

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

ANALISIS PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

¹²³⁴⁵⁾ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta

adenapandi@stei.ac.id¹⁾, meita_pragiwani@stei.ac.id²⁾, fanisyah_maliki@stei.ac.id³⁾,
preztika@stei.ac.id⁴⁾, mayamustika@stei.ac.id⁵⁾

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of profitability, leverage and liquidity on company value in the Food and Beverage Subsector Manufacturing Industry IDX 2017-2021. The method used in this research is categorized as quantitative causality research, namely research to describe the condition of the company which is carried out by analysis based on the data obtained. The population in this study are companies engaged in the food and beverage consumer goods sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 period, totaling 20 companies. The companies used as samples have financial information data that is in accordance with the research. Based on the sample criteria, there are 20 companies engaged in the consumer goods sector that have gone public which are eligible as samples in this study. Data analysis techniques using Eviews 12.0 software to process variable data in this study were descriptive statistics, classic assumption tests, panel data regression model tests, panel data regression model selection tests, hypothesis testing, and coefficient of determination tests. The results of this study indicate that profitability and leverage have an effect on firm value, while liquidity has no effect on firm value.

Keyword: Profitability, Leverage, Liquidity, Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada Industri Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman BEI tahun 2017-2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas kuantitatif, yaitu penelitian untuk menggambarkan kondisi perusahaan yang dilakukan dengan analisis berdasarkan data yang diperoleh. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yang berjumlah 20 perusahaan. Perusahaan yang dijadikan sampel memiliki data informasi keuangan yang sesuai dengan penelitian. Berdasarkan kriteria sampel, terdapat 20 perusahaan yang bergerak di bidang consumer goods yang telah go public yang layak dijadikan sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan software Eviews 12.0 untuk mengolah data variabel dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji model regresi data panel, uji pemilihan model regresi data panel, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Nilai Perusahaan*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dunia usaha saat ini sedang berkembang dengan pesat. Dengan berkembangnya teknologi, para pengusaha harus mengembangkan usahanya dari sudut pandang yang lebih luas. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan, meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham (shareholders). Persaingan antar perusahaan memotivasi semua perusahaan untuk mencari cara meningkatkan nilai bisnis yang baik. Peningkatan nilai perusahaan juga dapat ditegaskan pada harga saham perusahaan. Saham perusahaan publik yang diperdagangkan pada harga tertentu memberikan indikasi reaksi pasar dan nilai perusahaan. Harga saham mewakili jumlah yang menurut investor layak dibeli saham pada suatu perusahaan untuk mendapatkan investasi di perusahaan tersebut.

Banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitasnya untuk bersaing di pasar dan menarik konsumen, menggunakan berbagai cara untuk menjadi yang terbaik. Salah satunya penerapan berbagai inovasi untuk bertahan dalam persaingan yang ketat. Keberhasilan perusahaan hanya dapat dicapai melalui manajemen yang baik. Oleh karena itu, beberapa tindakan strategis yang dipilih dengan baik harus diambil untuk mempertahankan posisi atau keunggulan perusahaan. Bagi perusahaan, inovasi bukan sekedar proses menciptakan produk baru. Inovasi menjadi satu dengan pengembangan

kewirausahaan. Inovasi didefinisikan sebagai mekanisme atau peluang untuk mengubah nilai dan kepuasan yang diperoleh konsumen dari suatu sumber (Drucker, 1985).

Perusahaan yang telah go-public dapat melihat pergerakan harga saham mereka di pasar saham. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, dan semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin baik perusahaan dapat meningkatkan bottom line-nya. Acuan yang digunakan untuk mengukur nilai suatu perusahaan adalah dengan melihat nilai buku dari harga saham, yang dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dan nilai buku. Semakin tinggi nilai buku saham, semakin tinggi kekayaan pemegang saham.

Harga saham digunakan untuk melihat semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham karena nilai perusahaan dapat digambarkan melalui harga saham perusahaan yang bersangkutan. Nilai perusahaan dipercaya bahwa tidak hanya mencerminkan dari sisi kinerja perusahaan saat ini tetapi juga menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan yang memproyeksikan kepercayaan publik

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

sebagai konsumen terhadap kinerja dan produknya di seluruh operasinya. Oleh karena itu, nilai suatu perusahaan dapat dikatakan sebagai persepsi investor terhadap hubungan antara tingkat keberhasilan manajemen dan operasi sumber daya perusahaan dengan harga saham.

Rasio indeks yang mengukur nilai perusahaan adalah rasio harga terhadap buku (price to book value). Price to book value adalah rasio yang digunakan untuk menilai apakah harga saham suatu perusahaan murah atau mahal. Perbandingan rasio ini dihasilkan dari nilai buku perusahaan. Price to book value adalah nilai yang dilaporkan oleh investor, atau bagaimana investor menilai emiten (Brigham dan Houston, 2013). Mengetahui nilai PBV memungkinkan investor untuk memilih perusahaan yang tumbuh cepat dan berisiko rendah.

Beberapa literatur menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang pertama adalah profitabilitas (Mardiyati et.al, 2015), kedua adalah utang atau leverage (Hasibuan et.al, 2016), ketiga adalah likuiditas (Kasmir, 2018). Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Brigham dan Houston (2011) mengatakan bahwa perusahaan dengan ROI yang sangat tinggi mengkonsumsi hutang yang relatif kecil. Berkat imbal hasil yang tinggi, perusahaan dapat membiayai bisnisnya dengan aset yang dihasilkan sendiri. Berdasarkan pecking order theory, perusahaan cenderung menggunakan sumber daya internal sedapat mungkin sebelum memutuskan untuk menggunakan sumber daya eksternal (Seftianne dan Handayani, 2011). Semakin banyak keuntungan

yang dihasilkan perusahaan, semakin kecil kemungkinannya untuk menggunakan utang.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage. Utang adalah rasio yang memprediksi tingkat utang perusahaan. Menurut Kasmir (2014:153), rasio ekuitas adalah rasio solvabilitas yang mengukur sejauh mana operasi perusahaan dibiayai oleh utang. Mengetahui solvabilitas suatu perusahaan sangat penting karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau melunasi utang atau pinjaman apapun dengan aset yang dimilikinya (Darya, 2019: 144).

Faktor ketiga yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Kemampuan membayar terhadap kewajiban jangka pendek sangat tergantung pada alat pembayaran yang likuid yang dimiliki oleh perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang mencerminkan harga saham yang baik yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang menunjukkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan, yang ditentukan oleh beberapa faktor: (1) *Price Earning Ratio* (PER), menunjukkan berapa banyak investor bersedia membayar per dolar dari laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006: 110). Rasio ini digunakan untuk mengukur perbandingan antara harga saham suatu perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham; (2) *Price to*

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

Book Value (PBV), merupakan rasio yang menunjukkan apakah suatu harga saham perdagangan berada di atas (atas) atau di bawah (bawah) nilai bukunya (Fakhrudin dan Hadiano, 2001); (3) Tobin's Q, yang dikenal juga sebagai Rasio Q, sama dengan nilai pasar perusahaan dibagi dengan biaya penggantian asetnya. Jadi ekuilibrium adalah ketika nilai pasar sama dengan biaya penggantian. Pada tingkat yang paling dasar, rasio Q menunjukkan hubungan antara nilai pasar dan nilai intrinsik.

Profitabilitas

Menurut Afriyanti (2011), profitabilitas merupakan kemampuan dari sebuah perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Profitabilitas menggambarkan keberhasilan operasional perusahaan yang menunjukkan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas menurut Sartono (2010: 122) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Sedangkan menurut Kasmir (2014: 115) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Dalam mengukur rasio profitabilitas rasio yang paling umum digunakan adalah *return on asset*, *return on equity*, *return on investment* dan *net profit margin*.

Leverage

Menurut Brigham dan Ehrhardt (2008: 109), rasio *leverage* adalah sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang dan kemungkinan gagal bayar atas kewajiban hutangnya. Menurut

Gitman dan Zutter (2015: 124), *leverage* adalah risiko dan pengembalian dari penggunaan biaya tetap, seperti utang dan saham preferen (istimewa). Semakin banyak utang biaya tetap yang digunakan perusahaan, semakin besar risiko dan pengembalian yang diharapkan. Dalam arti luas, rasio *leverage* dikatakan digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar seluruh utangnya dalam jangka pendek dan jangka panjang jika perusahaan dilikuidasi. Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *debt ratio*. Menurut Prastowo (2015:79), fokus perhatian kreditur jangka panjang dalam pengukuran risiko terutama pada proyeksi pendapatan dan arus kas. Rasio keseimbangan antara aset yang dibiayai oleh kreditur dan aset yang dibiayai oleh pemilik perusahaan diukur dengan DER.

Likuiditas

Likuiditas didefinisikan sebagai kemudahan untuk mengubah aset atau sekuritas perusahaan menjadi uang tunai. Rasio likuiditas mengukur margin keamanan dalam perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya. Meskipun likuiditas merupakan kondisi yang diperlukan untuk kelangsungan hidup perusahaan, likuiditas yang berlebihan menyebabkan hilangnya peluang investasi dan profitabilitas yang lebih rendah (Calcagnini et al., 2020).

Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Menurut Kasmir (2016:196), rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

dengan keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi suatu perusahaan. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berfokus pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit. Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau keuntungan yang sebesar-besarnya bagi investor. Setiap perusahaan menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Untuk dapat bertahan, perusahaan harus dalam keadaan yang menguntungkan. Jika perusahaan berada dalam kondisi yang kurang menguntungkan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk mendapatkan investor. Keadaan ini akan mempengaruhi harga saham perusahaan.

Rasio yang menunjukkan keuntungan bagi perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return on Asset (ROA). ROA adalah rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan aset yang ada. Semakin tinggi return to total assets perusahaan semakin baik (Gitman, 2009: 68). Semakin besar ROA maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah yang sama dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Dengan tingkat keuntungan yang tinggi maka tingkat kepercayaan investor akan meningkat. Hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

H₁. Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Rasio *leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio utang

terhadap ekuitas. Menurut Prastowo (2015:79), saat mengukur risiko, fokus perhatian kreditur jangka panjang terutama pada prospek pendapatan dan proyeksi arus kas. Namun, pentingnya menjaga keseimbangan antara aset yang dibiayai oleh kreditur dan yang dimiliki oleh pemilik perusahaan tidak dapat diabaikan. Keseimbangan antara aset yang dibiayai oleh kreditur dan aset yang dibiayai oleh pemilik perusahaan diukur dalam DER. Menurut Kasmir (2016:166), rasio utang terhadap ekuitas adalah rasio yang digunakan untuk menentukan total utang terhadap ekuitas. Rasio ini membantu menentukan seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh kewajibannya. Semakin tinggi DER, semakin besar risiko yang diambil perusahaan. DER menunjukkan faktor risiko yang diterima investor dan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, investor lebih memilih saham dengan DER rendah. Menurut teori di atas, ada pengaruh antara *leverage* dan nilai perusahaan.

H₂. *Leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Menurut Brigham dan Ehrhardt (2014: 104), rasio likuiditas menunjukkan hubungan antara aset lancar perusahaan dan kewajiban lancar dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kewajibannya saat jatuh tempo. Menurut Gitman dan Zutter (2015:119), likuiditas perusahaan diukur dari kemampuannya untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya ketika jatuh tempo. Menurut Kasmir (2016:151), rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Rasio

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

likuiditas yang digunakan adalah *current ratio*. Rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya atau kewajiban yang jatuh tempo pada saat penagihan. (Kasmir, 2016:146).

Rasio likuiditas yang lebih tinggi berarti perusahaan memiliki kemampuan yang lebih baik untuk membayar utangnya dengan segera. Rasio lancar membandingkan semua aset lancar dengan semua kewajiban segera. Akibat pengukuran rasio tersebut, jika rasio likuiditas rendah, maka perusahaan tidak memiliki modal yang cukup untuk membayar kewajibannya. Namun, ukuran rasio yang tinggi belum tentu menunjukkan perusahaan yang baik. Berdasarkan teori di atas, terdapat pengaruh antara likuiditas dan nilai perusahaan.

H₃. Likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif kausalitas yaitu penelitian untuk menggambarkan keadaan perusahaan yang dilakukan dengan analisis berdasarkan data yang didapatkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di sektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 yang berjumlah 20 perusahaan. Perusahaan-perusahaan dijadikan sampel memiliki data-data informasi keuangan yang sesuai dengan penelitian.

Berdasarkan kriteria sampel, maka terdapat 20 perusahaan yang bergerak pada sektor barang konsumsi yang telah

go public yang layak sebagai sampel dalam penelitian ini.

Teknik analisis data dengan menggunakan software EvIEWS 12.0 untuk mengolah data variabel dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji model regresi data panel, uji pemilihan model regresi data panel, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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 Random Effect Model. Hasil regresi data panel dan uji t disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Penelitian

| | Model 1 | |
|--------------------|---------|--------|
| | t | Prob. |
| Main Effect | | |
| ROA | -3.1168 | 0.0356 |
| LEVERAGE | 15.6620 | 0.0001 |
| LIKUIDITAS | 1.2058 | 0.2943 |

Sumber: diolah dengan evIEWS 12

Tes ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruhnya variabel independen secara individual untuk menjelaskan variasi dalam variabel bergantung. Berdasarkan uji t diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama (H₁) pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai signifikansi $0,0356 < 0,05$. Hal ini

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

berarti profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis (H_1) yang diajukan peneliti diterima. Dengan demikian semakin besar tingkat ROA, maka akan semakin besar tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan serta semakin baik posisi perusahaan dalam hal penggunaan aset. Peningkatan daya tarik perusahaan dapat menjadikan semakin diminati oleh investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Hal ini juga akan berdampak terhadap harga saham dari perusahaan sehingga nilai perusahaan akan semakin baik pula dengan adanya peningkatan ROA.

2. Hipotesis kedua (H_2) pengaruh *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai signifikansi $0,0001 < 0,05$. Hal ini berarti *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis (H_2) yang diajukan peneliti diterima. Ini berarti bahwa *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat *leverage* tinggi dan sebaliknya *leverage* dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat *leverage* perusahaan rendah, ini mengindikasikan bahwa *leverage* yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang akan meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat. Dengan tingginya *leverage* perusahaan dapat dimanfaatkan untuk memperoleh profit yang lebih tinggi dengan

menggunakan modal yang berasal dari hutang atau asset yang dibiayai oleh hutang dengan itu perusahaan dapat secara maksimal menjalankan usahanya sehingga profit yang diperoleh perusahaan meningkat.

3. Hipotesis ketiga (H_3) pengaruh likuiditas (CR) terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai signifikansi $0,2943 > 0,05$. Hal ini berarti likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis (H_3) yang diajukan peneliti ditolak. Sawir (2009:10) yang menyatakan bahwa *current ratio* yang rendah biasanya dianggap menunjukkan terjadinya masalah dalam likuidasi, sebaliknya *current ratio* yang terlalu tinggi juga kurang bagus, karena menunjukkan banyaknya dana menganggur yang pada akhirnya dapat mengurangi kemampuan laba perusahaan. Indikator *current ratio* dalam penelitian ini merupakan proksi dari variabel likuiditas dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruh ini dikarenakan *current ratio* yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Apabila aktiva lancar yang terdiri dari kas, piutang usaha, persediaan ini semakin tinggi berarti ada dana yang menganggur di perusahaan, yang mengakibatkan perusahaan tidak dapat secara optimal memanfaatkan aktiva lancarnya sehingga tidak dapat memakmurkan pemegang saham. Padahal untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan harus bisa memakmurkan pemegang saham.

**Aden Apandi¹⁾, Meita Pragiwani²⁾, Fanisyah Maliki³⁾, Preztika Ayu Ardheta⁴⁾,
Maya Mustika⁵⁾**

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, M. (2011). Analisis Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover, Debt to Equity Ratio, Sales, Dan Size Terhadap ROA (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2006–2009) [Skripsi, Universitas Diponegoro].
- Brealey, R. A., & Myers, S. C. (1991). *Principles of Corporate Finance* (4th ed.). McGraw Hill Inc.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Fundamentals of Financial Management* (13th ed.). South-Western, Cengage Learning.
- Darya, I. G. P. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Drucker, P. F. (1985). *The Practice of Innovation*. In *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles* (pp. 19–33). New York: Harper & Row.
- Fitriyani, E., Oktavia, L., Magdalena, S., Gunardi, G., & Kesumah, P. (2023). ANALISIS PERKEMBANGAN NPM, ROA DAN ROE PADA BANK SYARIAH INDONESIA SEBELUM DAN SESUDAH MERGER. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA*, 1(2), 75-83.
- Gitman, L. J. (2006). *Principles of Managerial Finance* (10th ed.).
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Putra, A. A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4044–4070.
- Putra, C., Chabachib, H., Haryanto, & Pangestuti. (2007). *Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Beta Saham Terhadap Price to Book Value (Studi Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Listed di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2004–2006)*. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 4(2), 81.
- Riyanto, B. (2001). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi* (Edisi 4). Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.