

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024

Ni Wayan Laksmi Yuniastawati¹, I Ketut Sunarwijaya^{2*}, Ida Ayu Nirma Prameswari³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email: iksunarwijaya@unmas.ac.id

ABSTRACT

Firm value represents the market's perception of a company, as reflected in its market price. This study aims to examine the effect of profitability, liquidity, capital structure, firm growth, and firm size on firm value among food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. Using a purposive sampling method, 27 companies were selected over a five-year observation period, yielding a total sample of 135 observations. Data were collected through documentation techniques. The analytical methods applied in this research include research instrument tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The findings indicate that profitability and capital structure have a positive effect on firm value, whereas liquidity, firm growth, and firm size exert no significant effect on firm value.

Keywords: Profitability, Liquidity, Capital Structure, Company Growth, Firm Size, Firm Value

PENDAHULUAN

Pasar modal pemegang kontribusi krusial pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Menjadi wadah yang mempertemukan pihak yang memerlukan pendanaan Bersama pihak berkelebihan pendanaan, pasar modal selaku pembiayaan berjangka Panjang guna Perusahaan guna memperluas lalu pengembangan bisnisnya. Melalui penerbitan saham maupun surat utang, perusahaan dapat memperoleh modal tanpa harus sepenuhnya bergantung pada pembiayaan perbankan. Di sisi lain, masyarakat diberi peluang untuk berpartisipasi menjadi investor serta memperoleh imbal temuan seiring dengan perkembangan ekonomi. Hingga awal tahun 2025, tercatat sekitar 900 perusahaan sudah melantai di pasar modal Indonesia. Keikutsertaan perusahaan di pasar modal tidak hanya memberi akses pendanaan jangka panjang, melainkan mampu meningkatkan reputasi serta kepercayaan publik atas perusahaan tersebut.

Faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yang sudah tercatat di pasar modal ialah nilai perusahaan. Nilai perusahaan ialah nilai pemasaran tercermin dari harga saham perusahaan, mengindikasikan bagaimana investor menilai kinerja, prospek, serta risiko perusahaan di masa kedepannya (Jogiyanto, 2021:87). Nilai perusahaan selaku kontribusi krusial guna perusahaan sebab nilai ini selaku pengacuan utama investor paa penerbitan saham. Nilai ini krusial sekali sebab pencerminan kinerja perusahaan yang mampu menjadi pemengaruh persepsi investor atas perusahaan. Guna investor pertambahan penilaian ini menjadi perspektif berkebaikan guna perusahaan, maknanya investor itu berketertarikan investasi. Keharusan yang wajib tercapai atas manajer keuangan guna kemaksimuman kemakmuran pemegang saham lewat pemaksimalan nilai perusahaannya (Kasmir, 2021:196). Pemilik perusahaan berkepastian berkeinginan tinggi atas nilai perusahaannya.

Pihak manajemen senantiasa berupaya memaksimalan nilai usahanya guna ketertarikan investor melaksanakan investasi. Akan tetapi, realitasnya masih berlangsung kejadian nilai perusahaan yang mampu dicermati atas keberadaan fluktuasi nilai perusahaan *food and*

beverage. Perihal berikut bermakna nilai perusahaan *food and beverage* masih belum konsisten dari tahun ke tahun. Peralihan nilai perusahaan *food and beverage* ketidakkonsistenan mengindikasikan nilai perusahaan belum stabil serta butuh perolehan atensi atas pihak manajemen. Nilai perusahaan dalam perusahaan *food and beverage* tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) berproyeksi di *price book value* (PBV) berlangsung fluktuasi yang signifikan di dalam jangka 2020-2024. Data mengindikasikan bahwasanya sepanjang periode 2020 hingga 2024, nilai perusahaan pada sektor berikut justru mengalami tren penyusutan signifikan. Fenomena berikut diawali pada tahun 2020, di mana sektor F&B sempat menjadi *safe haven* bagi investor dengan rata-rata nilai perusahaan mencapai 3,60%. Tingginya nilai berikut mencerminkan optimisme pasar bahwasanya perusahaan konsumsi akan tetap bertahan meski aktivitas ekonomi terbatas. Namun, memasuki tahun 2021 hingga 2022, nilai tersebut merosot tajam ke angka 2,65%.

Suatu pemfaktoran yang menjadi pemengaruh nilai perusahaan ialah profitabilitas. Profitabilitas ialah rasio atau penyebutannya menjadi rasio rentabilitas berikut ialah rasio yang mengindikasikan kapasitas sebuah perusahaan guna menciptakan laba di dalam jangka khusus (Kasmir, 2021:196). Tingginya tingkatan profitabilitas mengindikasikan bahwasanya perusahaan dapat pengelolaan berkeefektifan sumber dayanya serta efisien hingga menciptakan keuntungan beroptimalan. Kondisi berikut memberi kepositifan sinyal kepada investor berhubungan kestabilan lalu potensi pertumbuhan perusahaan, yang berakhir pada pertambahan kepercayaan pasar. Profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan guna membagikan dividen, melaksanakan ekspansi usaha, serta memperkuat struktur keuangan. Hal tersebut menambahkan daya penarikan perusahaan di mata investor serta pendorongan pertambahan permintaan atas saham perusahaan. Akibatnya, harga saham lalu nilai perusahaan cenderung meningkat secara signifikan. Dengan demikian, makin tinggi profitabilitas yang dimiliki perusahaan, makin besar juga nilai perusahaan yang dapat diciptakan. Riset yang dilaksanakan oleh Anggraeni (2021), Sofiatin (2021), Komala (2021), Ayuningtyas & Hasnawati (2021), Hastuti (2022) serta Anggita (2022), Wati dkk. (2021), Cahyani serta Rahayu (2022), Anggraeni *et al.*, (2023), Rahma & Oktaviani (2024), Bitasari dkk (2024) serta Anugerah (2025) yang menegaskan profitabilitas berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan. Sementara riset dilaksanakan oleh Farizki *et al.*, (2021) mengatakan bahwasanya profitabilitas tidak berefek atas nilai perusahaan.

Faktor lain pemengaruh nilai perusahaan ialah likuiditas. Rasio likuiditas mengindikasikan kapasitas perusahaan guna perlengkapan liabilitas jangka pendeknya. Dari Kariyoto (2021:190) likuiditas ialah kapasitas perusahaan guna penuntasan kewajiban jangka pendeknya. Tingkatan likuiditas yang baik mengindikasikan pengondisian keuangan perusahaan yang sehat serta stabil, hingga mampu mengurangi risiko kebangkrutan. Kondisi berikut memberi rasa aman bagi investor serta kreditor, yang kemudian meningkatkan kepercayaan atas perusahaan. Likuiditas yang tinggi mengindikasikan bahwasanya perusahaan memiliki fleksibilitas keuangan guna mendukung kegiatan operasional, membiayai investasi, serta menghadapi ketidakpastian ekonomi. Kemampuan tersebut selaku kepositifan sinyal guna pasar perusahaan terkelolanya dengan baik serta memiliki prospek yang menjanjikan. Riset yang dilangsungkan Sofiatin (2021), Farizki *et al.*, (2021), Anggita (2022), Anggraeni *et al.*, (2023) serta Rahma & Oktaviani (2024) yang menegaskan likuiditas berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan. Sementara riset yang dilaksanakan oleh Anggraeni (2021), Komala (2021) serta Hastuti (2022) mengatakan bahwasanya likuiditas tidak berefek atas nilai perusahaan.

Faktor berikutnya pemengaruh nilai perusahaan ialah struktur modal. Sartono serta Ratnawati (2020) menegaskan bahwasanya struktur modal mengacu di perbandingan yang diterapkan guna perlengkapan kepentingan pembelanjaan perusahaan, berketerlibatan ketetapan berhubungan pemanfaatan keberagaman sumber jangka panjang diantaranya saham

ekuitas, saham preferensi, surat utang, pinjaman jangka panjang, serta laba ditahan. Makin besar proporsi utang dalam struktur pendanaan, makin besar juga beban bunga serta kewajiban pembayaran wajib berpenanggungan perusahaan. Kondisi berikut mampu penekanan laba bersih serta mengurangi kapasitas perusahaan pada penciptaan penilaian guna pemegang saham. Tingkat utang yang tinggi meningkatkan kemungkinan terjadinya kesulitan keuangan, terutama ketika perusahaan menghadapi penurunan pendapatan ataupun kondisi ekonomi yang tidak stabil. Risiko tersebut menjadi sinyal negatif bagi investor sebab mencerminkan ketidakpastian atas keberlangsungan usaha perusahaan. Riset yang dilaksanakan oleh Sofiatin (2021), Komala (2021), Anggita (2022) serta Hastuti (2022) menegaskan bahwasanya struktur pemodal berefek negatif serta signifikan atas nilai perusahaan. Sementara riset yang dilaksanakan Wati dkk.(2021), Anggraeni (2021), Ayuningtyas & Hasnawati (2021), Hastuti (2022) serta Safaruddin *et al.*, (2023) mengatakan bahwasanya struktur pemodal berefek positif atas nilai perusahaan. Riset Farizki *et al.*, (2021) menegaskan bahwasanya struktur pemodal tidak berefek atas nilai perusahaan.

Selain itu nilai perusahaan pula terpengaruhi atas pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan, diantaranya peningkatan aset, laba, ataupun ekspansi usaha, ialah sinyal positif yang dapat dikomunikasikan kepada pasar guna mengindikasikan prospek masa depan perusahaan yang cerah (Jogiyanto, 2022). Tingginya tingkatan pertumbuhan mengindikasikan bahwasanya perusahaan berprospek yang baik di kedepannya, baik dari sisi peningkatan pendapatan, aset, maupun pasar modal. Kondisi berikut menjadi sinyal positif bagi investor bahwasanya perusahaan mampu menciptakan nilai tambah dalam jangka panjang. Perusahaan yang terus berlangsung pertumbuhan keumumannya berpeluang lebih tinggi guna meningkatkan keuntungan serta memperkuat posisi kompetitifnya. Hal tersebut mendorong meningkatnya kepercayaan investor serta minat guna menanamkan modal. Riset yang dilaksanakan oleh Ayuningtyas & Hasnawati (2021), Cahyani serta Rahayu (2022), Safaruddin *et al.*, (2023), Aditomo & Rinny (2023), Bitasari dkk (2024) serta Anugerah (2025) yang menegaskan pertumbuhan perusahaan berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan. Sementara riset yang dilaksanakan atas Hastuti (2022) serta Rahma & Oktaviani (2024) mengatakan bahwasanya pertumbuhan perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan. Riset Wati dkk.(2021) menegaskan pertumbuhan perusahaan berefek negatif serta signifikan atas nilai perusahaan.

Pemfaktoran lain pemengaruh nilai perusahaan berupa ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan ialah pada besaran ukuran perusahaan berpenilaian atas kalkulasi jumlah kekayaan (aset), volume penjualan bersih, serta estimasi nilai pasar (Brigham & Houston, 2022). Perusahaan dengan skala yang lebih tinggi umumnya bertingkat stabilitas usaha yang berlebih tinggi lalu kapasitas berkebaikan pada menjalani risiko bisnis. Perusahaan besar biasanya didukung oleh aset berkebanyakan, pengaksesan dana berkeluasan, lalu struktur operasional yang lebih matang. Keadaan berikut memberi keyakinan kepada investor bahwasanya perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang. Ukuran perusahaan yang besar sering dipersepsikan menjadi sinyal kekuatan serta kredibilitas di mata pasar. Perusahaan besar condong bereputasi yang baik, tingkat transparansi berketinggian, serta kemampuan menciptakan laba yang lebih konsisten. Riset yang dilaksanakan oleh Sofiatin (2021), Farizki *et al.*, (2021), Anggita (2022) serta Anugerah (2025) yang menegaskan ukuran perusahaan berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan. Sementara riset yang dilaksanakan oleh Aditomo & Rinny (2023), Anggraeni *et al.*, (2023) serta Rahma & Oktaviani (2024) mengatakan bahwasanya ukuran perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan.

Perusahaan *food and beverage* dipilih didalam riset berikut sebab industri berikut berkontribusi krusial pada perekonomian Indonesia. Sektor berikut termasuk dalam industri yang tahan atas fluktuasi ekonomi serta permintaan produknya cenderung tinggi serta stabil

sebab berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok masyarakat. Selain itu, perusahaan *food and beverage* mengindikasikan perkembangan yang pesat. Maknanya peneliti tertarik guna mengangkat judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan serta Ukuran Perusahaan Atas Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2024”.

TELAAH LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Signal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal selaku landasan guna penekanan ketimpangan penginformasian di pasar. Putra (2021) menjabarkan jika langkah ini mempermudah agen perusahaan, pemilik saham, dan pihak luar dalam menjaga transparansi serta keandalan laporan keuangan. Informasi yang masuk ke pasar akan dianalisis oleh investor sebagai pesan baik atau buruk. Apabila kinerja dalam laporan keuangan terbukti solid, hal itu mengindikasikan keberhasilan operasional perusahaan, yang pada akhirnya akan mendapat sambutan positif dari para pelaku pasar eksternal.

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas atau rentabilitas selaku kapasitas entitas bisnis dalam mencetak profit pada periode tertentu. Ketika profitabilitas berada di level yang tinggi, hal tersebut menandakan bahwa operasional dan penggunaan sumber daya perusahaan berlangsung secara efisien (Kasmir, 2021:196). Kinerja finansial yang prima ini meyakinkan para investor akan potensi pertumbuhan serta stabilitas usaha di masa depan. Perusahaan yang mengantongi keuntungan besar memiliki fleksibilitas lebih untuk mendistribusikan dividen, memperbesar skala operasi, dan memperkuat posisi permodalannya. Faktor-faktor inilah yang memikat perhatian pelaku pasar, memicu kenaikan permintaan saham, dan berakhiran mengerek nilai perusahaan secara signifikan. Riset yang dilaksanakan oleh Anggraeni (2021), Sofiatin (2021), Komala (2021), Ayuningtyas & Hasnawati (2021), Hastuti (2022) serta Anggita (2022), Wati dkk. (2021), Cahyani serta Rahayu (2022), Anggraeni *et al.*, (2023), Rahma & Oktaviani (2024), Bitasari dkk (2024) serta Anugerah (2025) yang menegaskan profitabilitas berefek positif lalu signifikan atas nilai perusahaan.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas mengindikasikan kapasitas perusahaan pada perlengkapan liabilitas jangka pendeknya. Dari Kariyoto (2021:190) likuiditas ialah kapasitas perusahaan guna menuntaskan kewajiban jangka pendeknya. Tingkat likuiditas yang baik mengindikasikan pengondisian keuangan perusahaan berkesehatan serta stabil, hingga mampu mengurangi risiko kebangkrutan. Kondisi berikut memberi rasa aman bagi investor serta kreditur, yang kemudian meningkatkan kepercayaan atas perusahaan. Likuiditas yang tinggi mengindikasikan bahwasanya perusahaan memiliki fleksibilitas keuangan guna mendukung kegiatan operasional, membiayai investasi, serta menghadapi ketidakpastian ekonomi. Kemampuan tersebut selaku kepositifan sinyal guna pasar bahwasanya perusahaan dikelola dengan baik serta berprospek yang menjanjikan. Riset yang dilangsungkan atas Sofiatin (2021), Farizki *et al.*, (2021), Anggita (2022), Anggraeni *et al.*, (2023) serta Rahma & Oktaviani (2024) yang menegaskan likuiditas berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan.

H₂: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Sartono serta Ratnawati (2020) menegaskan bahwasanya struktur modal berkaitan erat dengan penentuan skema pembiayaan guna memenuhi kebutuhan operasional dan ekspansi perusahaan. Pengambilan keputusan finansial ini melibatkan pemanfaatan beragam opsi modal jangka panjang, mulai dari saham biasa dan preferen, surat utang, pinjaman bank jangka panjang, sampai pemanfaatan laba ditahan. Makin besar proporsi utang dalam struktur pendanaan, makin besar juga beban bunga serta kewajiban pembayaran yang wajib berketanggungan perusahaan. Kondisi berikut mampu penekanan laba bersih serta mengurangi kapasitas perusahaan pada penciptaan nilai guna keuangan, terutama ketika perusahaan menghadapi penurunan pendapatan ataupun kondisi ekonomi yang tidak stabil. Risiko tersebut menjadi sinyal negatif bagi investor sebab mencerminkan ketidakpastian atas keberlangsungan usaha perusahaan. Riset yang dilaksanakan oleh Sofiatin (2021), Komala (2021), Anggita (2022) serta Hastuti (2022) menegaskan bahwasanya struktur pemodalanan berefek negatif serta signifikan atas nilai perusahaan.

H₃: Struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan, diantaranya peningkatan aset, laba, ataupun ekspansi usaha, ialah sinyal positif yang dapat dikomunikasikan kepada pasar guna mengindikasikan prospek masa depan perusahaan yang cerah (Jogiyanto, 2022). Tingginya tingkatan pertumbuhan mengindikasikan bahwasanya perusahaan berprospek yang baik di kedepannya, baik dari sisi peningkatan pendapatan, aset, maupun pasar modal. Kondisi berikut menjadi sinyal positif bagi investor bahwasanya perusahaan mampu menciptakan nilai tambah dalam jangka panjang. Perusahaan yang terus berlangsung pertumbuhan berkeumuman guna potensi berketinggian guna meningkatkan keuntungan serta memperkuat posisi kompetitifnya. Hal tersebut mendorong meningkatnya kepercayaan investor serta minat guna menanamkan modal. Riset yang dilaksanakan oleh Ayuningtyas & Hasnawati (2021), Cahyani serta Rahayu (2022), Safaruddin *et al.*, (2023), Aditomo & Rinny (2023), Bitasari dkk (2024) serta Anugerah (2025) yang menegaskan pertumbuhan perusahaan berefek positif serta signifikan atas penilaian perusahaan.

H₄: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah besaran ukuran perusahaan berpenilaian atas kalkulasi jumlah kekayaan (aset), volume penjualan bersih, serta estimasi nilai pasar perusahaan (Brigham & Houston, 2022). Perusahaan dengan skala yang lebih tinggi umumnya bertingkat stabilitas usaha yang lebih tinggi lalu kapasitas berkebaikan pada melangsungkan risiko bisnis. Perusahaan besar biasanya didukung oleh aset berkebanyakan, akses pendanaan berkeluasan, lalu struktur operasional yang lebih matang. Kondisi berikut memberi keyakinan kepada investor bahwasanya perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang. Ukuran perusahaan yang besar sering dipersepsikan menjadi sinyal kekuatan serta kredibilitas di mata pasar. Perusahaan besar condong berreputasi yang baik, tingkat transparansi yang lebih tinggi, lalu kemampuan menghasilkan laba yang lebih konsisten. Riset yang dilaksanakan oleh Sofiatin (2021), Farizki *et al.*, (2021), Anggita (2022) serta Anugerah (2025) yang menegaskan ukuran perusahaan berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan.

H₅: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Riset berikut dilaksanakan pada perusahaan *food and beverage* di BEI pada 2020-2024 pengaksesan website resmi BEI berupa *www.idx.co.id*. Variabel independen didalam riset berikut yakni profitabilitas, likuiditas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan serta ukuran perusahaan sementara variabel dependen didalam riset berikut berupa nilai perusahaan.

Populasi didalam riset berikut ialah seluruh perusahaan *food and beverage* yang tercatat di Bursa Efek Tahun 2020-2024. Penentuan sampel didalam riset berikut menerapkan *purposive sampling* hingga didapat sampel sejumlah 27 perusahaan dengan periode pengamatan berkurun lima tahun sampai sampel akhir sejumlah 135 data. Pengumpulan data dilaksanakan bersamaan dokumentasi. Teknik analisis data yang diterapkan didalam riset berikut ialah uji asumsi klasik lalu penganalisisan regresi linier berganda bersamaan persamaannya yakni sebagai berikut.

$$NP = \alpha + \beta_1 \text{Pro} + \beta_2 \text{Liq} + \beta_3 \text{SM} + \beta_4 \text{PP} + \beta_5 \text{UP} + e \dots \dots \dots (1)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1.
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pro	135	-48,28	42,08	7,502	12,892
Liq	135	20,22	1330,91	267,437	226,405
DER	135	10,02	1018,24	104,180	119,276
PP	135	-50,15	415,63	15,688	46,259
UP	135	23,80	32,94	28,466	1,822
NP	135	0,13	33,06	3,112	3,907
Valid N (listwise)	135				

Sumber : Data dolah (2026)

Berlandaskan Tabel 1 diatas, atas setiap variabel mampu dijelaskan sebagai berikut.

1. Profitabilitas mengindikasikan total sampel (N) sejumlah 135, bernilai terendah (*minimum*) ialah -48,28 serta nilai tertinggi (*maximum*) 42,08. Nilai rerata (*mean*) ialah 7,502 bernilai standar deviasi (*Std. deviation*) ialah 12,892.
2. Likuiditas mengindikasikan total sampel (N) sejumlah 135, bernilai terendah (*minimum*) ialah 20,22 serta nilai tertinggi (*maximum*) 1.330,91. Nilai rerata (*mean*) ialah 267,4371 dengan nilai standar deviasi (*Std. deviation*) ialah 226,405.
3. Struktur modal mengindikasikan total sampel (N) sejumlah 135, memiliki nilai terendah (*minimum*) ialah 10,02 serta nilai tertinggi (*maximum*) 1,018,24. Nilai rerata (*mean*) ialah 104,180 bernilai standar deviasi (*Std. deviation*) ialah 119,276.
4. Pertumbuhan perusahaan mengindikasikan total sampel (N) sejumlah 135, bernilai terendah (*minimum*) ialah -50,15 serta nilai tertinggi (*maximum*) 415,63. Nilai rerata (*mean*) ialah 15,688 bernilai standar deviasi (*Std. deviation*) ialah 46,259.
5. Ukuran perusahaan mengindikasikan jumlah sampel (N) sejumlah 135, memiliki nilai terendah (*minimum*) ialah 23,80 serta nilai tertinggi (*maximum*) 32,94. Nilai rerata (*mean*) ialah 28,466 bernilai standar deviasi (*Std. deviation*) ialah 1,822.
6. Nilai perusahaan mengindikasikan total sampel (N) sejumlah 135, bernilai terendah (*minimum*) ialah 0,13 serta nilai tertinggi (*maximum*) 33,06. Nilai rerata (*mean*) ialah 3,112 bernilai standar deviasi (*Std. deviation*) ialah 3,907.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	9,627	5,346		1,801	0,074
Pro	0,132	0,030	0,436	4,397	0,001
1 Liq	-0,002	0,002	-0,097	-1,070	0,287
DER	0,009	0,003	0,261	2,793	0,006
PP	0,008	0,007	0,093	1,132	0,260
UP	-0,284	0,188	-0,132	-1,509	0,134

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data diolah (2026)

Berlandaskan tabel 2 didapat sebuah persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$NP = 9,627 + 0,132 \text{ Pro} - 0,002 \text{ Liq} + 0,009 \text{ DER} + 0,008 \text{ PP} - 0,284 \text{ UP} \dots\dots\dots(2)$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Konstanta senilai 9,627, maknanya bila profitabilitas, likuiditas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan serta ukuran perusahaan sama pada nol (0) maknanya nilai perusahaan ialah senilai 9,627
2. Profitabilitas bernilai koefisien regresi senilai 0,132. Maknanya jikalau profitabilitas menambahkan senilai satu satuan, maknanya nilai perusahaan akan bertambah senilai 0,132 bersamaan asumsi variabel lainnya konstan.
3. Likuiditas bernilai koefisien regresi senilai -0,002. Maknanya jikalau likuiditas menurun senilai satu satuan, maknanya nilai perusahaan akan menurun sebanyak -0,002 satuan bersamaan asumsi variabel lainnya konstan.
4. Struktur modal bernilai koefisien regresi senilai 0,009. Maknanya jikalau struktur modal meningkat senilai satu satuan, maknanya nilai perusahaan akan menambahkan senilai 0,009 bersamaan asumsi variabel lainnya konstan.
5. Pertumbuhan Perusahaan bernilai koefisien regresi senilai 0,008. Maknanya jikalau Pertumbuhan Perusahaan meningkat senilai satu satuan, maknanya nilai perusahaan akan menambahkan senilai 0,008 bersamaan asumsi variabel lainnya konstan.
6. Ukuran Perusahaan bernilai koefisien regresi senilai -0,284. Maknanya jikalau Ukuran Perusahaan menurun senilai satu satuan, maknanya nilai perusahaan meningkat -0,284 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3.
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		135
Normal	Mean	0,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,58587271
	Absolute	0,151

Most Extreme	Positive		0,151
Differences	Negative		-0,073
Test Statistic			0,151
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			0,078
Monte Carlo Sig. Sig.			0,075
(2-tailed) ^d	99% Confidence	Lower Bound	0,068
	Interval	Upper Bound	0,081

Sumber : Data diolah (2026)

Temuan Tabel 3 tersebut mengindikasikan *Asymp. Sig. (2-tailed)* ialah 0,078 lebih tinggi atas 0,05, penyimpulannya berpenyataan bahwasanya variabel itu berdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity	
		Unstandardized	Standardized			Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	9,627	5,346		1,801	0,074	
	Pro	0,132	0,030	0,436	4,397	.001	0,663 1,509
	Liq	-0,002	0,002	-0,097	-1,070	0,287	0,796 1,256
	DER	0,009	0,003	0,261	2,793	0,006	0,748 1,337
	PP	0,008	0,007	0,093	1,132	0,260	0,969 1,032
	UP	-0,284	0,188	-0,132	-1,509	0,134	0,850 1,177

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Data diolah (2026)

Temuan perhitungan ditabel 4 mengindikasikan keseluruhan variabel bebas bernilai *tolerance* lebih tinggi atas 0,10. Temuan penghitungan nilai *varians infation factor* (VIF) pula pengindikasikan keseluruhan variabel bebas bernilai VIF di bawah 10 hingga penyimpulannya jika ketidakadaan multikoleniaritas pada variabel bebas pada pemodelan regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5.
Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a					
		Unstandardized	Standardized				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	26,474	11,806		2,242	0,027	
	Pro	0,109	0,066	0,173	1,643	0,103	
	Liq	-0,005	0,003	-0,127	-1,325	0,188	
	DER	0,007	0,007	0,096	0,967	0,335	
	PP	-0,004	0,015	-0,022	-0,251	0,803	
	UP	-0,001	0,005	-0,022	-0,273	0,785	

a. Dependent Variable: ABRES

Sumber: Data diolah (2026)

Temuan uji *Glejser* ditabel 5 didapat nilai signifikansi, semua variabel bebas berjumlah *Sig.* lebih tinggi atas 0,05. Perihal berikut bermakna pemodelan regresi itu ketidakkandungan gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6.

Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.397 ^a	.158	.125	3.65471	1.976

a. Predictors: (Constant), UP, PP, DER, Liq, Pro

b. Dependent Variable: NP

Sumber: Data diolah (2026)

Temuan uji autokorelasi ditabel 6 didapat nilai DW senilai 1,976 dimana lebih tinggi dari DU 1,796 serta kurang dari 4-DU. Perihal berikut bermakna model regresi itu ketidakkandungan autokorelasi.

Uji *Goodnes Of Fit*

Hasil Uji Determinasi

Tabel 7.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.397 ^a	.158	.125	3.65471	1.976

a. Predictors: (Constant), UP, PP, DER, Liq, Pro

b. Dependent Variable: NP

Sumber : Data diolah (2026)

Berlandaskan Tabel 7 mengindikasikan bahwasanya nilai *Adjust R Square* senilai 0,125 bahwasanya tingkat korelasi diantara variabel independen dengan variabel dependen senilai 12,5% yang maknanya variabel independen didalam riset berikut yakni profitabilitas, likuiditas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan serta ukuran perusahaan mampu menjabarkan 12,5% nilai perusahaan serta sisanya sejumlah 87,5% dijelaskan atas variabel lainnya diluar pemodelan.

Hasil Uji F

Tabel 8.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	322.641	5	64.528	4.831	<.001 ^b
	Residual	1723.037	129	13.357		
	Total	2045.677	134			

a. Dependent Variable: NP

b. Predictors: (Constant), UP, PP, DER, Liq, Pro

Sumber : Data diolah (2026)

Berlandaskan Tabel 5.8 temuan uji signifikansi simultan (uji F) diatas mengindikasi bahwasanya nilai F senilai 4,831 bertingkat signifikansi $<0,001$ sebab nilai signifikansi $<0,05$ maknanya penyimpulannya bahwasanya variabel profitabilitas, likuiditas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan serta ukuran perusahaan bersamaan berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan.

Hasil Uji t

Tabel 9.
Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	9,627	5,346		1,801	0,074
Pro	0,132	0,030	0,436	4,397	0,001
1 Liq	-0002	0,002	-0,097	-1,070	0,287
DER	0,009	0,003	0,261	2,793	0,006
PP	0,008	0,007	0,093	1,132	0,260
UP	-0,284	0,188	-0,132	-1,509	0,134

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Data diolah (2026)

Berlandaskan Tabel 9 dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Profitabilitas bernilai koefisien regresi 0,132 serta nilai t ialah 4,397 bernilai signifikansi 0,001 lebih rendah dari 0,05. Perihal berikut mengindikasi profitabilitas berefek positif atas nilai perusahaan hingga H_1 diterima.
2. Likuiditas bernilai koefisien regresi -0,002 serta nilai t ialah -1,070 bersamaan nilai signifikansi 0,287 lebih tinggi atas 0,05. Perihal berikut mengindikasi likuiditas tidak berefek atas nilai perusahaan hingga H_2 ditolak.
3. Struktur modal bernilai koefisien regresi 0,009 serta nilai t ialah 2,793 bernilai signifikansi 0,006 berkerendahan atas 0,05. Perihal berikut mengindikasi struktur modal berefek positif atas nilai perusahaan hingga H_3 diterima.
4. Pertumbuhan perusahaan bernilai koefisien regresi 0,008 serta nilai t ialah 1,132 bersamaan nilai signifikansi 0,260 lebih tinggi atas 0,05. Perihal berikut mengindikasi pertumbuhan perusahaan tidak berefek signifikan atas nilai perusahaan hingga H_4 ditolak.
5. Ukuran perusahaan bernilai koefisien regresi -0,284 serta nilai t ialah -1,509 bersamaan nilai signifikansi 0,134 lebih tinggi atas 0,05. Perihal berikut mengindikasi ukuran perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan hingga H_5 ditolak.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan.

Berlandaskan temuan pengujian hipotesis ditabel 5.9, variabel profitabilitas bernilai koefisien regresi senilai 0,132 bersamaan nilai signifikansi senilai 0,001 yang lebih rendah dari 0,05. Temuan berikut mengindikasi bahwasanya profitabilitas berefek positif atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* tercantum di BEI pada 2020 – 2024. Bersamaan inilah, hipotesis pertama (H_1) yang menegaskan bahwasanya profitabilitas berefek positif atas nilai perusahaan diterima. Maknanya makin baik profitabilitas maknanya nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024 akan makin baik.

Berlandaskan data riset pada perusahaan *food and beverage* didalam jangka 2020–2024, tingkat profitabilitas mengindikasi variasi antar perusahaan. Meskipun demikian, temuan pengujian mengindikasi bahwasanya perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba berkebaikan akan condong bernilai perusahaan bertinggian. Kondisi itu pengindikasian bahwasanya investor pada perusahaan *food and beverage* memberi perhatian atas kemampuan perusahaan pada penciptaan laba selaku sebuah dasar pada penilaian prospek serta kinerja perusahaan. Temuan riset berikut selaras pada teori sinyal yang menegaskan bahwasanya profitabilitas ialah informasi yang mampu selaku kepositifan sinyal guna investor berhubungan kinerja serta prospek perusahaan. Perusahaan yang dapat menciptakan keninggian laba mengindikasi bahwasanya perusahaan berkinerja operasional baik serta kapasitas dalam mengelola sumber daya berkeefektifan. Informasi itu akan menambahkan kepercayaan investor hingga dorongan pertambahan permintaan atas saham perusahaan yang akhirnya berimbas pada meningkatnya nilai perusahaan.

Riset yang dilaksanakan oleh Salsa & Nugraha (2022) menegaskan bahwasanya profitabilitas berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan. Makin tinggi nilai profitabilitas maknanya makin tinggi juga nilai perusahaan. Perihal berikut pendudukan riset Muzayin & Trisnawati (2022), Rahma & Oktaviani (2024) serta Sari *et al.*, (2025) yang menegaskan profitabilitas berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai perusahaan.

Berlandaskan penemuan pengujian hipotesis ditabel 5.9, variabel likuiditas bernilai koefisien regresi senilai -0,002 bernilai signifikansi senilai 0,287 yang lebih tinggi dari 0,05. Temuan berikut mengindikasi bahwasanya likuiditas tidak berefek atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024. Bersamaan inilah, hipotesis kedua (H_2) yang menegaskan bahwasanya likuiditas berefek positif atas nilai perusahaan ditolak. Maknanya meningkat ataupun menurunnya likuiditas tidak terbukti secara empiris menyebabkan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024.

Berlandaskan data perusahaan *food and beverage* yang menjadi objek riset didalam jangka 2020–2024, tingkat likuiditas mengindikasi kondisi yang beragam pada tiap perusahaan serta mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Meskipun terdapat perusahaan bersamaan tingkat likuiditas yang tinggi, kondisi tersebut tidak senantiasa diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Berketerbalikan, ada pula perusahaan bertingkat likuiditas yang relatif lebih rendah, namun tetap bernilai perusahaan berkeninggian. Kondisi berikut mengindikasi bahwasanya didalam jangka riset investor tidak menjadikan tingkat likuiditas menjadi tolak ukur utama dalam mengevaluasi kinerja entitas bisnis. Para pemodal umumnya lebih berfokus pada daya serap perusahaan dalam mencetak keuntungan, efisiensi penataan struktur modal, serta potensi pertumbuhan jangka panjang, ketimbang sekadar memantau kesiapan melunasi utang jangka pendek. Temuan riset berikut selaras pada *Signaling Theory*, menjabarkan jika publikasi data keuangan berfungsi sebagai petunjuk bagi pasar apabila sanggup memproyeksikan prospek bisnis di masa depan. Dalam konteks studi ini, derajat likuiditas belum mampu memancarkan dorongan yang cukup kuat untuk mendongkrak kapitalisasi perusahaan. Hal ini terjadi lantaran ketepatan waktu dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendek tidak serta-merta menjamin kemampuan bisnis untuk menghasilkan profit ataupun memberi nilai tambah bagi pemilik saham.

Riset Hastuti (2022) mengatakan bahwasanya likuiditas tidak berefek atas nilai perusahaan. Maknanya meningkat ataupun menurunnya likuiditas tidak akan membuat perubahan nilai perusahaan. Perihal berikut didukung riset Santoso & Junaeni (2022), Apriantini *et al.*, (2022) serta Pratama & Nurhayati (2022) yang menemukan likuiditas tidak berefek atas nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur modal terhadap Nilai perusahaan.

Berlandaskan temuan pengujian hipotesis ditabel 5.9, variabel struktur modal bernilai koefisien regresi senilai 0,009 bersamaan nilai signifikansi sejumlah 0,006 berendahan dari 0,05. Temuan berikut mengindikasikan bahwasanya struktur modal berefek positif atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024. Bersamaan inilah, hipotesis ketiga (H_3) yang menegaskan bahwasanya struktur modal berefek positif atas nilai perusahaan diterima. Maknanya makin baik struktur modal maknanya nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024 akan makin baik.

Struktur pemodalannya mencerminkan perbandingan diantara penggunaan utang serta modal sendiri dalam memenuhi kebutuhan pendanaan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada 2020 – 2024. Temuan riset mengindikasikan bahwasanya struktur modal berefek positif serta signifikan atas nilai perusahaan. Temuan berikut mengindikasikan bahwasanya peningkatan struktur modal, yang tercermin dari pemanfaatan utang secara optimal, mampu pertambahan nilai perusahaan. Penggunaan utang pada perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024 yang dikelola secara efektif dapat dimanfaatkan guna mendukung kegiatan operasional, meningkatkan kapasitas produksi, melaksanakan inovasi produk, serta memperluas pangsa pasar, hingga mampu menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Temuan riset berikut selaras pada teori sinyal yang menjelaskan bahwasanya struktur modal ialah suatu penginformasian yang diterapkan investor pada penilaian kemampuan perusahaan mengelola sumber pendanaan. Pengelolaan struktur modal yang optimal memberi sinyal bahwasanya perusahaan mampu memanfaatkan pendanaan, baik yang berasal dari modal sendiri maupun utang, guna meningkatkan kinerja perusahaan.

Riset Hastuti (2022) menegaskan struktur modal berefek positif atas nilai perusahaan. Maknanya makin baik struktur modal maknanya nilai perusahaan akan makin baik. Perihal berikut didukung riset Salsa & Nugraha (2022), Safaruddin *et al.*, (2023) serta Sari *et al.*, (2025) yang menjumpai struktur pemodalannya berefek positif atas nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai perusahaan.

Berlandaskan temuan pengujian hipotesis ditabel 5.9, variabel pertumbuhan perusahaan bernilai koefisien regresi senilai 0.008 bersamaan nilai signifikansi senilai 0,260 yang lebih tinggi dari 0,05. Penemuan berikut mengindikasikan bahwasanya pertumbuhan perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan di perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024. Bersamaan inilah, hipotesis keempat (H_4) yang menegaskan bahwasanya pertumbuhan perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan diterima. Maknanya pergantian pertumbuhan perusahaan tidak terbukti secara empiris menyebabkan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercantum di BEI pada 2020 – 2024.

Temuan riset mengindikasikan bahwasanya pertumbuhan perusahaan tidak berefek signifikan atas nilai perusahaan. Temuan berikut mengindikasikan bahwasanya peningkatan pertumbuhan perusahaan *food and beverage* belum tentu disertai atas pertambahan nilai perusahaan. Kondisi itu mengindikasikan bahwasanya investor tidak menjadikan pertumbuhan perusahaan selaku dasar keutamaan pada menilai perusahaan, sebab tingginya pertumbuhan belum tentu pencerminan kapasitas perusahaan pada penciptaan laba, mengelola aset secara efisien, maupun memberi tingkat pengembalian berkeoptimalan guna pemegang saham. Selain itu, pertumbuhan aset ataupun ekspansi usaha sering kali membutuhkan pendanaan yang besar serta waktu yang relatif panjang guna menghasilkan manfaat ekonomi, hingga pasar cenderung lebih mempertimbangkan kinerja keuangan, terutama profitabilitas, dibandingkan hanya pertumbuhan perusahaan. Namun, temuan riset berikut mengindikasikan bahwasanya sinyal yang disampaikan melalui pertumbuhan perusahaan belum cukup kuat guna memengaruhi persepsi investor atas nilai perusahaan. Investor cenderung tidak hanya memperhatikan tingkat

pertumbuhan, tetapi juga mempertimbangkan kualitas pertumbuhan tersebut, diantaranya kemampuan perusahaan mengubah peningkatan aset ataupun penjualan menjadi laba, arus kas, serta kinerja keuangan yang berkelanjutan.

Riset Hastuti (2022) mengatakan bahwasanya pertumbuhan perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan. Maknanya perubahan pertumbuhan perusahaan tidak akan menciptakan perubahan nilai perusahaan. Perihal berikut didukung riset Fajriah dkk (2022), Santoso serta Junaeni (2022) serta Rossa dkk (2023) yang menegaskan bahwasanya pertumbuhan perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan.

Berlandaskan temuan pengujian hipotesis ditabel 5.9, variabel ukuran perusahaan bernilai koefisien regresi senilai -0,284 bersamaan nilai signifikansi senilai 0,134 berketinggian dari 0,05. Temuan berikut mengindikasikan bahwasanya ukuran perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI pada 2020 – 2024. Bersamaan inilah, hipotesis kelima (H_5) yang menegaskan bahwasanya ukuran perusahaan berefek positif atas nilai perusahaan ditolak. Maknanya perubahan ukuran perusahaan tidak terbukti secara empiris menyebabkan meningkat ataupun menurunnya nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI pada 2020 – 2024.

Ukuran perusahaan pada perusahaan *food and beverage* tercatat di BEI pada 2020 – 2024 ialah gambaran mengenai besar kecilnya perusahaan yang mampu ditentukan berlandaskan penotolan aset, penotolan penjualan, serta nilai pasar perusahaan (Brigham & Houston, 2022). Temuan riset pengindikasian bahwasanya pengukuran perusahaan tidak berefek signifikan atas nilai perusahaan. Temuan berikut pengindikasian bahwasanya besar ataupun kecilnya pengukuran perusahaan *food and beverage* tidak berkelanjutan memengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwasanya investor tidak hanya mempertimbangkan ukuran perusahaan menjadi dasar pada penilaian perusahaan, tetapi lebih berfokus berkapasitas perusahaan pada penciptaan laba, pengelolaan keefisienan sumber daya, menciptakan prospek pertumbuhan yang berkelanjutan. Selain itu, perusahaan berukuran kebesaran belum tentu berkinerja keuangan yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih rendah, sebab besarnya aset yang dimiliki tidak disertai dengan penciptaan aset yang optimal pada menghasilkan keuntungan. Oleh sebab itu, ukuran perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI periode 2020–2024 tidak memberi berimbas signifikan atas nilai perusahaan.

Temuan riset berikut selaras pada Teori Sinyal (*Signaling Theory*) yang menegaskan bahwasanya penginformasian memberi sinyal mengenai stabilitas, kapasitas operasional, serta kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Namun, temuan riset berikut mengindikasikan bahwasanya ukuran perusahaan belum dapat menjadi sinyal yang cukup kuat guna memengaruhi keputusan investor. Perusahaan bertotal aset yang besar belum tentu berkinerja keuangan yang lebih baik ataupun dapat menciptakan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih rendah.

Riset Aditomo & Rinny (2023) menegaskan pengukuran perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan. Maknanya perubahan ukuran perusahaan tidak akan menciptakan pergantian nilai perusahaan. Perihal berikut didukung penelitian Anggraeni *et al.*, (2023) serta Rahma & Oktaviani (2024) yang menemukan ukuran perusahaan tidak berefek atas penilaian perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan temuan riset yang sudah dilaksanakan maknanya mampu berpengambilan simpulan sebagai berikut.

1. Profitabilitas berefek positif atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI pada 2020 – 2024
2. Likuiditas tidak berefek atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI pada 2020 – 2024
3. Struktur modal berefek positif atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI pada 2020 – 2024
4. Pertumbuhan perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI pada 2020 – 2024
5. Ukuran perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI pada 2020 – 2024

DAFTAR PUSTAKA

- Aditomo, F., & Rinny. (2023). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, kebijakan hutang, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017–2021). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145–160.
- Ambarsari, D., & Hermanto, S. B. (2021). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(3), 1–15.
- Anggita, A. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 14(1), 55–68.
- Anggraeni, D. (2021). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 101–115.
- Anggraeni, D., Putri, A. R., & Sari, N. P. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 23–38.
- Anugerah, R. (2025). Analisis pengaruh pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas menjadi variabel intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 1–15.
- Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. L. P., & Novitasari, N. L. G. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 4(2), 190–201.
- Astria, N. (2021). Teori sinyal dan implikasinya dalam keputusan investasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 89–102.
- Astari, N., Putra, I. B., & Dewi, L. G. K. (2019). Struktur modal dan implikasinya terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(1), 120–145.
- Ayuningtyas, R., & Hasnawati. (2021). Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 87–98.
- Bernardin, D. E. Y., & Chaniago, H. (2021). Analisis rasio likuiditas dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 13(1), 33–45.
- Bitasari, D., Pramesti, R., & Hidayat, A. (2024). Pengaruh ROA, DER, CR, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor ritel. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(2), 77–92.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2022). *Dasar-dasar manajemen keuangan* (Edisi 15). Jakarta: Salemba Empat.
- Cahyani, N. P., & Rahayu, S. (2022). Pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 23(1), 65–78.
- Fahmi, I. (2021). *Analisis laporan keuangan*. Bandung: Alfabeta.

- Farizki, F. I., Salim, M. A., & Priyono, A. A. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4), 1–15.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, R. (2022). Pengaruh aktivitas rasio keuangan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(4), 250-261.
- Hastuti, S. (2022). Pengaruh rasio keuangan terhadap nilai perusahaan manufaktur. *Jurnal Akuntansi Terapan*, 6(2), 112–125.
- Hery. (2021). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Jogiyanto. (2021). *Teori portofolio dan analisis investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Kariyoto. (2021). *Analisis laporan keuangan*. Malang: UB Press.
- Kasmir. (2021). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Katti, S. (2021). Analisis nilai perusahaan dan harga saham. *Jurnal Ekonomi Modern*, 7(1), 44–56.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2017). *Industri makanan dan minuman menjadi sektor strategis nasional*. Jakarta.
- Komala, R. (2021). Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, keputusan investasi dan pendanaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13(2), 99–114.
- Massie, R., Saerang, I., & Tulung, J. (2021). Nilai perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhinya. *Jurnal EMBA*, 9(1), 356–367.
- Mulyanti, S., & Supriyani, Y. (2021). Likuiditas dan implikasinya terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 20–34.
- 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). *E-Prosiding Akuntansi*, 3(1).
- Pratama, G., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen menjadi variabel moderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(02), 647-659.
- Putra, I. G. N. (2021). Teori sinyal dalam perspektif pasar modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 45–58.
- Rahayu, S., & Sari, B. (2021). Nilai perusahaan dan determinannya. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(2), 101–115.
- Rahma, A., & Oktaviani, R. (2024). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 9(1), 66–81.
- Rahma, F., & Oktaviani, R. F. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(3), 44-59.
- Rozet, E., & Kelen, L. (2022). Capital structure and firm value. *International Journal of Finance*, 7(3), 112–124.
- Safaruddin, S., Nurhayati, & Lestari, D. (2023). Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 18(1), 25–40.

- Salsa, S. S., & Nugraha, D. S. (2022). Pengaruh Umur Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: (Studi pada Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(3), 692-703.
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, likuiditas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1597-1609.
- Sari, D. A. P. P., Sunarsih, N. M., & Endiana, I. D. M. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Dividen, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 7(1), 1-13.
- Sartono, A., & Ratnawati, V. (2020). *Manajemen keuangan teori dan aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Sofiatin, S. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 15(2), 88–102.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryanti, D., & Dinar, A. (2021). Profitabilitas dan kinerja perusahaan. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 67–80.
- Topowijono. (2021). *Manajemen keuangan perusahaan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Wati, L. N., Putra, R., & Sari, D. (2021). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(3), 120–134.
- Wati, L. N., et al. (2022). Pertumbuhan aset dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 16(1), 90–104.
- Wiyati, S. (2022). Ukuran perusahaan dan implikasinya terhadap nilai pasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 55–69.
- Yousef, A. (2019). Capital structure and firm performance. *Journal of Financial Studies*, 5(1), 22–35.