

SKRIPSI

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI
BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2019-2022**



Disusun Oleh :

Deva Santika

2024210004

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2024**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Multi Data Palembang**

Program Studi Akuntansi
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Gasal Tahun 2023/2024

**PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN
STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN
2019-2022**

Deva Santika

2024210004

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan bantuan *software* SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel profitabilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Sedangkan variabel ukuran perusahaan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) dan struktur modal (X3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Secara simultan terbukti bahwa variabel independen yang terdiri dari variabel profitabilitas (X1), ukuran perusahaan (X2), struktur modal (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y).

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Nilai Perusahaan, Bursa Efek Indonesia



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin meningkat dan berkembang pesat menjadi salah satu alasan perusahaan berusaha menunjukkan nilai terbaik mereka dari perusahaan. Semakin meningkatnya persaingan maka perkembangan dari sebuah perusahaan berdampak besar bagi perekonomian dunia (Marbun & Mesrawati, 2022). Maka dari itu untuk tercapainya persaingan dalam pasar globalisasi terdapat komponen yang harus di pertimbangkan seperti nilai dari sebuah perusahaan. Menurut (Putra et al., 2021) Nilai perusahaan merupakan salah satu penilaian dari investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan, dan sering kali dikaitkan dengan harga saham yang ada saat ini. Jika harga saham relatif tinggi maka akan menambah nilai yang signifikan bagi perusahaan dan membangun kepercayaan pasar terhadap prospek masa depan dan pertumbuhan perusahaan saat ini. Menurut (Putri, 2020) Laporan keuangan tahunan merupakan informasi yang mencerminkan kinerja perusahaan maka dari itu para investor tidak akan melewatkannya ketika mempertimbangkan suatu perusahaan.

Persaingan antar perusahaan sudah menjadi fenomena yang umum dan berkompetisi untuk memberikan hasil yang terbaik, terutama pada perusahaan manufaktur. Di Industri manufaktur yang berkembang begitu pesat menuntut perusahaan untuk terus berkembang dan bertahan. Perusahaan yang dapat berkembang dan bertahan dengan baik pasti dapat meningkatkan keunggulan persaingan di dunia industri. Sektor manufaktur menyumbang 39,8 persen dari realisasi investasi Tanah Air dari Januari hingga Juni 2023, mencapai Rp 678,7 triliun, menurut data dari Kementerian Investasi/BKPM. (Muslimawati, 2023) menyatakan bahwa pada tahun lalu di periode yang sama, angka investasi pada perusahaan manufaktur mencapai Rp 230,8 triliun, sedangkan pada tahun ini mencapai Rp270,3 triliun. Hal Ini menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dan perusahaan manufaktur sektor industri menjadi pemasok penanaman modal terbanyak dibandingkan perusahaan sektor lain. Pemerintah juga terus membantu untuk meningkatkan minat investor lokal ataupun investor global dengan menciptakan iklim investasi yang kondusif bagi perusahaan-perusahaan manufaktur.

Setiap perusahaan berupaya untuk mencapai tujuan perusahaannya, yaitu meningkatkan kekayaan pemilik dan pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan (Sinaga & Hermie, 2023) Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar investor jika perusahaan ingin dijual. Nilai perusahaan bisa mencerminkan nilai aset yang dimiliki perusahaan, dan semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin baik pula citra perusahaan tersebut. Nilai perusahaan seringkali bergantung pada harga saham. Semakin

tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dan sebaliknya (Widyantari & Yadnya, 2017)

Menurut (Brigham & Houston, 2011) dalam (Widyantari & Yadnya, 2017) Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan beriringan dengan kekayaan pemegang saham yang tinggi. Pertumbuhan perusahaan dapat dengan mudah dilihat dari tingginya penilaian aset perusahaan oleh pihak luar perusahaan dan tumbuhnya pasar saham. (Fahlevi & Nazar, 2022) menyatakan bahwa perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia memiliki nilai perusahaan yang dapat digambarkan dengan nilai penawaran dan permintaan pasar saham yang disajikan pada bagian kapitalisasi saham. Dengan meningkatkan nilai perusahaan maka manfaat bagi pemegang saham dapat terlaksana dengan baik dan juga dapat meningkatkan reputasi pemegang saham (Sinaga & Hermie, 2023).

Laporan kinerja keuangan untuk periode tahun 2021 yang telah diaudit diumumkan PT Unilever Indonesia, Tbk. pada tahun 2022. Perusahaan masih menghasilkan hasil penjualan bersih sebesar Rp39,5 triliun meskipun penjualan dalam negerinya menurun sebanyak 8,0 persen pada tahun 2021. Dengan pertumbuhan sebesar 1,4% pada tahun 2021, industri makanan dan minuman menjadi penggerak pertumbuhan utama. Penjualan pokok berhasil turun dari 20,5 triliun pada 2020 menjadi 19,9 triliun pada 2021. Hasilnya, laba kotor UNVR turun 12,6% dari 22,46 triliun menjadi 19,6 triliun. Laba sebelum bunga, pajak, penyusutan, dan amortisasi (EBITDA) mencapai 8,76 triliun, turun 17% dari 10,55 triliun pada 2020. Ini

berarti laba bersih UNVR turun 19,6% secara tahunan dari 7,16 triliun menjadi 5,76 triliun. Setelah pandemi COVID-19 dan liburan akhir tahun dan hari raya Idul Fitri, serta varian COVID-19 baru, Delta, membuat pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) diberlakukan di seluruh Indonesia selama beberapa bulan di tahun 2021. Hal ini berdampak pada daya beli konsumen, terutama di segmen pasar di mana Unilever Indonesia beroperasi. Produk seperti Royco Saus Tiram dan Wall's Extra Creamy 3in1 Unicorn menjawab keinginan konsumen untuk menghabiskan lebih banyak waktu di rumah bersama keluarga, serta produk seperti Buavita 100% Daily Vitamins Requirements dan Paddle Pop Choco Magma dengan Vitamin D. (Pradipta, 2022)

Begitu pun dengan kinerja keuangan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) terselamatkan dan batal mengalami penurunan laba. Berdasarkan laporan keuangan, Kamis (27/10/2022), perusahaan mencatat pendapatannya sebesar Rp 22,23 triliun pada kuartal III-2022. Angka ini naik 11,77% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya, Rp 18,89 triliun. Beban pokok tercatat Rp 17,48 triliun. Nilai ini juga naik 18,12% secara tahunan menjadi Rp 17,48 triliun. Kenaikan beban pokok yang lebih besar dari pendapatan ini membuat MYOR mencatat penurunan laba kotor 6,68% secara tahunan menjadi Rp 4,75 triliun. Akibat dari penurunan itu, laba usaha MYOR hanya naik 1,65 secara tahunan menjadi Rp 1,46 triliun. Padahal, beban penjualan turun 9,93% secara tahunan menjadi Rp 2,76 triliun. Akibat dari kenaikan tersebut, MYOR mencatat laba sebelum pajak mereka sebesar Rp 1,4 triliun, naik dari

yang sebelumnya sebesar Rp 1,3 triliun. Laba bersih dari MYOR tercatat Rp 1,08 triliun. Perolehannya naik hingga 10% dibanding kuartal III-2021, Rp 977,93 miliar (DHF, 2022).

Setelah melewati tahun-tahun yang penuh tantangan di masa pandemi 2020-2021 yang membuat penurunan harga saham di kedua perusahaan tersebut, dan mulai pada tahun 2022 ini merupakan titik awal kebangkitan bisnis di sektor konsumsi dengan meningkatnya harga saham di perusahaan. Optimisme kebangkitan bisnis di sektor konsumsi di dukung dengan membaiknya perekonomian Indonesia, semakin besar juga peluang bagi perusahaan untuk mengakselerasi pertumbuhan bisnis yang konsisten, kompetitif, menguntungkan, dan bertanggung jawab. Alasan lain untuk memperkuat pemilihan perusahaan sektor konsumsi yaitu seperti diketahui bahwa penjualan barang-barang konsumsi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat meningkat. sehingga akan meningkatkan peluang keuntungan bagi investor yang menginvestasikan dananya pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Namun, pada kenyataan harga saham pada sektor industri cenderung fluktuasi seperti yang ada di tabel berikut.

**Tabel 1.1 Harga Saham Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Di Bursa
Efek Indonesia Periode 2019-2022**

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Harga Saham (Rp)			
			2019	2020	2021	2022
1.	ADES	PT Akasha Wira International Tbk	1045	1460	3290	7175
2.	AGAR	PT Asia Sejahtera Mina Tbk.	396	398	368	278
3.	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	168	390	192	143
4.	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk	398	308	280	50
5.	DPUM	PT Dua Putra Utama Makmur Tbk.	111	52	50	50
6.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	11150	9575	8700	10000
7.	MYOR	PT Mayora Indah TBK	2050	2710	2040	2500
8.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	1680	1600	1570	1475
9.	UNSP	PT Bakrie Sumatera Plantations Tbk.	101	114	109	128
10.	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	8400	7350	4110	4700

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa indeks harga saham dari sepuluh (10) perusahaan sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 banyak mengalami fluktuasi, dengan fluktuasi tersebut harga-harga saham semua perusahaan manufaktur mengalami naik turun, kenaikan dan penurunan harga saham itu bisa memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menarik untuk diteliti karena perkembangan perusahaan sektor industri barang konsumsi merupakan tolak ukur dalam menilai kemajuan di suatu negara.

Nilai perusahaan dapat mengalami penurunan dan peningkatan karena terdapat beberapa faktor yang memengaruhinya dan dapat dihitung dengan *price to book value*. Faktor eksternal dan juga internal dapat menjadi faktor yang memengaruhinya. Terdapat berbagai penelitian terdahulu dan hasil dari penelitian terdahulu mendapatkan hasil yang beragam dalam pengujian terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian (Samosir et al., 2022) menyatakan bahwa hanya variabel leverage yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel harga saham, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Demikian pula penelitian (Suwardika & Mustanda, 2017) mengemukakan bahwa leverage dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi hasil dari penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian dari (Marbun & Mesrawati, 2022) yang menunjukkan bahwa profitabilitas dan struktur modal tidak berpengaruh positif dan tidak

signifikan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada nilai Perusahaan. Sama seperti penelitian sebelumnya pada Studi (Fahlevi & Nazar, 2022) menjelaskan bahwa struktur modal tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (Galingging et al., 2020) mengatakan bahwa profitabilitas secara parsial tidak berdampak atau tidak signifikan pada nilai perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015 hingga 2018. Dan (Ramdhonah et al., 2019) menyatakan bahwa secara parsial struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta secara simultan.

Hasil dari penelitian sebelumnya memaparkan hasil yang sangat beragam sehingga penelitian kali ini dilakukan untuk mencoba meneliti kembali dan memberikan pernyataan baru tentang nilai perusahaan. Dalam penelitian kali ini akan menggunakan tiga variabel independen yaitu **“PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022”**

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
3. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
4. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang telah dipublikasikan dan diaudit.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
4. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan teori keuangan perusahaan. Penelitian ini menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dalam konteks perusahaan manufaktur sektor industri

barang konsumsi. Dengan menguji faktor-faktor ini, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor tersebut saling berhubungan dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan teori-teori baru atau memperkuat teori-teori yang sudah ada dalam bidang keuangan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

B. Bagi Investor

Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam konteks perusahaan manufaktur dalam industri barang konsumsi. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi investor dan pengambil keputusan di pasar modal dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

C. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal yang baik.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori mengenai variabel yang dipermasalahkan dalam penelitian ini dan variabel yang dibahas untuk dijadikan dasar dalam pemecahan masalah, penelitian terdahulu yang telah dilakukan, kerangka pemikiran yang melandasi timbulnya pengembangan hipotesis dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, antara lain jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional, teknik analisis data dan pengujian data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian atau menjelaskan tentang karakteristik responden, hasil penelitian yang berisi hasil data yang telah terkumpul oleh peneliti dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang garis besar kesimpulan yang akan diambil dari inti penelitian dan tindakan yang perlu untuk tindak lanjut yang lebih baik dari hasil pemecahan masalah.





DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2001). *Metode Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (14 B). Jakarta: Salemba Empat.
- DHF. (2022). *Laba Mayora (MYOR) Batal Turun Karena Rupiah Loyo*. CNBC Indonesia.
- Efriyanti, & Widjaja, I. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 3, p. 289). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18661>
- Fahlevi, A., & Nazar, M. R. (2022). Pengaruh Kebijakan Hutang, Strukturmodal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi)*, 6(2), 197–211.
- Galingging, A., Aritonang, F. X., & Novita, H. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Aktivitas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(3), 919. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i3.1075>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS versi 19* (5th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2022). *25 Grand Theory*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hamidah. (2019). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, R. R. I. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).

- Marbun, K. E., & Mesrawati. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. *Journal of Social Science Research*, 2, 765–777.
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Keuangan*, 8(1), 41–56.
- Muzayin, M. H. T., & Trisnawati, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019). *Jurnal Akuntansi*, 3(1), 271–284.
- Pradipta, V. A. (2022). *Simak! Ini Penyebab Anjloknya Laba UNVR*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220211082911-17-314583/simak-ini-penyebab-anjloknya-laba-unvr>
- Putra, Y. A., Kefi, B. S., & Ardi, B. K. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 27 (01), 52–70.
- Putri, D. R. (2020). *Pengaruh Risiko Bisnis, Investment Opportunity Set, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Properti Dan Real Estate Dengan Variabel Intervening Struktur Modal*.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 360–372. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280>
- Samosir, R. C., Herlina Novita, Rutmia, Kristina Sarumaha, & Eliza Saragih. (2022). Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 77–86. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v5i1.150>
- Sartono, A. (2017). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi 4* (4th ed.). Yogyakarta: BPFE.

Sinaga, Y., & Hermie. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Indeks Sektor Basic Materials Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 193–210. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.14794>

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

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.

Utomo, A. U., & Christy, N. N. A. (2017). pengaruh stuktur modal, pofabilitas, ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan lq45 di bursa efek indonesia. *Bingkai Manajemen*, 20, 398–415.

Widyantari, N. L. P., & Yadnya, I. P. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6383–6409.