

# Nilai Perusahaan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya: Analisis Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan

Dassaad<sup>1,\*</sup>, Zuhida Tiara Bumi<sup>2</sup>, Riyanti<sup>2</sup>, Dyah Palupi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Gunadarma

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Universitas Gunadarma

Jl. Margonda No.100 Kampus D, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup> [dassaad\\_z@staff.gunadarma.ac.id](mailto:dassaad_z@staff.gunadarma.ac.id), <sup>2</sup>[zulhidatiarab@gmail.com](mailto:zulhidatiarab@gmail.com), <sup>3</sup>[riyanti\\_d@staff.gunadarma.ac.id](mailto:riyanti_d@staff.gunadarma.ac.id)

<sup>4</sup>[dypalupi@staff.gunadarma.ac.id](mailto:dypalupi@staff.gunadarma.ac.id)

Email Penulis Korespondensi: [dassaad\\_z@staff.gunadarma.ac.id](mailto:dassaad_z@staff.gunadarma.ac.id)

**Abstrak**—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2019-2023. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan yang diperoleh dari website resmi BEI dan masing-masing perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan. Variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Teori dalam penelitian ini menggunakan teori sinyal. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dimana sebelumnya data telah diuji menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan menggunakan uji beda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Likuiditas berpengaruh negatif dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** Likuiditas; Profitabilitas; Solvabilitas; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan

**Abstract**—This study aims to find out and analyze the influence of Liquidity, Profitability, Solvency, Company Size on Company Value in Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2019-2023. The data in this study is secondary data in the form of annual reports obtained from the official website of the IDX and each company. The independent variables in this study are Liquidity, Profitability, Solvency, and Company Size. The dependent variable is the Company Value. The theory in this study uses is signalling theory. The method in this study uses a quantitative method. The data analysis technique uses multiple linear regression where previously the data has been tested using descriptive statistical tests, classical assumption tests and using different tests. The results of this study show that partially Liquidity negative affect and Profitability positive affect the value of the company. Meanwhile, Solvency and Company Size have no effect on the company's value.

**Keywords:** Liquidity; Profitability; Solvency; Company Size; Company Value

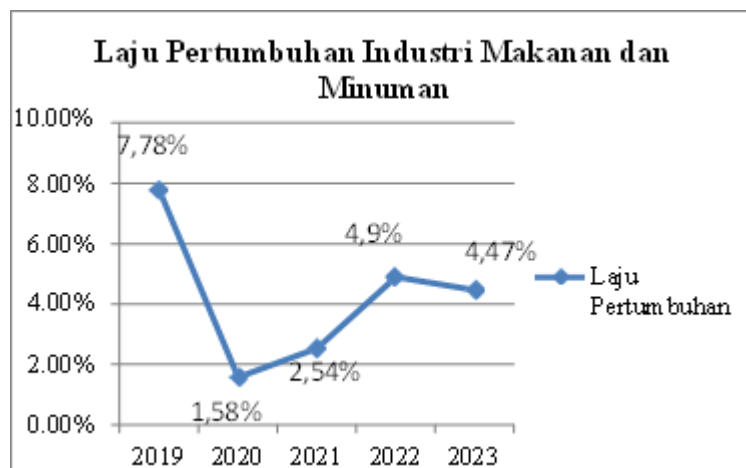
## 1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ekonomi global dan kemajuan teknologi saat ini di Indonesia menciptakan persaingan ketat antar perusahaan. Persaingan ketat ini dilakukan untuk memenangkan pasar dan memperoleh laba yang maksimal. Hal ini menyebabkan manajemen perusahaan harus memikirkan strategi yang tepat dalam meningkatkan kinerja, kualitas, dan melakukan inovasi produk yang dibutuhkan oleh konsumen agar produk dikenal oleh masyarakat luas dan perusahaan tidak kalah dalam bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan yang kalah dalam bersaing akan mengalami kerugian bahkan kebangkrutan.

Salah satu perusahaan yang bersaing ketat di Indonesia adalah Perusahaan Manufaktur. Perusahaan Manufaktur adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri yang kegiatan utamanya adalah mengubah dan mengolah bahan baku menjadi produk jadi dengan menggunakan berbagai mesin, peralatan, dan tenaga kerja. Perusahaan manufaktur menjadi salah satu penopang terbesar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan sebagai sektor terbesar dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Oleh karena itu, Pemerintah juga berupaya dalam mengembangkan dan meningkatkan kontribusi perusahaan manufaktur terhadap PDB Indonesia. Manufaktur juga membantu dalam mengurangi ketergantungan produk impor dengan meningkatkan produksi dalam negeri serta inovasi produk baru yang dapat menarik para pelanggan.

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu industri yang berkembang pesat dan menarik minat masyarakat sebagai peluang bisnis dan investasi. Industri makanan dan minuman merupakan subsektor yang berkontribusi terbesar yang berkontribusi pada PDB nasional dan juga dinilai sebagai subsektor yang strategis dan bisa menjadi sebuah investasi yang menarik baik bagi investor dalam negeri maupun negara lain. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu pertumbuhan industri pengolahan nonmigas yang didukung oleh kekayaan sumber daya alam yang melimpah serta permintaan dalam negeri yang terus meningkat. Industri makanan dan minuman juga menjadi salah satu industri prioritas didalam peta jalan Making Indonesia 4.0, akselerasi penerapan industri 4.0 yaitu pengembangan dalam transformasi digital. Selain pengembangan teknologi, Peta jalan Making Indonesia 4.0 juga menaruh fokus pada pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan menciptakan produk dan layanan baru atau yang disebut Research and Development (R&D) di sektor industri. Hal tersebut didukung oleh Kementerian Perindustrian yang telah menerbitkan Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pengukuran Tingkat Kesiapan Industri dalam Bertransformasi Menuju Industri 4.0 sebagai panduan untuk kesiapan industri dalam melakukan transformasi industri 4.0. Oleh karena itu, industri makanan dan minuman merupakan industri yang menjanjikan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Covid-19 menjadi salah satu faktor yang menyebabkan laju pertumbuhan industri makanan dan minuman mengalami penurunan pada tahun 2020 namun lambat laun bangkit kembali. Berikut laju pertumbuhan industri makanan dan minuman dalam 5 tahun terakhir disajikan dalam gambar 1.



**Gambar 1.** Laju Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2019-2023

Melihat perkembangan positif laju pertumbuhan industri makanan dan minuman, Kementerian Perindustrian mengemukakan industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor pengembangan industri 4.0 dengan harapan dapat meningkatkan kembali pertumbuhan ekonomi nasional pasca Covid-19. Sebelum pandemi Covid-19 laju pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 7,8%. Namun, sejak adanya pandemi Covid-19 pada awal tahun 2020, industri makanan dan minuman mengalami dampaknya. Industri makanan dan minuman mengalami penurunan mencapai 1,58% dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dimana pemerintah menerapkan kebijakan mengenai proses produksi perusahaan manufaktur. Pemerintah mengharuskan perusahaan manufaktur menjalankan protokol kesehatan yang ketat dan membatasi jumlah pekerja agar adanya jarak fisik untuk meminimalisir penyebaran virus. Beberapa industri manufaktur mengalami hambatan dan masalah pada proses bisnis, dimana proses bisnis menjadi terbatas yang menyebabkan adanya penurunan penjualan, produksi, harga bahan baku yang tidak stabil, distribusi bahan baku yang terbatas dan barang yang diproduksi terbatas, hal ini terjadi karena adanya PSBB. Selain itu, negara mengalami penurunan perekonomian akibat covid-19 tetapi permintaan konsumen terhadap makanan dan minuman masih ada karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan sehari-hari yang sangat penting.

Dilihat dari laju pertumbuhan tahun 2021 dan 2022 industri makanan dan minuman mengalami kenaikan mencapai 2,54% dan 4,9%. Meskipun terdampak pandemi Covid-19, industri makanan dan minuman mulai beradaptasi terhadap perubahan kondisi pasar, mereka melakukan inovasi produk baru sesuai dengan tren konsumen, melakukan bisnis secara online, dan mengaplikasikan sistem pengantaran makanan dimana produk yang ditawarkan seperti makanan siap saji, makanan beku, cemilan yang memiliki masa simpan yang lama, serta perusahaan juga melakukan promosi iklan yang menarik di berbagai media sosial secara terus-menerus agar dapat menarik para pelanggan. PSBB juga mulai longgar mengakibatkan daya beli konsumen mulai pulih. Industri makanan dan minuman juga mampu tumbuh dan berkontribusi pada pertumbuhan industri nonmigas.

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut persinya sebesar 38,05% terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61% terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun. BPS juga melaporkan PDB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) industri makanan dan minuman nasional mencapai Rp1,23 kuadriliun pada 2022. Nilai tersebut persinya mencapai 6,32% dari total perekonomian nasional yang mencapai Rp19,59 kuadriliun. Industri makanan dan minuman berkontribusi sebesar 37,82% terhadap PDB industri pengolahan non-migas, sehingga menjadikannya sebagai subsektor dengan kontribusi PDB terbesar. Pada tahun 2023, laju pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 4,47% dengan kontribusi sektor tersebut terhadap PDB industri nonmigas sebesar 39,10 persen dan menyumbang 6,55 persen terhadap PDB nasional pada tahun 2023. Dimana tahun 2023 ekonomi kembali pulih, aktivitas sosial kembali normal dimana kegiatan masyarakat meningkat hal ini dapat memicu permintaan produk makanan dan minuman, Industri makanan dan minuman juga terus berinovasi sesuai tren pasar dan tren konsumen dan melakukan promosi iklan di seluruh media sosial. Berakhirnya Covid-19, memberikan semangat perusahaan makanan dan minuman untuk memperbaiki segala sistem baik keuangan maupun non keuangan yang terkena dampak pandemi, perusahaan juga berupaya memperoleh laba yang maksimal dengan meningkatkan penjualan dan inovasi produk, serta memberikan semangat bersaing antarperusahaan dalam berupaya memenangkan pangsa pasar.

Hal tersebut menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman merupakan industri besar dan terus berkembang dan memiliki peran penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia serta dengan sejumlah pesaing bisnis dalam penjualan dan dipandang sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Selain itu, adanya kenaikan pesaing menjadi tantangan baru bagi perusahaan untuk menarik minat investor dalam menanamkan modalnya. Oleh karena itu, perusahaan

makanan dan minuman harus mampu bersaing untuk memenangkan pasar agar dapat menarik minat investor dan memperoleh laba yang diinginkan.

Selain meningkatkan laba, perusahaan makanan dan minuman berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan berperan penting bagi perusahaan yaitu dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya, memudahkan akses pinjaman, dan meningkatkan reputasi perusahaan. Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan. Menurut Rossa et al. (2023), nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai dengan saat ini. Sedangkan menurut Suryandari et al. (2021), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Mia Novianti et al. (2023), menjelaskan bahwa semakin tinggi nilai pasar saham perusahaan mengindikasikan minat yang tinggi bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan dimaksud. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi pula kesejahteraan yang diminati oleh investor. Dengan meningkatkan nilai perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran bagi pemilik dan pemegang saham. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). PBV digunakan untuk mengukur nilai yang diberikan pasar kepada perusahaan dengan melihat harga perlembar saham terhadap nilai buku perlembar saham.

Selain itu, perusahaan juga harus memiliki kinerja keuangan yang baik. Kinerja keuangan dapat memengaruhi nilai perusahaan, apabila kinerja suatu perusahaan baik maka nilai perusahaan tersebut juga baik. Kinerja keuangan yang baik dilihat dari bagaimana kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu yang didalamnya terdapat informasi keuangan mengenai penghimpunan dana, penyaluran dana, kecukupan modal, dan informasi keuangan lainnya. Kinerja keuangan yang baik dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan merupakan alat ukur penting bagi setiap perusahaan untuk memberikan dan menyediakan informasi yang berhubungan dengan keadaan keuangan di perusahaan dan bermanfaat besar sebagai dasar pengambilan keputusan yang terdapat di perusahaan agar lebih efisien dan efektif. Oleh karena itu, Laporan Keuangan dapat membantu perusahaan dalam mengukur indikator kinerja keuangan perusahaan pada akhir periode.

Rasio Keuangan adalah alat analisis keuangan yang digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan melalui laporan keuangan. Menurut Kasmir (2023), rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antarkomponen yang ada di antara laporan keuangan. Menurut Timoteus (2023), Adapun rasio keuangan yang adalah rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas. Dalam penelitian ini menggunakan rasio likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas.

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek pada saat jatuh tempo. Perusahaan dikatakan likuid apabila mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka perusahaan mampu memenuhinya kewajiban jangka pendeknya dan nilai perusahaan juga meningkat. Menurut Selin et al. (2022), semakin likuid perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan kreditur dalam memberikan dananya, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur maupun pada calon investor. Dalam penelitian ini, *Current Ratio* digunakan sebagai alat ukur peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Current Ratio* atau Rasio lancar merupakan rasio yang menggambarkan tingkat kelancaran perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Mia Novianti et al. (2023), Oktaviarni et al (2019), dan Rossa et al. (2023) menyatakan bahwa likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas dikatakan baik apabila perusahaan mampu menggunakan modal dan aktivitasnya dengan baik untuk mendapatkan laba yang maksimal. Mia Novianti et al. (2023), menjelaskan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin menarik minat investor dalam menanamkan saham pada perusahaan tersebut, dengan harapan para investor mendapatkan keuntungan maka nilai perusahaan tersebut akan semakin meningkat. *Return On Asset* (ROA) digunakan sebagai alat ukur peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur presentase kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang dimiliki perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nabila salsa (2022), Oktaviarni et al (2019), dan Rossa et al. (2023) menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur baik dengan *Return On Assets* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Solvabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajiban baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. Semakin tinggi tingkat solvabilitas perusahaan tinggi maka perusahaan tersebut dapat mengalami kerugian yang menyebabkan nilai suatu perusahaan menurun. Dalam penelitian ini *Debt to Equity Ratio* digunakan sebagai alat ukur peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh solvabilitas terhadap nilai perusahaan. Menurut Timoteus (2023), *Debt to Equity Ratio* menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar, semakin kecil rasio maka semakin baik. Sebaliknya, semakin besar rasio maka semakin besar risiko kebangkrutan perusahaan. *Debt to Equity Ratio* merupakan alat yang digunakan untuk menilai liabilitas dengan ekuitas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nabila salsa (2022) dan Arlinda Yunita (2023) menyatakan bahwa solvabilitas yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan pada dasarnya pengelompokan perusahaan kedalam kategori yaitu perusahaan kecil, sedang, dan besar. Menurut Rossa et al. (2023), Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Ukuran Perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar total aset dan nilai aset yang dimiliki perusahaan dapat memengaruhi kegiatan operasional perusahaan dalam meningkatkan laba, akan mempermudah perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan lainnya, dan dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Dalam penelitian ini Firm Size dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset digunakan sebagai alat ukur peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Aji (2023), Dewi & Ekadjaja (2020), dan Rossa et al. (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan Firm Size berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## 2. METODE PENELITIAN

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari Rasio Likuiditas (*Current Ratio*), Rasio Profitabilitas (*Return On Assets*), Rasio Solvabilitas (*Debt To Equity Ratio*), dan Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) dan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (*Price To Book Value*) pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2023.

Menurut Sugiyono (2022), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana penentuan sampel diambil dengan pertimbangan dan kriteria tertentu yang harus dipenuhi. Oleh karena itu sampel sengaja ditentukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti demi didapatkannya sampel yang *representative*. Adapun kriteria pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut :

- Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap dalam periode tahun 2019- 2023.
- Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang tidak mengalami kerugian dalam periode tahun 2019-2023.
- Perusahaan yang tidak outlier. Menurut Ghozali (2021:52) Outlier adalah kasus data atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau variabel kombinasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:23) data kuantitatif adalah data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan Perusahaan Manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode tahun 2019- 2023 diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu <https://www.idx.co.id> dan website resmi masing-masing perusahaan.

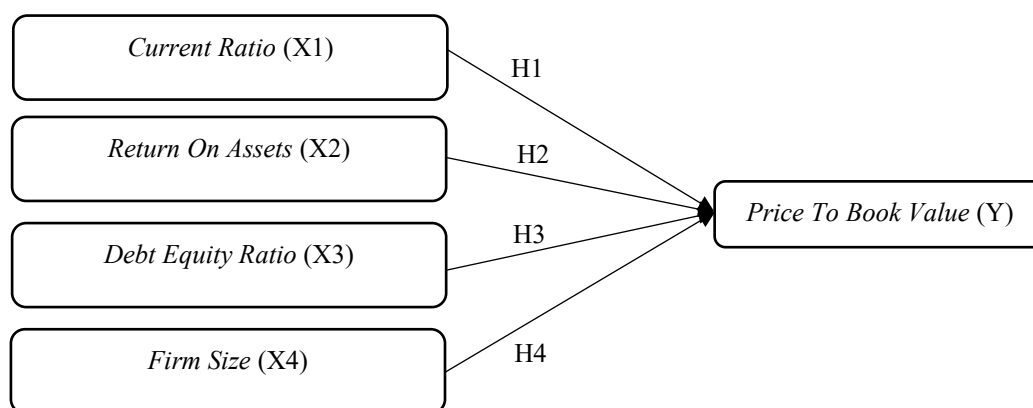
Alat uji yang digunakan meliputi uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji hipotesis meliputi uji statistik parsial (uji t). Model dari persamaan regresi linear berganda, sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (1)$$

Keterangan:

Y	: <i>Price To Book Value</i>
A	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien regresi
X1	: <i>Current Ratio</i>
X2	: <i>Return On Assets</i>
X3	: <i>Debt Equity Ratio</i>
X4	: <i>Firm Size</i>
e	: Standar error

Berdasarkan telaah pustaka yang telah diuraikan, maka dapat dikembangkan suatu model penelitian dengan *Brand Image*, Promosi dan Kualitas Produk sebagai variabel independen, serta Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen dependen (Al umar & Nur Savitri, 2020). Model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

## 2.1 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan yang belum terbukti menerangkan fakta-fakta atau suatu fenomena tertentu dan juga merupakan jawaban yang memungkinkan terhadap sebuah pertanyaan riset. Maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

a. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Menurut M. Johan & Dwi (2021:38) rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kebutuhan jangka pendeknya. Hal tersebut dapat memberikan dampak besar terhadap nilai perusahaan dihadapan para investor dalam mengambil keputusan. Semakin tinggi rasio likuiditas maka nilai perusahaan semakin tinggi. Tingginya nilai perusahaan menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menarik calon investor untuk menanamkan modalnya. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putra, A. N. D. A., & Lestari, 2016), (Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, 2019) dan (Dewi, V. S., & Ekadjaja, 2020), (Rossa et al., 2023), serta Khosyi (2022) menyatakan bahwa likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, (Selin et al., 2022), (Wahyu Aji Santoso, 2023), (Nabila Salsa Firliyani., 2022) menyatakan bahwa likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1 : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

b. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Menurut Timoteus (2023) Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya. Semakin tinggi profitabilitas menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dalam memperoleh target laba yang sudah ditetapkan dengan menggunakan aktiva dan modal yang dimiliki perusahaan secara optimal. Dengan tingginya profitabilitas maka nilai perusahaan juga meningkat dan dapat memberikan kepercayaan yang besar terhadap investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Febrilia Eka Pratiwi., 2022), (Putra, A. N. D. A., & Lestari, 2016), dan (Nabila Salsa Firliyani., 2022), (Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, 2019), Iman *et al* (2021), Setyadi & Iskak (2020), (Dewi, V. S., & Ekadjaja, 2020), Arlinda Yunita (2023), Rossa *et al* (2023) Novari & Lestari (2016), Khosyi (2022), menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur baik dengan *Return On Assets (ROA)* atau *Return On Equity (ROE)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan (Timoteus, 2023), Wahyu Aji (2023), (Farizki, F., I., Suhendro., dan Masitoh, 2021) profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

c. Pengaruh Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Solvabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melunasi semua kewajibannya. Menurut Kasmir (2019: 112) Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Semakin tinggi hutang perusahaan maka semakin besar kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan. Tingginya tingkat solvabilitas dapat memiliki kerugian yang lebih besar dan dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat membuat investor sangat berhati-hati dalam membuat pertimbangan penilaian saham dan berinvestasi, karena investor cenderung menghindari risiko. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa solvabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Febrilia Eka Pratiwi., 2022), (Nabila Salsa Firliyani., 2022), (Timoteus, 2023), Arlinda Yunita (2023), dan Khosyi (2022) menyatakan bahwa solvabilitas yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan (Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, 2019),

Setyadi & Iskak (2020), Novari & Lestari (2016), dan (Farizki, F., I., Suhendro., dan Masitoh, 2021) menyatakan bahwa solvabilitas yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio (DER)* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**H3 : Solvabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.**

d. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan atau *firm size* adalah skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, volume penjualan, total penjualan, nilai pasar saham, dan lainnya. Ukuran perusahaan pada dasarnya pengelompokkan perusahaan kedalam kategori yaitu perusahaan kecil, sedang, dan besar. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan yang baik. Semakin besar perusahaan maka semakin besar juga aset yang dimiliki perusahaan, hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dan total aset dan nilai aset yang besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putra, A. N. D. A., & Lestari, 2016), Oktaviarni *et al* (2019), Wahyu Aji (2023), Dewi & Ekadjaja (2020), Rossa *et al* (2023), Novari & Lestari (2016), Farizki *et al* (2021), Khosyi (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Lumoly *et al* (2018) dan Febrilia Eka (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *Firm Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Definisi operasional variabel, Menurut *Brand image is the set of beliefs, ideas, and impressions that a person holds regarding an object.* Artinya, sekumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu merek.. Indikator *Brand Image* menurut Keller, K. L., & Kotler (2022); 1) *Brand identity*; 2) *Brand Personality*; 3) *Brand Asosiasi*; 4) *Brand Attitude and Behavior*; 5) *Brand Benefit And Competence*; 6) *Favorability Of Brand*. Kinnear dan Kenneth dalam Setyaningrum (2015), mendefinisikan promosi sebagai sebuah mekanisme komunikasi pemasaran, pertukaran informasi antara pembeli dan penjual. Indikator promosi menurut Alma (2016): 1) Periklanan; 2) Promosi; 3) Penjualan; 4) Penjualan Perseorangan; 5) Hubungan Masyarakat; 6) Penjualan Langsung; 7) Pameran Produk; 8) Pengenalan; 9) Program Promosi. Menurut Feingenbaum (2015) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan. Indikator kualitas produk menurut Keller, K. L., & Kotler (2022): 1) Kinerja; 2) Keistimewaan; 3) Keandalan; 4) Kesesuaian; 5) Daya tahan; 6) Daya Tarik; 7) Ketepatan kualitas. Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Menurut Suryani (2013), indikator Keputusan Pembelian yaitu: 1) Mengetahui akan kebutuhan; 2) Sumber Informasi; 3) Evaluasi; 4) Alternatif; 5) Melakukan Pembelian; 6) Perilaku setelah melakukan pembelian.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1 Hasil Penelitian**

**3.1.1 Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik nonparametrik *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05 dan sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka dinyatakan bahwa data tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yang diolah menggunakan *software SPSS*.

**Tabel 1.** Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	.0000000 1.50441858
Most Extreme Differences <sup>2</sup>	.095 .095 -.053
Test Statistic	.095
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c</sup>

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test* pada Tabel 1, nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,200. Hasil tersebut telah memenuhi kriteria pengujian yaitu  $> 0,05$ , dengan demikian data pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan layak digunakan.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam model regresi penelitian dapat ditentukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Menurut Ghozali (2018), tidak terjadi gejala multikolinieritas apabila nilai *tolerance*  $> 0,100$  dan *VIF*  $< 10,00$ . Hasil pengujian yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CR	,556	1,799
ROA	,652	1,535
DER	,371	2,697
Firm Size	,692	1,446

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa besarnya nilai *tolerance* likuiditas (CR) sebesar 0,556 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,799. Nilai *tolerance* profitabilitas (ROA) sebesar 0,652 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,535. Nilai *tolerance* solvabilitas (DER) sebesar 0,371 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 2,697. Nilai *tolerance* ukuran perusahaan (*Firm Size*) sebesar 0,692 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,446. Berdasarkan penjelasan tersebut likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  dan nilai *VIF*  $\leq 10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi variabel yang sama dari waktu ke waktu. Menurut (Ghozali, 2018) Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Uji autokorelasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW-Test) dimana kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Nilai D-W di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasi positif.
2. Nilai D-W di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
3. Nilai D-W di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasi negatif.

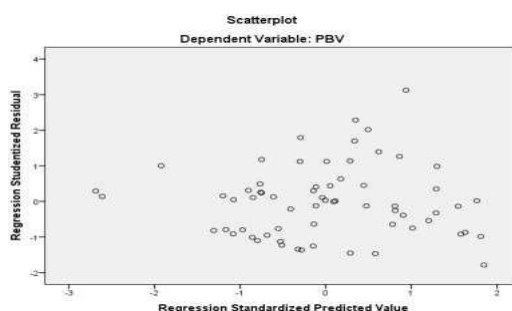
Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,529a	,280	,232	1,55376	,534

Tabel 3. menunjukkan hasil uji autokorelasi dimana diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 0,534. Nilai D-W di antara -2 sampai 2 menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak ada autokorelasi. Dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi karena nilai D-W  $-2 < 0,534 < 2$ .

d. Uji Heteroskedastisitas

Data dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, menyebar kemudian menyempit) pada gambar *scatterplot* terlihat titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2018). Hasil pengujian yang didapatkan adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 3 hasil uji grafik *scatterplot*, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tanpa membentuk pola yang jelas dan menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan hasil disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

3.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui dan menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda berguna untuk menguji hubungan dan pengaruh rasio likuiditas (*Current Ratio*), profitabilitas (*Return On Assets*), solvabilitas (*Debt Equity Ratio*), dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) terhadap nilai perusahaan (*Price To Book Value*). Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS 23 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	
1 (Constant)	5,440	4,148	
CR	-,360	,159	-,334
ROA	18,330	4,660	,534
DER	1,094	,929	,212
Firm Size	-,140	,147	-,126

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang tersaji, maka dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$PBV = 5,440 - 0,360CR + 18,330ROA + 1,094DER - 0,140FIRM SIZE$$

Berdasarkan persamaan regresi dapat diinterpretasikan hasilnya adalah sebagai berikut:

- Nilai  $\alpha$  (konstanta) adalah sebesar 5,440 hal ini menunjukkan apabila seluruh variabel independen yaitu likuiditas (*Current Ratio*), profitabilitas (*Return On Assets*), solvabilitas (*Debt Equity Ratio*), dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) bernilai 0 maka nilai perusahaan bernilai 5,440.
- Nilai koefisien regresi variabel likuiditas (CR) bernilai -0,360. Hal ini menggambarkan hubungan tidak searah atau negatif dimana setiap peningkatan 1 variabel likuiditas (CR) maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,360 dengan asumsi bahwa profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan bernilai tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas (ROA) bernilai 18,330. Hal ini menggambarkan hubungan searah atau positif dimana setiap peningkatan 1 variabel profitabilitas (ROA) maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 18,330 dengan asumsi bahwa likuiditas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan bernilai tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel solvabilitas (DER) bernilai 1,094. Hal ini menggambarkan hubungan searah atau positif dimana setiap peningkatan 1 variabel solvabilitas (DER) maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 1,094 dengan asumsi bahwa likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan bernilai tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (Firm Size) bernilai -0,140. Hal ini menggambarkan hubungan tidak searah atau negatif dimana setiap peningkatan 1 variabel ukuran perusahaan (Firm Size) maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,140 dengan asumsi bahwa likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas bernilai tetap.

3.1.3 Uji Hipotesis

- Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial atau individu variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Melalui Uji t ini akan diketahui bagaimana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan. Adapun Kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikan  $T < 0,05$  maka  $H_a$  diterima sehingga  $H_0$  ditolak. Artinya bahwa variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai signifikan  $T > 0,05$  maka  $H_0$  diterima sehingga  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dibawah ini merupakan hasil uji hipotesis secara parsial dengan menggunakan program SPSS 23 pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,440	4,148		1,312	,195
CR	-,360	,159	-,334	-2,271	,027

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.
	B	Std. Error	d Coefficients Beta		
ROA	18,330	4,660	,534	3,934	,000
DER	1,094	,929	,212	1,178	,244
Firm Size	-,140	,147	-,126	-,953	,344

Berdasarkan tabel hasil uji t adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikan variabel likuiditas (*Current Ratio*) sebesar 0,027. Nilai signifikan bernilai  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima sehingga  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
  2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikan variabel profitabilitas (*Return On Assets*) sebesar 0,000. Nilai signifikan bernilai  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima sehingga  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
  3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikan variabel solvabilitas (*Debt To Equity Ratio*) sebesar 0,244. Nilai signifikan bernilai  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga  $H_0$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
  4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikan variabel ukuran perusahaan (*Firm Size*) sebesar 0,344. Nilai signifikan bernilai  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga  $H_0$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dari hasil regresi berganda menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Menurut (Ghozali, 2018) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Jika koefisien determinasi mendekati 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan, jika koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dengan menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Adjusted R square*, karena memiliki lebih dari dua variabel. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 23 pada Tabel sebagai berikut:

**Tabel 6.** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,529 <sup>a</sup>	,280	,232	1,55376

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* yang dihasilkan sebesar 0,232. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan sebesar 0,232 atau sebesar 23%, sedangkan sisanya 77% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### 3.2 Pembahasan

#### 3.2.1 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa variabel likuiditas yang diprosikan menggunakan *Current Ratio* (CR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana thitung sebesar -2,271 dengan tingkat signifikan sebesar 0,027. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,05 maka  $H_1$  Diterima dan pada dapat disimpulkan bahwa secara parsial likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa likuiditas yang diprosikan menggunakan *Current Ratio* (CR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dimana semakin tinggi tingkat likuiditas dapat menurunkan nilai perusahaan. Begitu juga sebaliknya, apabila tingkat likuiditas menurun dapat menaikkan nilai perusahaan. Likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan memanfaatkan aset lancar perusahaan. Semakin banyak dana yang dimiliki perusahaan maka semakin mampu perusahaan tersebut dalam membayar utang jangka pendek perusahaan, oleh karena itu perusahaan dikatakan likuid. Perusahaan yang likuid dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya karena investor menganggap bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja keuangan yang baik. Sehingga dapat meningkatkan permintaan saham perusahaan yang menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat.

#### 3.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana thitung sebesar 3,934 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikan yaitu 0,05 maka H2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrilia Eka (2022) hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang dapat meningkatkan profitabilitasnya setiap tahun cenderung dapat memperoleh laba yang besar sehingga dapat menggambarkan kinerja perusahaan tersebut baik, dan meningkatkan kepercayaan terhadap investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Investor mempercayai perusahaan karena mampu menghasilkan profit yang besar karena keuntungan yang diperoleh juga besar, sehingga hal tersebut dapat memberikan sinyal positif terhadap investor.

### 3.2.3 Pengaruh Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa variabel solvabilitas yang diproksikan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana thitung sebesar 1,178 dengan tingkat signifikan sebesar 0,244. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikan yaitu 0,05 maka H3 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Hasil penelitian ini menunjukkan solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Solvabilitas adalah yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melunasi semua kewajibannya. Solvabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang menggunakan ekuitas atau modal sendiri. Perusahaan yang memiliki dana yang cukup dapat membiayai aktivitya yang diperoleh dari modal sendiri yang berasal dari modal saham atau laba ditahan, sehingga dapat membuat perusahaan mengurangi jumlah utangnya. Semakin tinggi atau rendahnya solvabilitas yang dimiliki perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan mampu melunasi utangnya dan mendanai aktivitya menggunakan modal sendiri. Hal tersebut tidak memengaruhi persepsi pasar dan nilai perusahaan yang diukur menggunakan harga saham.

### 3.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dilihat bahwa variabel ukuran perusahaan yang diproksikan menggunakan *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dimana thitung sebesar -0,953 dengan tingkat signifikan sebesar 0,344. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikan yaitu 0,05 maka H4 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Hasil penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan atau *firm size* adalah skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar total aset perusahaan tidak menjamin perusahaan tersebut mendapatkan laba yang besar dan semakin kecil total aset perusahaan akan mendapatkan laba yang kecil berbeda dengan adanya tingginya tingkat penjualan maka akan menaikkan laba sehingga nilai perusahaan juga meningkat. Dalam menanamkan modalnya investor tidak hanya melihat besar kecilnya suatu perusahaan namun juga melihat kinerja keuangan perusahaan apakah dalam kondisi baik atau tidak. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset tidak memengaruhi nilai perusahaan, karena nilai perusahaan melihat dari aspek lainnya seperti laba bersih yang diterima perusahaan karena naiknya tingkat penjualan serta melihat baik atau tidaknya kinerja keuangan perusahaan.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan mengenai pengaruh likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Likuiditas (*Current Ratio*) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan; 2) Profitabilitas (*Return On Assets*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; 3) Solvabilitas (*Debt To Equity Ratio*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; 4) Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan dalam penelitian maka terdapat beberapa saran yang akan diberikan oleh peneliti sebagai berikut: 1) Bagi Peneliti Selanjutnya, Peneliti berikutnya diharapkan menggunakan rentang waktu yang lebih lama dan memperluas sampel penelitian agar hasil pengujian lebih akurat dan representative. Diharapkan menggunakan lebih banyak variabel seperti kebijakan dividen, struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan lainnya yang lebih berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan; 2) Bagi Perusahaan, Diharapkan perusahaan khususnya perusahaan sub sektor makanan dan minuman dapat lebih memperhatikan pengelolaan dan pengalokasian dana, melakukan evaluasi dan penilaian terhadap likuiditas yang dimilikinya agar dampak dari naik turunnya likuiditas tidak terlalu memengaruhi nilai perusahaan, serta meningkatkan laba perusahaan dengan cara meningkatkan tingkat penjualan yang berguna untuk menarik minat investor supaya menanamkan modalnya di perusahaan sehingga nilai perusahaan juga meningkat; 3) Bagi Investor, Bagi Investor yang ingin menanamkan modalnya, sebaiknya mencari informasi mengenai perusahaan terkait semua aspek baik

keuangan maupun non keuangan sebagai pedoman untuk pengambilan keputusan. Karena dengan melihat semua aspek, investor akan mengetahui perusahaan tersebut dalam kondisi baik atau tidak.

## REFERENCES

- Al umar, A. ulil albab, & Nur Savitri, A. S. (2020). Analisis Pengaruh Roa, Roe, Eps Terhadap Harga Saham. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 4(2). <https://doi.org/10.25139/jaap.v4i2.3051>
- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan* (Anggota Ikatan Penerbitan Indonesia. (ed.)). Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010*.
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 118–126.
- Farizki, F., I., Suhendro., dan Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economics and Business.*, 5(1).
- Febriela Eka Pratiwi. (2022). *Pengaruh leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020*. Universitas Gunadarma.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2023). *Analisis Laporan Keuangan (2023rd ed.)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). *Branding in B2B firms*. Edward Elgar Publishing.
- Mia Novianti, Dirvi Surya Abbas, & Triana Zuhrotun Aulia. (2023). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 56–66. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2276>
- Nabila Salsa Firliyani. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021*. Universitas Gunadarma.
- Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, B. (2019). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1–16.
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan*. Universitas Udayana.
- Rossa, P. A. E., Susandya, A. A. P. G. B. A., & Suryandari, N. N. A. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Perbankan di BEI 2019-2021. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 5(1), 88–99.
- Selin, L., Sri, M., & Victoria N, U. (2022). *Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 73. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39399>
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suryandari, N. N. A., Susandaya, A. A. P. G. B. A., & Wijaya, I. G. W. E. W. (2021). Faktor Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai. *Jurnal AKSES*, 13(2), 102–117.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Timoteus, J. (2023). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022*. Universitas Gunadarma.
- Wahyu Aji Santoso. (2023). *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022*. Universitas Gunadarma.