 4	24.23	0.69	2.63	932.93
2019	Triwulan 1	24.24	0.69	0.51	1066.27
	Triwulan 2	24.24	0.70	1.09	1030.49
	Triwulan 3	24.21	0.64	1.72	1174.70
	Triwulan 4	24.13	0.67	0.64	1120
2020	Triwulan 1	24.15	0.71	0.92	600
	Triwulan 2	24.13	0.66	0.28	806.67
	Triwulan 3	24.16	0.64	2.70	892.41
	Triwulan 4	24.18	0.67	3.62	2449.37
2021	Triwulan 1	24.21	0.65	1.93	2743.9
	Triwulan 2	24.20	0.63	3.59	2771.08
	Triwulan 3	24.23	0.64	5.14	3988.24

	Triwulan 4	17.31	0.58	5.66	2586.21
2022	Triwulan 1	17.27	0.41	4.65	2623.66
	Triwulan 2	17.29	0.50	4.73	2022.47
	Triwulan 3	17.34	0.50	7.77	2063.83
	Triwulan 4	17.33	0.42	11.36	2005.05
2023	Triwulan 1	17.37	0.38	4.76	1990.48
	Triwulan 2	17.41	0.54	5.20	1969.7
	Triwulan 3	17.39	0.44	8.02	1779.41
	Triwulan 4	17.57	0.37	7.18	1311.54
2024	Triwulan 1	17.53	0.31	0.51	1221.37
	Triwulan 2	17.48	0.32	38.83	1008.06
	Triwulan 3	17.53	0.35	5.44	1174.6
	Triwulan 4	17.57	0.38	8.99	1138.06

Sumber: Laporan Keuangan ANTM

Berdasarkan data yang dikumpulkan selama periode 2017–2024, terlihat adanya fluktuasi yang signifikan pada variabel-variabel keuangan PT ANTAM. Nilai *leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan tren penurunan dari 0,65 pada tahun 2017 menjadi 0,38 pada tahun 2024, yang menandakan adanya perbaikan struktur permodalan dan penurunan ketergantungan terhadap pendanaan eksternal. Di sisi lain, ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aset (*Ln Total Aset*) relatif stabil pada periode 2017–2021, tetapi mengalami penurunan nilai pada tahun-tahun berikutnya karena adanya perubahan metode pelaporan dan restrukturisasi aset.

Sementara itu, tingkat profitabilitas perusahaan yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA) menunjukkan peningkatan yang cukup tajam. Pada triwulan I tahun 2020, ROA tercatat sebesar 0,92%, kemudian melonjak hingga 11,36% pada triwulan IV tahun 2022, bahkan mencapai 38,83% pada triwulan II tahun 2024. Namun, peningkatan ini tidak selalu diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan. Rasio *Price to Book Value* (PBV) justru mengalami fluktuasi dan bahkan menunjukkan penurunan pada beberapa periode, yang mengindikasikan bahwa peningkatan profitabilitas tidak selalu mencerminkan peningkatan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena adanya faktor eksternal seperti harga komoditas global, kebijakan ekspor mineral, atau fluktuasi nilai tukar yang turut memengaruhi kinerja saham ANTAM di pasar modal.

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan PT Aneka Tambang Tbk tidak selalu konsisten dengan teori keuangan yang ada. Dalam beberapa kondisi, peningkatan profitabilitas tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan nilai perusahaan, begitu pula dengan *leverage* dan ukuran perusahaan yang terkadang menunjukkan hubungan yang lemah atau bahkan negatif. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis empiris yang lebih mendalam untuk menguji bagaimana ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap nilai perusahaan PT Aneka Tambang Tbk selama periode 2017–2024.

Selain itu, penelitian ini juga penting dilakukan karena sektor pertambangan memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyumbang devisa dan pendapatan negara. Namun, volatilitas harga komoditas dan ketergantungan terhadap pasar global menjadikan kinerja perusahaan tambang sangat dinamis dan penuh risiko. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana variabel-variabel keuangan internal dapat memengaruhi persepsi pasar dan nilai perusahaan, khususnya pada PT Aneka Tambang Tbk sebagai representasi sektor pertambangan nasional.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam memperkuat literatur tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, tetapi juga memiliki nilai praktis bagi manajemen perusahaan dan investor. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan keuangan yang lebih efektif, serta menjadi referensi bagi investor dalam mengambil keputusan investasi berdasarkan analisis fundamental yang mendalam.

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa referensi terhadap penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizqia Muharramah & Mohamad Zulman Hakim justru menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan, sedangkan *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian lain Imam Hidayat & Khusnul Khotimah, menunjukkan bahwa hanya *leverage* dan profitabilitas yang berpengaruh signifikan, Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh. Penelitian yang dilakukan oleh M. Fahriyal Aldi et al. menemukan bahwa ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Landasan Teori

a. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Signaling theory menekankan pentingnya informasi yang dipublikasikan perusahaan dalam memengaruhi keputusan investasi pihak eksternal. Informasi yang lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu menjadi dasar utama bagi investor dalam menganalisis kondisi perusahaan dan menentukan keputusan investasi. Setiap informasi yang diumumkan perusahaan berfungsi sebagai sinyal yang dapat diinterpretasikan pasar sebagai sinyal positif (*good news*) atau sinyal negatif (*bad news*), yang selanjutnya memengaruhi reaksi pasar modal.

Profitabilitas yang tinggi dan konsisten mencerminkan kinerja operasional yang baik, efisiensi manajemen, serta prospek pertumbuhan yang menjanjikan, sehingga menjadi sinyal positif bagi investor. Selain itu, ukuran perusahaan yang besar sering dipersepsikan lebih stabil, memiliki akses pendanaan yang lebih luas, serta risiko yang lebih rendah, sehingga meningkatkan daya tarik dan nilai perusahaan. Sementara itu, tingkat *leverage* yang optimal dapat menjadi sinyal kepercayaan manajemen terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas, meskipun *leverage* yang berlebihan justru dapat dipersepsikan sebagai sinyal negatif terkait risiko keuangan.

b. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Keagenan menyoroti adanya potensi konflik kepentingan antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen) akibat perbedaan tujuan, yang dapat menimbulkan biaya keagenan. Konflik ini muncul ketika manajemen lebih berorientasi pada kepentingan pribadi dibandingkan peningkatan nilai perusahaan.

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuan pemegang saham sehingga dapat menekan konflik keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan. Pada perusahaan berukuran besar, kompleksitas hubungan keagenan cenderung meningkat, namun hal ini umumnya diimbangi dengan penerapan tata kelola perusahaan yang lebih baik untuk memitigasi masalah keagenan dan menjaga kepercayaan investor. Sementara itu, *leverage* dapat berfungsi sebagai mekanisme pendisiplinan manajemen melalui kewajiban pembayaran utang, sehingga mendorong efisiensi pengelolaan perusahaan. Namun, tingkat *leverage* yang berlebihan berpotensi menimbulkan risiko dan konflik keagenan baru yang berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

c. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan konsep penting dalam keuangan yang mencerminkan penilaian pasar terhadap keseluruhan kondisi dan prospek perusahaan, termasuk aset serta kemampuan menghasilkan keuntungan di masa depan. Menurut Weston dan Copeland, nilai perusahaan adalah nilai pasar total perusahaan yang mencakup nilai pasar ekuitas dan utang, yang menunjukkan besarnya harga yang bersedia dibayar investor untuk memiliki perusahaan tersebut. Secara konseptual, nilai perusahaan juga dipahami sebagai nilai sekarang dari arus kas masa depan yang diharapkan, yang umumnya diukur menggunakan metode *discounted cash flow*.

Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal bersifat dapat dikendalikan perusahaan, meliputi kinerja, keputusan keuangan, struktur modal, dan biaya ekuitas, sedangkan faktor eksternal mencakup tingkat suku bunga, fluktuasi nilai tukar, dan kondisi

pasar modal. Berdasarkan berbagai penelitian empiris, nilai perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, pertumbuhan, dan profitabilitas, meskipun hasil penelitian masih menunjukkan perbedaan temuan. Faktor-faktor tersebut menjadi dasar penilaian investor terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam harga saham, di mana kenaikan harga saham menunjukkan peningkatan nilai perusahaan, dan sebaliknya.

Indikator nilai perusahaan menurut Harmono meliputi beberapa rasio utama, yaitu Price to Book Value (PBV), Price Earning Ratio (PER), Earning per Share (EPS), dan Tobin's Q. PBV menunjukkan sejauh mana pasar menghargai nilai buku perusahaan; semakin tinggi PBV, semakin besar kepercayaan investor terhadap prospek dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai. PER mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja laba perusahaan, EPS menunjukkan keberhasilan manajemen dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, sedangkan Tobin's Q menggambarkan perbandingan nilai pasar perusahaan dengan biaya penggantian asetnya, di mana nilai $Q > 1$ mengindikasikan peluang pertumbuhan yang baik.

Dalam penelitian ini, PBV dipilih sebagai indikator nilai perusahaan karena dinilai lebih stabil, mudah diukur, dan relevan untuk mencerminkan persepsi pasar, khususnya pada perusahaan yang terdaftar di pasar modal Indonesia, serta mampu menggambarkan pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai ekuitas.

Selain indikator pengukuran, nilai perusahaan juga dapat dilihat dari beberapa jenis nilai, yaitu nilai nominal, nilai buku, nilai pasar, nilai intrinsik, dan nilai likuidasi. Masing-masing jenis nilai memiliki tujuan dan interpretasi yang berbeda, mulai dari nilai formal saham, nilai akuntansi, persepsi pasar, estimasi nilai riil berdasarkan prospek masa depan, hingga nilai perusahaan dalam kondisi likuidasi.

3. METODE

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Return On Asset (ROA), Debt to Equity Ratio (DER), dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Studi kasus difokuskan pada PT Aneka Tambang Tbk (ANTM) dengan menggunakan data sekunder yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (IDX). Data yang dianalisis mencakup laporan keuangan triwulan periode 2017-2024 yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index (JII).

4. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Statististik

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum data penelitian melalui nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum. Mean menunjukkan nilai sentral data, sedangkan standar deviasi menggambarkan tingkat penyimpangan data dari nilai rata-ratanya. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan meliputi ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas, sementara variabel dependen adalah nilai perusahaan. Hasil analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian.

Tabel 2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Size (X1)	32	17.27	24.24	685.78	21.4306	3.37591
Leverage (X2)	32	.31	.72	18.20	.5688	.13504
Profitabilitas (X3)	32	.02	38.83	144.87	4.5272	6.90787
Nilai Perusahaan (Y)	32	600	3988	49212	1537.88	790.285
Valid N (listwise)	32					

Sumber: data Diolah, SPSS 20

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model memiliki distribusi normal baik dalam regresi, variabel bebas, atau keduanya. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengukur normalitas data. Nilai signifikansi di atas 0.05 menunjukkan distribusi data yang normal, begitupun sebaliknya. berikut hasil yang dapat diperoleh:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	884.38129931
Most Extreme Differences	Absolute	.148
	Positive	.148
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.836
Asymp. Sig. (2-tailed)		.487
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data Diolah, SPSS 20

Berdasarkan hasil pengujian yang tersaji pada tabel 3.2 diatas, diketahui bahwa nilai asymp. sig. (2-tailed) sebesar $0,487 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bawa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi dan variabel bebas berkorelasi. Variabel independen tidak memiliki korelasi satu sama lain dalam model regresi. Berikut ini adalah hasil dari analisis multikolinearitas:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

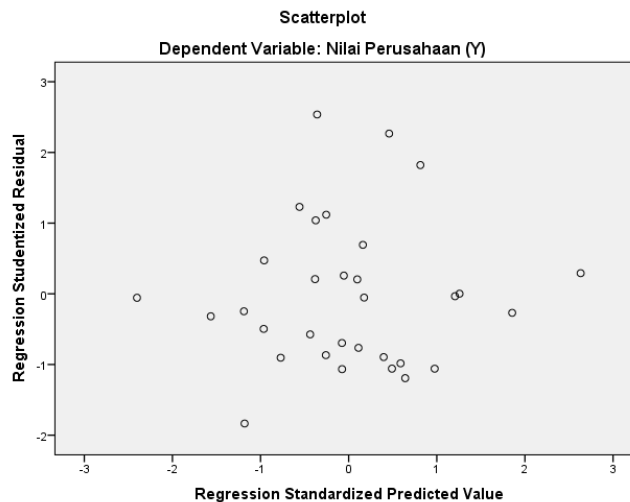
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Size (X1)	.187	5.344
	Leverage (X2)	.170	5.876
	Profitabilitas (X3)	.678	1.475
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)			

Berdasarkan hasil uji diatas masing - masing variabel memiliki nilai VIF di bawah 10 dan nilai toleransi di atas 0.10, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak ada multikolinieritas atau korelasi antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah setiap residual peneliti berbeda dari model regresi. Dengan tidak adanya heteroskedastisitas, variabel residual dianggap cukup.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah, SPSS 26

Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 1, data residual dari model regresi penelitian ini tidak menunjukkan pola tertentu, hasilnya berdistribusi di atas dan di bawah titik 0 (nol) dan tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Penelitian dianggap baik apabila tidak terjadi autokorelasi. Uji autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antara kesalahan confounding pada periode t saat ini dan confounder pada periode $t-1$. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada autokorelasi adalah uji Durbin Watson (DW), yang hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.240 ^a	.057	-.043	930.55357	1.684
a. Predictors: (Constant), Profitabilitas (X3), Size (X1), Leverage (X2)					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)					

Sumber: Data Diolah, SPSS 20

Nilai *Durbin Watson* (DW) adalah 1,684, nilai d_U adalah 1.6505, dan nilai $4-d_U$ adalah 2,3495 yang menunjukkan yaitu $1,6505 < 1,684 < 2,3495$, dimana nilai kritisnya adalah 95% (0.05), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengikuti hasil uji asumsi klasik. Temuan analisis menunjukkan bahwa tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menentukan persamaan regresi dan menilai variabel independen yang mempengaruhi nilai perusahaan, yakni ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas.

Tabel 6

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.975	1360.621		1.689	.102
	Size (X1)	-127.408	114.442	-.472	-1.113	.275
	Leverage (X2)	38.585	2999.979	.572	1.286	.209
	Profitabilitas (X3)	5.786	29.385	.044	.197	.845

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber: Data Diolah, SPSS 20

Berdasarkan analisis tabel 6, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 22.975 - 127.408 + 38.585 + 5.786 + e$$

Sebagai hasil dari persamaan regresi ini, tafsiran dapat dibuat sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) 22.975, menunjukkan bahwa apabila variabel independen tidak ada atau bernilai 0, maka nilai variabel dependen yakni nilai perusahaan sebesar 22.975.
- Berdasarkan koefisien ukuran perusahaan sebesar -127.408 setiap penambahan satu satuan ukuran perusahaan akan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan sebesar 127.408.
- Berdasarkan koefisien *leverage* sebesar 38.585 setiap penambahan satu satuan *leverage* akan diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan sebesar 38.585.
- Berdasarkan koefisien profitabilitas sebesar 5.786, setiap penambahan satu satuan profitabilitas akan diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan sebesar 5.786.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran seberapa baik model menunjukkan perubahan variabel dependen. Nilai ini berkisar antara nol dan satu, dan koefisien determinasi akan rendah jika hanya ada satu variabel bebas yang menunjukkan variabel terikat. Berikut hasil analisis uji koefisien determinasi dapat dilihat di tabel 3.6:

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.240 ^a	.057	-.043	930.55357

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas (X3), Size (X1), Leverage (X2)
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber: Data Diolah, SPSS 20

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar -0.043 atau -4,3%, artinya ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas dapat menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan yakni sebesar -4,3%, sedangkan sisanya sebesar 104,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti struktur modal, kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, likuiditas, kebijakan investasi, kepemilikan manajerial, serta faktor eksternal seperti inflasi, suku bunga, dan kondisi ekonomi makro yang juga memengaruhi nilai perusahaan namun tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Uji t

Pada intinya, uji-t mengindikasikan bahwa ada hubungan antara perubahan dalam variabel dependen dan variabel independen. Nilai t_{hitung} dan t_{tabel} akan dibandingkan dengan menggunakan uji t-statistik. Hipotesis diterima jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau probabilitasnya lebih kecil dari ambang batas signifikansi ($Sig < 0.05$), dan sebaliknya. Di bawah ini adalah hasil uji t, yang dapat dilihat pada tabel 3.7:

Tabel 8
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2297.566	1360.621		1.689	.102
	Size (X1)	-127.408	114.442	-.472	-1.113	.275
	Leverage (X2)	3858.532	2999.979	.572	1.286	.209
	Profitabilitas (X3)	5.786	29.385	.044	.197	.845

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber: Data Diolah, SPSS 20

Data hasil uji t untuk masing-masing variabel ditemukan, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 3.7, yakni:

- 1) Hasil uji t pada ukuran perusahaan (X_1) menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,275 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) Hasil uji t pada *Leverage* (X_2) menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,209 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 3) Hasil uji t pada profitabilitas (X_3) menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,845 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

c. Uji F

Tujuan uji F ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan variabel independen yaitu struktur modal, dan kinerja keuangan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Tabel 9
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1479028.740	3	493009.580	.569	.640 ^b
	Residual	24246038.760	28	865929.956		
	Total	25725067.500	31			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)
b. Predictors: (Constant), Profitabilitas (X3), Size (X1), Leverage (X2)

Sumber: Data Diolah, SPSS 20

Berdasarkan Tabel 3.8 diperoleh nilai nilai Sig. $0.640 > 0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, semua variabel independent tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen,

C. Pembahasan

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset tidak menjadi penentu utama dalam peningkatan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar memang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menjamin keberlangsungan usaha, namun tidak selalu diikuti dengan peningkatan kepercayaan investor. Dalam kondisi tertentu, perusahaan dengan total aset besar justru

menghadapi permasalahan efisiensi dan beban operasional yang tinggi, sehingga tidak berdampak langsung terhadap nilai pasar. Investor lebih cenderung memperhatikan faktor yang mampu memberikan sinyal positif mengenai prospek laba di masa depan daripada hanya menilai dari skala aset perusahaan. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa ukuran perusahaan bukanlah faktor yang dominan dalam memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, hasil ini dapat diartikan bahwa investor tidak selalu memandang besar kecilnya ukuran perusahaan sebagai cerminan kinerja atau kemampuan menghasilkan keuntungan. Dalam pasar modal, nilai perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor kepercayaan terhadap prospek masa depan, strategi bisnis, serta kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. Ukuran perusahaan menggambarkan skala operasi dan kemampuan memperoleh pendanaan, tetapi nilai pasar perusahaan lebih ditentukan oleh ekspektasi investor terhadap potensi arus kas dan laba di masa depan. Hal ini berarti, walaupun perusahaan besar memiliki aset yang banyak, tanpa pengelolaan yang efektif dan profitabilitas yang stabil, ukuran tersebut tidak akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, besarnya ukuran perusahaan tidak serta-merta menjadi faktor utama dalam menentukan persepsi investor terhadap nilai suatu entitas.

Temuan ini sejalan dengan temuan Agustina Khoeriyah (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Penelitian Yohana, Kalbuana, dan Cahyadi (2021) juga menunjukkan hasil yang sama, di mana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan stabilitas keuangan.

2. Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya proporsi utang yang digunakan oleh perusahaan tidak menentukan tinggi rendahnya nilai perusahaan di mata investor. Secara teoritis, leverage menggambarkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Jika perusahaan mampu mengelola utangnya secara efisien dan menghasilkan laba yang lebih tinggi daripada beban bunga, maka leverage dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, pada penelitian ini, leverage justru tidak memberikan pengaruh yang berarti, menandakan bahwa peningkatan utang tidak serta-merta meningkatkan kepercayaan investor atau mencerminkan kinerja keuangan yang lebih baik. Kondisi ini bisa terjadi karena investor lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba daripada melihat seberapa besar proporsi utang yang dimiliki.

Hasil ini juga memperlihatkan bahwa perusahaan dengan tingkat leverage tinggi sering kali dianggap memiliki risiko keuangan yang lebih besar. Penggunaan utang memang dapat memberikan manfaat berupa penghematan pajak (tax shield), tetapi apabila utang meningkat terlalu tinggi, maka risiko kebangkrutan juga meningkat, yang akhirnya menurunkan nilai perusahaan. Dalam konteks perusahaan yang terdaftar di Indonesia, terutama pada sektor teknologi atau manufaktur, investor cenderung lebih berhati-hati terhadap perusahaan yang memiliki rasio utang tinggi karena fluktuasi pendapatan yang tidak selalu stabil. Sejalan dengan pendapat Brigham dan Houston (2019), leverage harus dikelola dengan proporsional agar dapat memberikan efek positif terhadap nilai perusahaan. Ketidakseimbangan antara utang dan modal sendiri dapat menyebabkan penilaian pasar terhadap perusahaan menjadi negatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Rinofah dan Rahmawati (2021) yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor properti di BEI. Mereka menjelaskan bahwa investor lebih menilai prospek laba dan stabilitas keuangan dibandingkan tingkat utang yang dimiliki perusahaan. Selain itu, penelitian Muharramah dan Hakim (2021) juga menemukan bahwa tingginya leverage tidak menjamin peningkatan nilai perusahaan karena beban bunga yang besar dapat menekan laba bersih dan menurunkan minat investor. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa leverage bukan faktor utama yang menentukan nilai perusahaan, melainkan hanya mencerminkan strategi pendanaan yang perlu dikelola secara hati-hati.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak selalu diikuti dengan peningkatan nilai pasar atau persepsi positif dari investor. Secara teori, profitabilitas yang tinggi seharusnya meningkatkan nilai perusahaan karena mencerminkan efisiensi

operasional dan kinerja manajemen yang baik. Namun, pada kenyataannya, investor tidak selalu merespons positif terhadap peningkatan laba karena adanya faktor lain seperti ketidakpastian ekonomi, ketidakstabilan arus kas, atau kebijakan perusahaan yang kurang menarik, misalnya pembagian dividen yang rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas belum tentu menjadi sinyal yang kuat bagi investor untuk menilai kinerja dan prospek jangka panjang perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset dan modal yang digunakan. Meskipun demikian, tingginya rasio profitabilitas belum tentu menggambarkan kondisi perusahaan yang sebenarnya jika tidak diikuti oleh strategi bisnis yang berkelanjutan. Investor dalam pasar modal modern cenderung memperhatikan konsistensi laba serta kemampuan perusahaan dalam menjaga pertumbuhan di tengah persaingan, bukan hanya tingkat laba sesaat. Hal ini sesuai dengan teori signaling, yang menjelaskan bahwa informasi laba harus diikuti dengan sinyal positif lain seperti peningkatan investasi, ekspansi usaha, atau tata kelola yang baik agar direpson positif oleh pasar.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nugroho dan Abdani (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan Konstruksi di BEI. Mereka menjelaskan bahwa meskipun profitabilitas tinggi, hal tersebut tidak menjamin peningkatan nilai perusahaan apabila laba yang dihasilkan tidak konsisten atau tidak diimbangi dengan kebijakan perusahaan yang mampu menarik investor. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Dharmaputra, Rustiarini, dan Dewi (2022) yang menemukan bahwa investor lebih mempertimbangkan prospek jangka panjang dan stabilitas keuangan dibandingkan hanya melihat tingkat laba yang dicapai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas bukanlah faktor utama yang menentukan nilai perusahaan, terutama dalam kondisi pasar yang dinamis dan kompetitif.

4. Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut, ketika diuji secara bersamaan, belum mampu menjelaskan variasi perubahan nilai perusahaan secara menyeluruh. Dalam konteks teori keuangan, nilai perusahaan seharusnya mencerminkan kinerja keuangan dan prospek masa depan perusahaan. Namun, hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun perusahaan memiliki aset besar, rasio utang yang terukur, dan tingkat profitabilitas yang baik, faktor-faktor tersebut belum tentu meningkatkan kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena adanya faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro, kebijakan pemerintah, atau faktor non-keuangan seperti reputasi manajemen dan strategi bisnis yang lebih dominan dalam memengaruhi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan terbentuk dari interaksi antara keputusan pendanaan, investasi, dan kebijakan dividen yang saling berkaitan. Jika salah satu komponen tersebut tidak optimal, maka pengaruh gabungannya terhadap nilai perusahaan menjadi lemah. Misalnya, perusahaan dengan profitabilitas tinggi tetapi leverage yang berlebihan dapat menimbulkan persepsi risiko yang tinggi di kalangan investor. Begitu pula, ukuran perusahaan yang besar tanpa pengelolaan keuangan yang efisien belum tentu mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi. Oleh karena itu, hasil uji simultan yang tidak signifikan ini menggambarkan bahwa kombinasi ketiga variabel independen tersebut belum mampu memberikan kontribusi yang kuat terhadap peningkatan nilai perusahaan secara kolektif.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Lokobal, Rosmawati dan Harap (2024) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga didukung dengan Wulandari dan Rahmawati (2021) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kedua penelitian tersebut menjelaskan bahwa investor dalam pasar modal Indonesia lebih memperhatikan faktor eksternal dan prospek pertumbuhan jangka panjang daripada indikator keuangan jangka pendek. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa variabel keuangan seperti ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas tidak selalu menjadi penentu utama nilai perusahaan ketika diuji secara simultan, terutama di tengah kondisi pasar yang berfluktuasi dan kompetitif.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang tersaji pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT. Aneka Tambang (Persero) Tbk Periode 2017 - 2024. Hal ini menjelaskan bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan pertimbangan bagi investor dalam berinvestasi
2. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT. Aneka Tambang (Persero) Tbk Periode 2017 - 2024. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat utang perusahaan tidak secara langsung memengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan.
3. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan PT. Aneka Tambang (Persero) Tbk Periode 2017 - 2024. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit yang mencerminkan keberhasilan perusahaan di mata investor rendah.
4. Ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada PT. Aneka Tambang Tbk periode 2017-2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, M. Fahriyal, Erlina Erlina, and Khaira Amalia. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 4, no. 1 (June 2020): 264-76. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i1.9921>.
- Anisa, Nur, Sri Hermuningsih, and Alfiatul Maulida. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan." *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 4, no. 2 (2022): 321-35. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i2.707>.
- Dewanto. *Pengaruh Nilai Tukar, Suku Bunga, Inflasi Dan Indeks Produksi Industri Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Komoditas Dan Energi Pada Indeks SRI-KEHATI 2019-2023)*. 2024.
- Isabella. *Pengaruh Efisiensi Operasional, Pertumbuhan Perusahaan, Investment Opportunity Set Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals*. 2 (2025): 306-12.
- Karmawan and Dewi. *Pengaruh Price Earning Ratio, Dividend Payout Ratio, Dan Price to Book Value Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2022*. 15(1) (2025): 1-11.
- Khoeriyah, Agustina. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Sales Growth Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan." *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan* 13, no. 1 (April 2020): 96-111. <https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13.01.008>.
- Laksono and Rahayu. *Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Dan Ukuran Terhadap Nilai Perusahaan*. 2021, 1-17.
- Muchlisin, Riadi. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Deepublish, 2020.
- Nirawati, Samsudin, and Setianingrum. *Profitabilitas Dalam Perusahaan*. 5(1) (2022): 60-68.
- Nugroho, Wawan Cahyo, and Fadlil Abdani. "Pengaruh Profitabilitas, Dividend Policy, Leverage, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Konstruksi Di Bursa Efek Indonesia." *El Muhasaba: Jurnal Akuntansi (e-Journal)* 8, no. 1 (2017): 104-21. <https://doi.org/10.18860/em.v8i1.4965>.
- Nursariyanti, Meri Eka, and Suyatmin Waskito Adi. *Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan*. 2021.
- Papuania Lokobal, Wati Rosmawati, and Ida Harahap. "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dimasa Sebelum dan Sesudah Covid 19 (Periode 2018 -2022)." *Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital* 1, no. 4 (December 2024): 163-74. <https://doi.org/10.61132/apke.v1i4.699>.
- Putra, Sedy Andika, and Dewi Urip Wahyuni. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Semen Di Bursa Efek Indonesia (Bei)*. 10 (2021).
- Rahmawati, Ria, and Risal Rinofah. "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Property, Real

- Estate & Building Construction yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019." *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 6, no. 1 (April 2021): 25. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.226>.
- Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (2021): 569-576
- Spence, Michael. "Job Market Signaling." *The Quarterly Journal of Economics* 87, no. 3 (August 1973): 355. <https://doi.org/10.2307/1882010>.
- Wahyudi. *Strategi Corporate Social Responsibility Dan Modal Intelektual: Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dan Kinerja Keuangan*. 3(1) (2024): 95-106.