

**ANALISIS PENGARUH SALES GROWTH, DEBT TO EQUITY RATIO,
PROFITABILITAS, DAN EARNING PER SHARE TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Belinda Stevani

email: belindastevani25@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, dan *earning per share* terhadap nilai perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Indonesia. Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 52 perusahaan dan sampel berjumlah 39 perusahaan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penarikan data dengan kriteria perusahaan yang tergolong dalam Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia dengan IPO sebelum tahun 2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, dan *earning per share* memiliki kemampuan sebesar 60,9 persen dalam menjelaskan perubahan pada nilai perusahaan, sementara sisanya 39,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Penelitian ini membuktikan *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, dan *earning per share* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, *earning per share*, nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Perusahaan yang mampu memaksimalkan nilai perusahaan ditunjukkan dengan harga saham yang dimiliki oleh para pemegang saham juga akan ikut naik. Harga saham tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar untuk melakukan investasi saat ini maupun prospek perusahaan di masa mendatang. Dalam menciptakan nilai perusahaan yang baik di mata investor terdapat beberapa indikator yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan yaitu *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, dan *earning per share*.

Sales growth menjadi salah satu faktor penting dalam menilai pencapaian perusahaan di masa lalu dan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki *sales growth* tinggi mengindikasikan bahwa pendapatan perusahaan semakin meningkat sehingga dapat menjadi daya tarik bagi para investor, sehingga nilai perusahaan juga meningkat.

Debt to equity ratio menjadi salah satu faktor penilaian kondisi keuangan perusahaan yang dapat mempengaruhi investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan. Perusahaan dengan *debt to equity ratio* tinggi menunjukkan utang tinggi dibandingkan ekuitas sehingga investor beranggapan semakin tinggi utang maka semakin berisiko suatu investasi yang akan mempengaruhi rendahnya nilai perusahaan.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Ukuran profitabilitas yang diperoleh dapat mempengaruhi pandangan investor dalam melakukan pembelian saham. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan sehingga berpengaruh tingginya nilai perusahaan.

Earning per share menunjukkan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh investor setiap lembar saham. Perusahaan dengan *earning per share* tinggi menunjukkan laba yang diperoleh semakin besar sehingga kemungkinan perusahaan membagikan dividen kepada para investor juga semakin besar yang dapat meningkatkan investor untuk menginvestasikan dananya ke dalam perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan dilakukan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pangaruh *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, dan *earning per share* terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia.

KAJIAN TEORITIS

1. Nilai perusahaan

Tujuan utama perusahaan *go public* adalah mendapatkan modal tambahan dari para investor sehingga dengan dana tersebut perusahaan dapat melakukan ekspansi bisnis yang lebih besar. Nilai perusahaan bagi investor dapat menjadi indikator keberhasilan perusahaan yang artinya apabila nilai perusahaan meningkat maka kemakmuran *stakeholders* atau pemegang saham juga meningkat. Menurut Djaja (2018: 3): Indikator perusahaan dalam mempertahankan investor baik para pemegang saham, pemberi utang, maupun pemegang kepentingan lainnya adalah dengan menciptakan dan merealisasikan nilai perusahaan. Untuk menciptakan dan merealisasikan nilai perusahaan, perusahaan perlu menentukan

bagaimana memetakan, menciptakan, mengukur, hingga akhirnya merealisasikan nilai perusahaan tersebut.

Pandangan investor terhadap nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya harga saham. Menurut Harmono (2011: 50): Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar yang merefleksikan penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Pendapat ini searah dengan Wardhany, Hermuningsih, dan Wiyono (2019) yang menyatakan bahwa maksimalnya nilai perusahaan tercermin pada harga saham yang tinggi. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat memakmurkan pemegang saham untuk melakukan investasi, begitu juga sebaliknya.

Nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *price to book value*. *Price to book value* merupakan rasio yang membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Fahmi (2020: 84): *price to book value* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Market\ Price\ per\ Share}{Book\ Value\ per\ Share}$$

2. Sales growth

Pertumbuhan perusahaan menunjukkan kinerja yang baik salah satunya dalam pengelolaan penjualan yang dimiliki dan kepastian akan keberlangsungan perusahaan di masa mendatang sehingga dapat memberikan sinyal positif kepada investor. Menurut Harahap (2010: 309): Pengukuran pertumbuhan perusahaan dapat menggunakan *sales growth* yang merupakan perbandingan penjualan setiap tahun. Dengan adanya *sales growth*, perusahaan dapat menilai pencapaian perusahaan di masa lalu dan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa mendatang. Menurut Febriyanto (2018): Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan tinggi menandakan perusahaan memiliki pertumbuhan yang baik. Kondisi ini memberikan dampak yang diinterpretasikan secara positif oleh investor sebagai perusahaan yang memiliki prospek yang bagus untuk masa depan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Budiman (2018: 38): Pertumbuhan penjualan merupakan faktor penting bagi perusahaan, dikarenakan bisnis adalah penjualan, tidak terdapat penjualan berarti tidak terdapat bisnis. Sedangkan menurut Putri dan Rahyuda (2020): Pertumbuhan penjualan berarti perusahaan telah menjual produknya secara

efektif dan efisien karena telah mampu memberikan pengembalian atas investasi yang dilakukan. Oleh sebab itu, perusahaan harus mengusahakan tingkat *sales growth* yang positif dari setiap periode sehingga memberikan sinyal yang baik untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, begitu juga sebaliknya. Ini searah dengan penelitian Febriyanto (2018) yang menyatakan bahwa “*The results of research known that sales growth had a positive effect on the value of the firm.*” Hasil penelitian tersebut juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Putri dan Rahyuda (2020).

Sales growth merupakan rasio pertumbuhan yang membandingkan penjualan perusahaan setiap tahun. Menurut Harahap (2010: 309): *sales growth* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Sales growth} = \frac{\text{Penjualan Tahun Berjalan} - \text{Penjualan Tahun Sebelumnya}}{\text{Penjualan Tahun Sebelumnya}}$$

Berdasarkan kajian teoritis mengenai *sales growth*, penulis menarik sebuah hipotesis, yaitu:

H₁ : *Sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. *Debt to equity ratio*

Untuk menilai perusahaan dikatakan baik atau tidaknya dapat dilihat dari perspektif keuangan internal perusahaan yaitu pengukuran dengan *debt to equity ratio*. Menurut Kasmir (2019: 159): *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan modal sendiri. Rasio ini berguna untuk mengetahui setiap jumlah ekuitas yang dijadikan untuk jaminan utang. Sedangkan menurut Djaja (2018: 82): *Debt to equity ratio* menunjukkan total utang dengan ekuitas dalam perusahaan. Perusahaan dikatakan aman apabila memiliki *debt to equity ratio* yang lebih rendah. Pendapat ini searah dengan Wardhany, Hermuningsih, dan Wiyono (2019) yang mengatakan semakin rendah *debt to equity ratio* maka perusahaan memiliki risiko yang rendah apabila kondisi ekonomi perusahaan merosot.

Dengan penggunaan ekuitas yang lebih tinggi menunjukkan penggunaan utang lebih rendah mengakibatkan beban yang harus dibayar oleh perusahaan yang berupa beban bunga dan pokok pinjaman juga semakin rendah sehingga perusahaan menjadi lebih mudah untuk menarik investor yang mengakibatkan nilai perusahaan juga

meningkat. Ini searah dengan penelitian Simorangkir (2019): “*Debt to equity ratio affects the value of the company received. The higher the debt to equity ratio, the lower the value of the company.*” Hasil penelitian tersebut juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Wardhany, Hermuningsih, dan Wiyono (2019) yang menyatakan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Debt to equity ratio merupakan rasio yang membandingkan utang perusahaan dengan modal perusahaan. Menurut Kasmir (2019: 160): *debt to equity ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

Berdasarkan kajian teoritis mengenai *debt to equity ratio*, penulis menarik sebuah hipotesis, yaitu:

H₂ : *Debt to equity ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

4. Profitabilitas

Dalam menarik perhatian investor untuk mau menanamkan modal ke dalam perusahaan, perlu diperhatikan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profitabilitas. Menurut Kasmir (2019: 198): Profitabilitas merupakan rasio penilaian kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan memberikan ukuran tingkat efisiensi manajemen perusahaan.

Tingkat profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan menjadi gambaran bagi investor untuk mengukur seberapa mampu perusahaan dalam memperoleh laba dari proses operasional yang telah dilaksanakan. Menurut Sylvia, Maksun, dan Badaruddin (2021): Tingkat profitabilitas yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan telah memanfaatkan sepenuhnya kebijakan keuangan dan keputusan operasional yang ada. Menurut Kontesa (2015): Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya ke dalam perusahaan. Dengan tingkat profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan maka menciptakan *return* yang tinggi bagi para pemegang saham yang secara langsung menciptakan nilai perusahaan yang meningkat. Ini searah dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rizqia, Aisjah, dan Sumiati (2013): “*profitability has a*

positive effect on firm value.” Hasil Penelitian tersebut juga didukung penelitian yang dilakukan Kontesa (2015).

Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return on asset*. *Return on asset* merupakan rasio yang membandingkan laba bersih dengan total aset perusahaan. Menurut Djaja (2018: 79): *return on asset* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Asset}}$$

Berdasarkan kajian teoritis mengenai profitabilitas, penulis menarik sebuah hipotesis yaitu:

H₃ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

5. *Earning per share*

Dalam menetapkan keputusan investasi perlu memahami laba yang akan diperoleh dari saham yang dibeli oleh para investor, apakah saham tersebut memiliki prospek yang baik atau tidak di masa mendatang. Menurut Fahmi (2020: 83): “*Earning per share* merupakan bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.” *Earning per share* merepresentasikan jumlah uang yang akan diterima oleh para pemegang saham atas setiap lembar saham yang dimilikinya saat pembagian keuntungan saham yang beredar pada akhir tahun.

Menurut Puspitaningtyas (2015: 145): investor akan tertarik menanamkan modalnya ke dalam perusahaan apabila memiliki tingkat *earning per share* yang besar. Sedangkan menurut Suparno dan Ramadini (2017): Perusahaan yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan apabila memiliki *earning per share* yang terus meningkat. Dengan semakin tingginya *earning per share* yang dimiliki perusahaan, maka semakin menguntungkan untuk berinvestasi di dalamnya yang menyebabkan banyak investor tertarik untuk menanamkan modal mereka ke dalam perusahaan yang secara langsung akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Marlina (2013) yang mengemukakan bahwa *earning per share* berpengaruh positif terhadap *price to book value*. Hasil penelitian tersebut juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Suparno dan Ramadini (2017) yang mengemukakan bahwa *earning per share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Earning per share merupakan rasio yang membandingkan laba bersih dengan jumlah saham beredar perusahaan. Menurut Fahmi (2020: 83): *earning per share* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{EPS} = \frac{\text{EAT}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Berdasarkan kajian teoritis mengenai *earning per share*, penulis menarik sebuah hipotesis yaitu:

H₄ : *Earning per share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Data dalam penelitian ini adalah data sekunder dan bersifat kuantitatif. Teknik pengumpulan data adalah kajian dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 52 perusahaan dan sampel berjumlah 39 perusahaan dengan teknik penarikan sampel yaitu *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan yang melakukan IPO sebelum tahun 2015.

PEMBAHASAN

Berikut disajikan tabel statistik deskriptif:

TABEL 1
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SG	195	25,0207	-,8357	24,1850	,188237	1,7569415
DER	195	18,9999	-5,0230	13,9769	,959313	1,5667497
ROA	195	3,5620	-2,6410	,9210	,062030	,2597668
EPS	195	40326,7341	-1626,2624	38700,4717	1175,984635	5624,5332881
PBV	195	83,6171	-1,1727	82,4444	5,743064	11,9837315
Valid N (listwise)	195					

Sumber: Data Olahan, 2021

Tahap pengujian berikutnya dengan uji asumsi klasik, dimana uji asumsi klasik yang dilakukan berupa uji normalitas dengan metode *Kolmogorov Smirnov*, uji autokorelasi dengan metode Durbin Watson, uji heteroskedastisitas dengan metode *Spearman Rho*, dan uji multikolinearitas. Pengujian pada tahap awal ditemukan ada permasalahan pada normalitas dan autokorelasi sehingga dilakukan eliminasi dan

transformasi. Hasil pengujian pada tahap selanjutnya menunjukkan bahwa telah memenuhi kriteria dalam pengujian asumsi klasik.

Analisis selanjutnya yaitu uji korelasi berganda. Hasil uji korelasi dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

TABEL 2
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
HASIL UJI KORELASI BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,788 ^a	,620	,609	1,06678	1,883

a. Predictors: (Constant), Lag_EPS, Lag_SG, Lag_ROA, Lag_DER

b. Dependent Variable: Lag_PBV

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui nilai R yang diperoleh yaitu sebesar 0,788. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, dan *earning per share* memiliki hubungan yang kuat dengan nilai perusahaan. Hubungan yang kuat dikarenakan nilai R dihasilkan berada pada rentang 0,600 hingga 0,799.

Analisis data selanjutnya, yaitu uji koefisien determinasi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel Tabel 2, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* yang dihasilkan adalah sebesar 0,609 atau sebesar 60,9 persen. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *sales growth*, *debt to equity ratio*, profitabilitas, dan *earning per share* yang digunakan di dalam penelitian ini memiliki kemampuan sebesar 60,9 persen dalam menjelaskan perubahan pada nilai perusahaan. Sementara sisanya 39,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Analisis data selanjutnya, yaitu uji F. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

TABEL 3
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
HASIL UJI F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	245,330	4	61,333	53,894	,000 ^b
Residual	150,219	132	1,138		
Total	395,549	136			

a. Dependent Variable: Lag_PBV

b. Predictors: (Constant), Lag_EPS, Lag_SG, Lag_ROA, Lag_DER

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 53,894. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sudah layak untuk dianalisis sebab nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Analisis data terakhir, yaitu uji t. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

TABEL 4
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI
HASIL UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,080	,171		-,469	,640
	Lag_SG	-,173	,062	-,232	-2,814	,006
	Lag_DER	1,266	,248	,481	5,102	,000
	Lag_ROA	24,851	1,794	,904	13,849	,000
	Lag_EPS	,000	,000	-,320	-5,342	,000

a. Dependent Variable: Lag_PBV

Sumber: Data Olahan, 2021

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa nilai signifikansi *sales growth* sebesar 0,006 dan nilai t_{hitung} yaitu sebesar -2,814. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sebab nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($-2,814 < -1,978$).

Hasil uji pada variabel *debt to equity ratio* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,102. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa *debt to equity ratio* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. sebab nilai signifikansi yang

diperoleh lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($5,102 > 1,978$).

Hasil uji pada variabel profitabilitas (*return on asset*) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{hitung} yaitu sebesar 13,849. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebab nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($13,849 > 1,978$).

Hasil uji pada variabel *earning per share* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t_{hitung} sebesar -5,342. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa *earning per share* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sebab nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($-5,342 < -1,978$).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis dapat menarik kesimpulan, yaitu *sales growth* dan *earning per share* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *Debt to equity ratio* dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Peneliti memberikan saran bagi penelitian selanjutnya dengan objek penelitian Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi dengan kurun waktu yang sama untuk mempertimbangkan *investment opportunity set* dan *intellectual capital* ke dalam pengujian.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Raymond. 2018. *Rahasia Analisis Fundamental Saham*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Djaja, Irwan. 2018. *All About Corporate Valuation: Memetakan, Menciptakan, Mengukur, dan Merealisasikan Nilai Perusahaan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fahmi, Irham. 2020. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Febriyanto, Fery C. 2018. "The Effect of Leverage, Sales Growth, and Liquidity to the Firm Value of Real Estate and Property Sector In Indonesia Stock Exchange." *Economics and Accounting Journal*, vol. 1, no. 3, hal. 198-205.

- Harahap, Sofyan S. 2010. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kontesa, Maria. 2015. "Capital Structure, Profitability, and Firm Value. What's New?." *Journal of Finance and Accounting*, vol. 6, no. 20, hal. 185-192.
- Marlina, Tri. 2013. "Pengaruh Earning Per Share, Return On Equity, Debt To Equity Ratio, dan Size terhadap Price To Book Value." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, vol. 1, no. 1, hal. 59-72.
- Puspitaningtyas, Zarah. 2015. *Prediksi Risiko Investasi Saham*. Yogyakarta: Griya Pandiva.
- Putri, I Gusti A.P.T., dan Henny Rahyuda. 2020. "Capital Structure and Sales Growth on Firm Value With Profitability As Mediation." *International Research Journal of Management, IT, & Social Sciences*, vol. 7, no. 1, hal. 145-155.
- Rizqia, Dwita A., Siti Aisjah, dan Sumiati. 2013. "Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value." *Research Journal of Finance and Accounting*, vol. 4, no. 11.
- Simorangkir, Rona T.M.C. 2019. "Factors Influence Firm Value." *European Journal of Business and Management*, vol. 11, no. 6.
- Suparno dan Ristika Ramadini. 2017. "Pengaruh Intellectual Capital dan Earning Per Share terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014)." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 6, no. 1, hal. 710-718.
- Sylvia, Azhar Maksum, Badaruddin. 2021. "Analysis of The Effect of Profitability, Leverage, and Liquidity on Firm Value With Sustainability Report Disclosure As Moderating Variable In Service Companies Listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) In 2013-2017." *International Journal Public Budgeting, Accounting and Finance*, vol. 4, no. 1.
- Wardhany, Devi D.A., Sri Hermuningsih, dan Gendro Wiyono. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tergabung Dalam LQ45 Pada Periode 2015-2018)." *Ensiklopedia Social Review*, vol. 1, no. 3, hal. 374-382.