



## Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Terhadap Nilai perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating

Miko Setiawan<sup>1\*</sup>, Sri Hermuningsih<sup>2)</sup>, Risal Rinofah<sup>3)</sup>

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email : [mikosetiawan1403@gmail.com](mailto:mikosetiawan1403@gmail.com)<sup>1)</sup>, [hermuningsih@ustjogja.ac.id](mailto:hermuningsih@ustjogja.ac.id)<sup>2)</sup>,  
[risal.rinofah@ustjogja.ac.id](mailto:risal.rinofah@ustjogja.ac.id)<sup>3)</sup>

### ABTRACT

*This study analyzed the effects of profitability and leverage on firm value, alongside the moderating role of firm size. A purposive sample of 30 food and beverage companies on the IDX for the 2020–2024 period (150 observations) was selected and analyzed using Moderated Regression Analysis (MRA). The results indicated that profitability had a positive but insignificant effect on firm value. In contrast, leverage significantly and positively enhanced firm value. Furthermore, the MRA test demonstrated that firm size significantly strengthened the impact of both profitability and leverage on firm value. In conclusion, investors during 2020–2024 prioritized functional operational aspects over short-term earnings. Debt is perceived as a positive expansion signal, though the effectiveness of both signals heavily relies on the company's asset scale. Large-scale management should cautiously manage profits, while investors are advised to evaluate returns relative to firm size.*

**Keywords:** Profitability, Leverage, Firm Value, Firm Size, Food and Beverage

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan, serta peran ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh sampel 30 perusahaan *food and beverages* di BEI periode 2020-2024 (150 data observasi) yang diuji dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, *leverage* berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Uji MRA membuktikan ukuran perusahaan secara signifikan memperkuat pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Simpulannya, investor periode 2020-2024 lebih sensitif terhadap aspek fungsional operasional ketimbang laba jangka pendek. Utang dinilai sebagai sinyal ekspansi positif, di mana efektivitas kedua sinyal tersebut sangat bergantung pada skala aset (*going concern*) perusahaan. Manajemen skala besar diimbau berhati-hati mengelola laba, sedangkan investor disarankan menilai keuntungan dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan.

**Kata Kunci:** Profitabilitas, *Leverage*, Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Food and Beverage*

## Pendahuluan

Di dunia bisnis yang kompetitif, tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menciptakan kemakmuran bagi para pemegang saham. Dua faktor penting yang diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas dan *leverage*.

Profitabilitas menurut Septiana (2024) menunjukkan seberapa baik manajer mengelola asset perusahaan. Profitabilitas menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan profit berdasarkan penjualan, total asset, dan modal sendiri. Keuntungan yang diperoleh juga menunjukkan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh para pendukung keuangan, sehingga semakin banyak keuntungan yang diperoleh, semakin banyak pengembalian yang akan diterima investor. Oleh karena itu, profitabilitas penting bagi perusahaan sebagai ukuran kemampuan dan kinerja manajemen dalam memperoleh laba selama periode tertentu. Informasi tentang peningkatan profitabilitas perusahaan merupakan sinyal positif yang akan berdampak pada keputusan investasi (Janah & Munandar 2022). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Sari, Kartika Dian (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan Janah & Munandar (2022), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan rasio *Return On Asset (ROA)*.

Di sisi lain, *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Dwipa, Kepramaren, 2020). Menurut Wibowo (2021), hutang yang semakin tinggi dapat menaikkan nilai suatu perusahaan karena adanya biaya bunga pada hutang tersebut yang nantinya dapat mengurangi pembayaran pajak. Penggunaan pendanaan perusahaan dari hutang juga dapat menjadi penyebab peningkatan risiko kebangkrutan pada perusahaan, namun hal tersebut semakin mendorong manajemen dalam efisiensi bekerja agar kebangkrutan tidak terjadi (Anggraeni dan Sulhan, 2020). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Rahmadani, Sagala, & Barokah (2022) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan pada penelitian Dwipa, Kepramaren (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan rasio *Debt Equity Rasio (DER)*

Ukuran Perusahaan juga dianggap sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan

perusahaan mengalami peningkatan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas atau jumlah aset yang dimiliki perusahaan tersebut (Bitu et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari (Rosihana, 2023) menunjukkan ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian (Syahputri, Mustika, & Ramadhan, 2024) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan rasio *Size*

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi dan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Investor yang berinvestasi dana mereka dipasar modal tidak hanya memiliki tujuan jangka pendek, tetapi juga memperoleh pendapatan jangka panjang. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Bitu, Hermuningsih, & Maulida, 2021), Nilai perusahaan yang baik akan menarik minat para investor untuk berinvestasi. Adanya investasi merupakan kekuatan penggerak utama dari setiap sistem usaha. Untuk melakukan investasi di pasar modal, para investor memerlukan informasi tentang penilaian saham dalam pengambilan keputusan investasi (Mardiana, 2020). Penelitian ini menggunakan rasio *Price to Book Value (PBV)*

Penelitian ini memusatkan perhatian pada subsektor *food and beverage* yang tercatat di bursa efek Indonesia periode 2020 – 2024 sebagai objek kajian utama. Alasan pemilihan subsektor ini Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mengungkapkan sektor industri makanan dan minuman masih menjadi penyumbang terbesar PDB Indonesia pada kuartal pertama 2025. Hal ini diungkap Wakil Menteri Perindustrian Faisol Riza dalam pembukaan pameran business matching "Speciality Indonesia" di Gedung Kemenperin, Senin (4/8/2025). Dia mengatakan, kontribusi industri makanan terhadap PDB non-migas pada kuartal pertama 2025 mencapai 41,15% dan terhadap PDB nasional mencapai 7,2%. Realisasi investasi sektor makanan juga tumbuh signifikan menjadi Rp 22,64 triliun pada kuartal I-2025.

Kinerja unggul ini menjadikan perusahaan-perusahaan *food and beverage* sebagai objek kajian yang menarik dan relevan untuk menganalisis berbagai aspek manajerial dan keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini memusatkan perhatian pada subsektor ini untuk periode 2020 hingga 2024, mencakup masa pasca-pandemi dan tren pertumbuhan terkini, guna memberikan pandangan yang

aktual dan komprehensif mengenai kondisi perusahaan di sektor kunci ini. Meskipun terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji variabel serupa, seperti yang dilakukan oleh Septiana & Zulkifli (2024), penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan (*research gap*) dan memberikan kebaharuan (*novelty*) yang substansial. Perubahan Objek dan Periode Penelitian: Penelitian sebelumnya fokus pada sampel yang berbeda, seperti perusahaan dalam indeks Dar atau LQ45, dengan periode kajian hingga tahun 2022. Sebaliknya, penelitian ini secara spesifik berfokus pada seluruh perusahaan subsektor *food and beverage* yang tercatat di BEI. Selain itu, periode analisis diperbarui dan diperluas dari 2020 hingga 2024, memastikan bahwa temuan penelitian ini mencerminkan dinamika dan kondisi keuangan perusahaan yang paling mutakhir, terutama pasca lonjakan kinerja di tahun 2025 (data Kemenperin). Modifikasi Variabel dan Formula: Untuk meningkatkan relevansi dan ketepatan analisis, penelitian ini memodifikasi proksi variabel yang digunakan. Khususnya, pengukuran *leverage* dalam penelitian ini menggunakan formula Debt to Equity Ratio (DER), berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan formula *Debt to Asset Ratio* (DAR).

### Metode Penelitian

Sifat Penelitian Berdasarkan pada pendekatan analisisnya penelitian ini diklasifikasikan kedalam penelitian kuantitatif. Menurut (Anisa et al., 2021) Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses mendapatkan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat analisisnya. Data-data yang berupa angka tersebut dikumpulkan kemudian dianalisis dan dideskripsikan untuk mendapatkan kesimpulan yang benar. tidak menggunakan wawancara mendalam atau opini (kualitatif), melainkan data objektif yang bisa dihitung seperti laba, utang, harga saham dari laporan keuangan banyak perusahaan, lalu menggunakan rumus matematika dan statistik untuk membuktikan apakah ada hubungan sebab-akibat antar variabel tersebut.

Teori Sinyal *Signaling Theory* adalah konsep yang menjelaskan bagaimana pihak yang memiliki informasi misalnya manajemen perusahaan memberikan isyarat atau sinyal kepada misalnya investor untuk menyampaikan informasi tentang kinerja atau prospek perusahaan. Teori ini berasumsi bahwa ada asimetri informasi, dimana satu pihak memiliki lebih banyak informasi daripada pihak lain. Misalnya Jika rasio Profitabilitas (ROA) tinggi, itu adalah sinyal positif (*good news*). Investor yang menangkap sinyal ini akan berebut membeli saham perusahaan, sehingga harga saham naik dan otomatis Nilai Perusahaan (PBV) juga meningkat.

Populasi Menurut Novianti (2020), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 – 2024

Sampel Menurut Novianti (2020), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang benar-benar diambil datanya untuk diuji Karena tidak semua perusahaan menyediakan data lengkap, Anda menyeleksi menggunakan Purposive Sampling (sampling bersyarat). Sampel pada penelitian ini yaitu laporan keuangan yang sudah *go public* oleh perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 – 2024

Teknik Pengambilan Sampel disebut juga dengan proses dan cara mengambil sampel untuk menduga keadaan suatu populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Teknik *purposive sampling*. Menurut Novianti (2020), *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria sampel untuk penelitian ini sebagai berikut : Perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2020 – 2024, Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan periode 2020 – 2024, Perusahaan yang memiliki laba periode 2020 – 2024, Perusahaan yang tidak memiliki komponen variabel periode 2020 – 2024

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka-angka yang dapat dihitung dan dianalisis secara statistik. Berdasarkan cara memperolehnya, penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau dokumen historis yang telah disusun dalam arsip resmi. Dalam riset ini, data sekunder diambil dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan sub-sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 – 2024. Seluruh data tersebut diunduh melalui situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Objek dalam penelitian ini fokus pada pengujian dan penjelasan fenomena keuangan, yaitu: Variabel Independen: Profitabilitas dan *Leverage*, Variabel Dependen: Nilai Perusahaan, Variabel Moderasi: Ukuran Perusahaan, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah profitabilitas dan *leverage* memengaruhi nilai perusahaan, serta apakah ukuran perusahaan mampu memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah observasi non-partisipan. Melalui metode ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan, pencatatan, dan penelaahan terhadap dokumen serta laporan keuangan publik yang relevan dengan variabel penelitian. Dalam proses ini, peneliti bertindak sebagai pengamat eksternal dan tidak terlibat langsung

dalam aktivitas operasional maupun proses penyusunan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Instrumen Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25. SPSS digunakan sebagai alat bantu untuk mengolah data serta melakukan berbagai pengujian statistik yang diperlukan dalam penelitian, seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, dan pengujian hipotesis. (X1) Profitabilitas diukur pakai *ROA* (Sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari asetnya), (X2) *Leverage* diukur pakai *DER* (Seberapa besar perusahaan didanai oleh utang dibanding modal sendiri), (Y) Nilai Perusahaan diukur pakai *PBV* (Harga pasar saham dibanding nilai buku akuntansinya), (Z) Ukuran Perusahaan diukur pakai *Size* (Skala besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset).

## Hasil Dan Pembahasan

Uji Statistik Deskriptif Menurut Novianti (2020), Analisis statistik deskriptif merupakan proses menganalisis data statistik dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian adalah nilai minimum, nilai maximum, mean (nilai rata-rata), dan standar deviasi.

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	150	.00	.33	.0914	.05883
<i>Leverage</i>	150	.07	4.94	.8173	.69427
Ukuran Perusahaan	150	19.90	32.94	28.9221	2.74440
Nilai Perusahaan	150	.13	.88	.4795	.17753
Valid N (listwise)	150				

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Berdasarkan tabel 1 statistik deskriptif diatas, dapat diketahui sebagai berikut:

### a. Profitabilitas

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa Nilai terendah (Minimum) pada variabel ini adalah 0,00, sementara nilai tertinggi (Maximum) mencapai 0,33. Rata-rata (Mean) tingkat profitabilitas dari seluruh sampel adalah sebesar 0,0914 dengan tingkat sebaran data atau standar deviasi sebesar 0,05883

b. *Leverage*

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai Minimum sebesar 0,07 dan nilai Maximum yang mencapai 4,94. Nilai rata-rata (Mean) *leverage* adalah 0,8173, Standar deviasi sebesar 0,69427.

c. Ukuran Perusahaan

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai Minimum sebesar 19,90 dan nilai Maximum sebesar 32,94. Rata-rata (Mean) dari ukuran perusahaan adalah 28,9221, Nilai standar deviasi sebesar 2,74440

d. Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai paling rendah (Minimum) sebesar 0,13 dan nilai paling tinggi (Maximum) sebesar 0,88. Rata-rata (Mean) nilai perusahaan dari total sampel adalah 0,4795. Dengan standar deviasi sebesar 0,17753

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Memastikan nilai *error* (residual) menyebar merata, tidak menumpuk di satu sisi ekstrem. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan kolmogorov-smirnov. Jika nilai kolmogorov- smirnov lebih besar dari  $\alpha = 0.05$ , maka data normal (Irawati et al., 2021).

Tabel 2. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.17378048
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.045
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui hasil uji *one-sample kolmogorov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas ditujukan memastikan variabel X1 Profitabilitas (ROA) dan X2 *Leverage* (DER) tidak saling bermusuhan atau memiliki hubungan yang terlalu intim (kembar). Jika variabel independen saling mendikte, hasil regresi menjadi rusak. Syarat aman: Nilai VIF < 10. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian tersebut terbebas dari

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Profitabilitas	.929	1.076
<i>Leverage</i>	.929	1.076
Ukuran Perusahaan	.999	1.001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

multikolinieritas. Hal ini dibuktikan dengan nilai tolerance pada setiap variabel > 0,10 dan nilai VIF < 10,00

Uji Heterokedastisitas ialah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai prediksi variabel dependen dengan variabel independen yaitu apabila nilai signifikansi > 0,05.

Tabel 4 Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.035	.091		-.387	.699
Profitabilitas	.228	.148	.130	1.541	.125
<i>Leverage</i>	-.003	.013	-.021	-.249	.804

Ukuran Perusahaan	.005	.003	.144	1.770	.079
-------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: abs\_res

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Berdasarkan tabel 4 hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel independen, yaitu Profitabilitas (0,125), Leverage (0,804), dan Ukuran Perusahaan (0,079) yang semuanya lebih besar dari 0,05.

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t -1 (sebelumnya).

Tabel 5 Uji Autokorelasi

Mode	Adjusted R	Std. Error of the	Durbin-
1	R Square	Estimate	Watson
1	.204 <sup>a</sup>	.042	.022
			.17556
			1.259

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Bedarsarkan tabel 5 uji autokorelasi diperoleh Nilai DW Adalah 1.259, Nilai DL Adalah 1,6914, Nilai DU Adalah 1,7735 Nilai dw Adalah lebih kecil dari nilai dl dan du maka hasil tersebut menunjukkan jika data belum lolos dari asumsi klasik autokorelasi, maka sebagai perbaikan variabel dependen akan di transformasi kedalam lag, dan berikut Adalah hasilnya

Tabel 6 Uji Autokorelasi 2

Mode	Adjusted R	Std. Error of the	Durbin-
1	R Square	Estimate	Watson
1	.241 <sup>a</sup>	.058	.038
			.16240
			2.177

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: lag Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Nilai DW Adalah 2.177, Nilai DL Adalah 1,6914, Nilai DU Adalah 1,7735, Nilai 4-DI Adalah 2,3086, Nilai 4-DU Adalah 2,2265 Berdasarkan uji autokorelasi

menggunakan *Durbin-Watson*, diperoleh nilai DW sebesar 2,177. Jika dibandingkan dengan nilai batas bawah (DL = 1,6914) dan batas atas (DU = 1,7735), serta nilai 4-DU sebesar 2,2265, maka posisi DW berada di antara DU dan 4-DU ( $1,7735 < 2,177 < 2,2265$ ). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi, baik positif maupun negatif dalam model regresi.

Uji Hipotesis

Uji Statistik F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan  $F < 0.05$  maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya.

Tabel 7 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.190	2	.095	3.106	.048 <sup>b</sup>
Residual	4.506	147	.031		
Total	4.696	149			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), *Leverage*, Profitabilitas

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Dapat dilihat bahwa nilai sig yaitu 0,048 lebih kecil dari 0,05, artinya variabel independent Profitabilitas (X1) dan *Leverage* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2024.

Uji Statistik T untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan pengujian yaitu uji-t. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas (profitabilitas, *leverage*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (nilai perusahaan) serta variabel moderating (ukuran perusahaan) secara parsial, dengan ketentuan sebagai berikut: Taraf nyata ( $\infty$ ) = 0,5 Kriteria test : Bila t hitung > t tabel, maka Ho dinyatakan ditolak dan Ha diterima, Bila t hitung < t tabel, maka Ho dinyatakan diterima dan Ha ditolak, Atau bila probabilitas > 0,05, maka Ho diterima, Bila probabilitas < 0,05, maka Ho ditolak

Tabel 8 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.421	.035		11.861	.000
Profitabilitas	.164	.253	.054	.649	.518
Leverage	.053	.021	.209	2.492	.014

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Berdasarkan hasil Uji T pada variabel Profitabilitas (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,518 > 0,05$  selain itu, koefisien regresi (B) sebesar 0,164 menunjukkan arah positif. Maka hipotesis ditolak, artinya variabel Profitabilitas (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2024

Berdasarkan hasil Uji T pada variabel *Leverage* (X2) menunjukkan hasil yang berbeda, dimana diperoleh nilai signifikansinya sebesar  $0,014 < 0,05$ , dan koefisien regresi (B) positif sebesar 0,053. Maka hipotesis diterima artinya variabel *Leverage* (X2) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2024

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya. mengukur seberapa jauh kemampuan model (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik) dalam menerangkan variabel. variabel dependen (nilai perusahaan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 9 Uji R<sup>2</sup>

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.201 <sup>a</sup>	.041	.027	.17508

a. Predictors: (Constant), *Leverage*, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

Dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0.041 atau 4.1%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (X1) dan *Leverage* (X2) mampu memberikan pengaruh terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2024 dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

Uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel terpengaruh dengan variabel yang mempengaruhi yaitu profitabilitas, leverage, terhadap nilai perusahaan. Bentuk persamaan regresi penelitian ini sebagai berikut :

$$Np = a + \beta \text{Profitabilitas} + \beta 2 \text{Leverage} + \varepsilon$$

Keterangan :

- Np : Nilai Perusahaan
- a : Konstanta
- $\beta$  : Koefisien beta dari variable bebas
- Profitabilitas : Profitabilitas
- Leverage* : *Leverage*
- $\varepsilon$  : *Error*

Tabel 10 Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.421	.035		11.861	.000
Profitabilita s	.164	.253	.054	.649	.518
<i>Leverage</i>	.053	.021	.209	2.492	.014

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

$$Np = .421 + .164 \text{Profitabilitas} + .053 \text{Leverage} + .175 \varepsilon$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan bahwa:

- a. Variabel Profitabilitas memiliki koefisien positif. Artinya jika profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat
- b. Varibel *Leverage* memiliki koefisien positif. Artinya jika *leverage* meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat

Uji Moderasi Analisis ini digunakan untuk menguji apakah variabel moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji MRA sebagai pengujian hipotesis moderasi, dimana hipotesis diterima apabila variabel moderasi ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikansi terhadap profitabilitas, leverage dan nilai perusahaan. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian dalam pengujian ini sebagai berikut:

$$Np = a + \beta_1 \text{Profitabilitas} + \beta_2 \text{Leverage} + \beta_3 \text{Pro} * \text{Up} + \beta_4 \text{Lev} * \text{Up} + \epsilon$$

Keterangan :

Np : Nilai Perusahaan

a : Konstanta

$\beta$  : Koefisien beta dari variable bebas

Profitabilitas : Profitabilitas

Leverage : Leverage

Pro\*Up : Interaksi antara profitabilitas dengan ukuran perusahaan

Lev\*Up : Interaksi antara leverage dengan ukuran perusahaan

$\epsilon$  : Error

Tabel 11 Uji Moderasi

Model	Unstandardized		Standardize		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	.539	.016		34.059	.000
Profitabilitas	-1.951	.183	-.647	-10.649	.000
Leverage	-.200	.023	-.782	-8.645	.000
Profit*UP	3.104	.280	.783	11.101	.000
Lev*UP	.352	.036	.974	9.828	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah 2026

$$Np = .539 - 1.951 \text{Profitabilitas} - .200 \text{Leverage} + 3.104 \text{Profit} * \text{UP} + .352 \text{Lev} * \text{UP} + .824 \epsilon$$

Uji moderasi diatas dapat diartikan bahwa :

- a. Variabel Profitabilitas memiliki koefisien negatif. Artinya jika profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan akan menurun
- b. Variabel Leverage memiliki koefisien negatif. Artinya jika leverage meningkat

maka nilai perusahaan akan menurun

- c. Variabel Profit\*UP memiliki nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- d. Variabel *Lev*\*UP memiliki nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

## Pembahasan

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, variabel Profitabilitas (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,518. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yang disyaratkan ( $0,518 > 0,05$ ), dengan koefisien regresi yang menunjukkan arah hubungan positif. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun peningkatan profitabilitas berbanding lurus dengan nilai perusahaan, pengaruhnya terbukti tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini dinyatakan ditolak. Secara teoritis, temuan ini menunjukkan ketidakselarasan dengan *Signaling Theory* (Teori Sinyal). Peningkatan profitabilitas yang dibukukan oleh perusahaan gagal berfungsi sebagai sinyal positif yang kuat untuk menggerakkan harga pasar atau memengaruhi persepsi investor secara kolektif. *Novelty* dari penelitian ini terletak pada fokus dan lini masa pengamatan, yaitu sektor *Food and Beverages* sepanjang tahun 2020-2024. Periode ini dicirikan oleh volatilitas tinggi akibat pandemi covid 19 dan fase pemulihan ekonomi. Kegagalan profitabilitas sebagai sinyal pasar mengindikasikan adanya pergeseran perilaku investor di sektor FnB; pada masa krisis dan pemulihan, investor tidak lagi memprioritaskan laba jangka pendek sebagai acuan utama dalam menilai perusahaan. Pasar ditengarai lebih sensitif terhadap aspek fungsional lain seperti efisiensi biaya operasional, ketahanan rantai pasok, dan kemampuan adaptasi digital perusahaan, ketimbang angka profitabilitas yang tertera di laporan keuangan. Hasil penelitian ini memicu adanya *gap* empiris karena tidak sejalan dengan temuan Anisa et al. (2021), Bitu et al. (2021), Basri dan Sasior (2021), serta Septiana dan Zulkifli (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kendati demikian, temuan ini justru memperkuat argumen dan sejalan dengan penelitian terdahulu dari Sari dan Kartika Dian (2021), Wahyudi (2020), serta Novita et al. (2022), yang secara konklusif juga menyimpulkan bahwa tingkat profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan fluktuasi nilai perusahaan.

### Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji *t*, variabel *Leverage* ( $X_2$ ) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,014, yang lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan ( $0,014 < 0,05$ ). Dengan demikian, hipotesis kedua ( $H_2$ ) dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Secara teoritis, temuan ini memberikan konfirmasi empiris yang kuat terhadap beralurnya *Signaling Theory* (Teori Sinyal). Keputusan perusahaan untuk meningkatkan *leverage* yang dialokasikan demi kepentingan ekspansi bisnis, investasi aset, atau proyek produktif lainnya ditangkap oleh pasar sebagai sinyal positif mengenai prospek pertumbuhan masa depan yang menjanjikan. Investor merespons sinyal optimisme manajemen ini dengan meningkatkan permintaan saham, yang pada gilirannya mendorong penilaian pasar terhadap nilai perusahaan. Titik tekan *novelty* dalam penelitian ini terletak pada fokus pengamatan yang berfokus spesifik pada sektor *Food and Beverages* dalam rentang waktu penuh gejolak ekonomi, yaitu tahun 2020-2024. Sebagian besar literatur terdahulu, seperti yang mendasari studi Septiana & Zulkifli (2024) serta Syahputri, Mustika, & Ramadhan (2024), umumnya mengambil sampel pada korporasi besar berskala makro yang tergabung dalam indeks likuiditas tinggi seperti LQ45 dan Indeks Kompas100 di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada perusahaan multi-sektor yang mapan di indeks tersebut, peningkatan *leverage* adalah hal yang lumrah. Namun, penelitian ini berhasil membuktikan bahwa bagi industri FnB yang sangat sensitif terhadap perubahan daya beli dan disrupsi rantai pasok selama periode krisis-pemulihan 2020-2024, penambahan utang justru dinilai sebagai langkah strategis yang agresif dan kalkulatif untuk bertahan sekaligus tumbuh. Keberanian manajemen FnB melakukan *leverage* di tengah ketidakpastian pasar memberikan sinyal kredibel yang direspons secara positif oleh para pemegang saham. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan Septiana & Zulkifli (2024) serta Syahputri et al. (2024), melainkan juga berhasil memperluas generalisasi *Signaling Theory* pada sektor industri konsumsi yang spesifik di masa transisi ekonomi.

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasikan Oleh Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian *Moderated Regression Analysis* (MRA), variabel Ukuran Perusahaan ( $Z$ ) terbukti secara signifikan mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas ( $X_1$ ) terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi variabel interaksi ( $\text{Profit} \cdot \text{UP}$ ) sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima, yang berarti Ukuran Perusahaan bertindak sebagai variabel pemoderasi yang valid dalam memperkuat hubungan

tersebut. Secara teoritis, temuan ini mengonfirmasi *Signaling Theory*. Perusahaan berskala besar memiliki stabilitas operasional, diversifikasi risiko, dan akses pendanaan yang lebih matang. Ketika perusahaan besar membukukan profitabilitas tinggi, pasar menangkapnya sebagai sinyal positif yang kuat, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong nilai perusahaan. Sebaliknya pada perusahaan kecil, dampak laba terhadap nilai perusahaan lebih terbatas akibat minimnya aset dan eksposur pasar. *novelty* penelitian ini muncul dari adanya konfrontasi empiris terhadap studi terdahulu. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Septiana dan Zulkifli (2024) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi profitabilitas pada indeks LQ45. Pada LQ45, seluruh emiten adalah korporasi raksasa yang homogen, sehingga variasi ukuran tidak lagi menjadi perhatian pasar. Sebaliknya, kebaruan riset ini membuktikan bahwa pada sektor *Food and Beverages* periode 2020-2024, ukuran perusahaan justru menjadi penyaring sinyal yang krusial. Di tengah gejolak pandemi dan pemulihan ekonomi 2020-2024 yang memicu inflasi bahan baku pangan, investor sektor FnB bersikap sangat selektif. Temuan penelitian ini yang didukung oleh Ananda (2021), Rahmawati dan Salsabillah (2024), serta Faisania et al. (2023) menunjukkan bahwa pasar tidak serta-merta mengapresiasi laba tinggi pada emiten FnB kecil karena dianggap rentan kolaps. Namun, jika profitabilitas tinggi diraih oleh emiten FnB berskala besar yang memiliki kekuatan rantai pasok, pasar meresponsnya sebagai jaminan keberlangsungan usaha. Jadi, efektivitas ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi sangat bergantung pada karakteristik sektor dan momentum ekonomi yang terjadi.

#### Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasikan Oleh Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian *Moderated Regression Analysis* (MRA), variabel Ukuran Perusahaan (Z) terbukti secara signifikan mampu memoderasi pengaruh *Leverage* (X2) terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi dari variabel interaksi (*Lev\*UP*) sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) diterima, yang menegaskan bahwa Ukuran Perusahaan bertindak sebagai variabel pemoderasi yang valid dalam hubungan tersebut. Secara teoritis, temuan ini selaras dengan *Signaling Theory*. Keputusan manajemen meningkatkan *leverage* memberikan sinyal mengenai optimisme masa depan dan kemampuan bayar perusahaan. Namun, efektivitas sinyal ini membutuhkan instrumen penguat berupa skala perusahaan *firm size*. Ketika perusahaan besar menambah *leverage* untuk ekspansi, investor meresponsnya sebagai sinyal positif karena menilai perusahaan besar memiliki jaminan aset dan stabilitas kas yang matang untuk mengelola risiko utang. Sebaliknya, utang tinggi pada perusahaan kecil cenderung dinilai negatif sebagai sinyal risiko kebangkrutan *financial distress*.

*novelty* dari penelitian ini terletak pada kemampuannya memecahkan perbedaan hasil *research gap* terhadap studi terdahulu. Temuan ini tidak sejalan dengan Noviani Aisyah (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi leverage pada sektor industri barang konsumsi periode 2018-2020. Kebaruan riset ini membuktikan bahwa pada sektor sejenis *Food and Beverages* dengan rentang waktu yang lebih baru 2020-2024, efek moderasi tersebut justru bekerja dengan sangat signifikan. Pergeseran hasil ini yang kini didukung oleh Kusuma (2023) dan Putri (2024) menunjukkan adanya adaptasi perilaku pasar pascapandemi. Periode 2018-2020 studi terdahulu merupakan fase awal krisis di mana investor panik terhadap instrumen utang tanpa memandang ukuran perusahaan. Namun, pada periode 2020-2024 penelitian ini yang mencakup fase pemulihan dan inflasi, investor menjadi lebih kalkulatif. Pasar mengapresiasi utang pada emiten FnB besar sebagai bahan bakar pertumbuhan strategis seperti otomatisasi atau pengamanan rantai pasok, sementara utang emiten kecil cenderung dihindari. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa peran ukuran perusahaan sebagai pemoderasi sinyal leverage bersifat dinamis tergantung pada momentum ekonomi suatu era.

## Kesimpulan

Profitabilitas (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas gagal berfungsi sebagai sinyal kuat yang dapat menggerakkan harga pasar atau persepsi investor secara kolektif. Pada periode penuh volatilitas akibat pandemi dan pemulihan ekonomi 2020-2024, investor sektor FnB tidak lagi menjadikan laba jangka pendek sebagai acuan utama, melainkan lebih sensitif terhadap aspek fungsional seperti efisiensi biaya operasional, ketahanan rantai pasok, dan adaptasi digital. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) ditolak.

*Leverage* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penambahan utang oleh manajemen ditangkap oleh pasar sebagai sinyal positif mengenai prospek pertumbuhan dan ekspansi masa depan yang menjanjikan. Di tengah ketidakpastian ekonomi periode 2020-2024, kebijakan *leverage* dinilai investor sebagai langkah strategis yang kalkulatif untuk bertahan sekaligus tumbuh, sehingga meningkatkan permintaan saham dan mendongkrak nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima.

Ukuran Perusahaan (Z) mampu memoderasi memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan bertindak sebagai penyaring sinyal yang krusial. Pada era krisis dan inflasi bahan baku, investor

cenderung skeptis dan tidak mengapresiasi laba tinggi pada emiten FnB kecil karena dianggap rentan kolaps. Namun, ketika profitabilitas tinggi diraih oleh emiten FnB berskala besar yang memiliki stabilitas operasional matang, pasar meresponsnya secara positif sebagai jaminan keberlangsungan usaha. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima.

Ukuran Perusahaan (Z) mampu memoderasi memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Skala perusahaan menjadi instrumen penguat sinyal penggunaan utang di mata pasar. Investor pascapandemi bertindak lebih rasional dan kalkulatif dengan memilah risiko utang berdasarkan ukuran: peningkatan leverage pada emiten FnB besar diapresiasi positif sebagai bahan bakar pertumbuhan strategis seperti otomatisasi atau pengamanan logistic karena didukung jaminan aset yang kuat. Sebaliknya, utang pada emiten kecil cenderung dihindari karena dinilai sebagai sinyal risiko kebangkrutan. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) diterima.

## Saran

Bagi Perusahaan, Efisiensi Skala Besar: Perusahaan besar harus lebih berhati-hati dalam mengelola profitabilitas agar peningkatan laba tidak mengabaikan manajemen risiko dan pertumbuhan jangka panjang (sesuai hasil negatif pada uji MRA). Pengelolaan Utang Perusahaan Kecil: Perusahaan skala kecil harus selektif menggunakan *leverage*, karena investor cenderung menilai utang pada perusahaan kecil sebagai risiko beban yang tinggi. Transparansi Keuangan: Perusahaan perlu meningkatkan transparansi laporan keuangan untuk meyakinkan investor bahwa setiap keputusan finansial aman dan berkelanjutan.

Bagi Investor dan calon investor Konteks Ukuran Perusahaan: Investor sebaiknya tidak hanya fokus pada angka profitabilitas mutlak, melainkan juga mempertimbangkan skala/ukuran perusahaan saat menilai nilai perusahaan. Analisis Penggunaan Utang: Investor perlu menganalisis apakah utang (*leverage*) digunakan secara produktif untuk ekspansi (sinyal positif) atau justru memperbesar risiko keuangan. Analisis Fundamental Kontekstual: Analisis fundamental menggunakan rasio ROA, DER, dan PBV tetap menjadi kunci, namun penafsirannya harus disesuaikan dengan skala operasional perusahaan.

Bagi Peneliti Selanjutnya : Menambah Variabel Independen Baru: Memasukkan variabel lain yang memengaruhi nilai perusahaan seperti kebijakan

dividen, kepemilikan manajerial, kualitas audit, atau faktor makroekonomi (inflasi dan suku bunga). Mengembangkan Variabel Moderasi Alternatif: Menguji variabel moderasi selain ukuran perusahaan, misalnya *Good Corporate Governance* (GCG) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perluasan Sektor dan Periode: Melakukan penelitian pada sektor industri yang berbeda serta memperpanjang periode pengamatan agar hasil penelitian lebih konsisten dan dapat digeneralisasi di pasar modal Indonesia.

### Daftar Pustaka

- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 626–640. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i3.708>
- Basri, & Sasior, L. H. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 12(2), 71–84.
- Bitu, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298–306. <https://doi.org/10.46799/Jst.V2i3.233>
- Charles G. Polii, Amran T. Naukoko, H. F. D. S. (2025). Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Dan Pendidikan Terhadap Kemiskinan Di Kota Tomohon. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(2), 176–195. <https://doi.org/10.71282/Jurmie.V2i2.140>
- Dwipa, Kepramaren, I. A. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Physics A: Mathematical And Theoretical*, 44(8), 1689–1699. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Erna. (2022). Bab Ii Kajian Pustaka Bab Ii Kajian Pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Janah, N., & Munandar, A. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variable Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 494–512.
- Mardiana, W. D. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Leverage, Dan Price Earning Ratio (PER) Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Retrieved From <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/230>
- Novianti, R. (2020). Asset Growth, Return On Investment (ROI), Dan Dividend

- Payout Ratio (DPR) Terhadap Return Saham Syariah Dengan Income Smoothing Sebagai Variabel Moderasi. *STIE Indonesia, Bab Iii Me*, 1–9.
- Novita, H., Samosir, R., Rutmia, Sarumaha, K., & Saragih, E. (2022). Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Terdaftar BEI 2018-2020. *Akurasi Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 77–86.
- Putri, S. K. (2024). Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas , Dan Leverage Terhadap Variabel Moderasi Pusat Statistik ( BPS ) Mencatatat PDB Industri Makanan Dan Minuman Sebesar Rp 849 , 40 Triliun Pada 2023 . Nilai Itu Naik 4 , 47 % Dibandingkan Pada Tahun Sebelumnya.
- Rahmadani, L., Sagala, D. M., & Barokah, M. A. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, 6, 2160–2164.
- Rosihana, A. D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Sector Industry Barang Consumer Primer Tahun 2019-2021). *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1, 119–132.
- Sari, Kartika Dian, W. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(4), 1–18.
- Sari, D. N., & Purbowati, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Economics And Business UBS*, 12(4), 2087–2099. <https://doi.org/10.52644/Joeb.V12i4.292>
- Septiana, A., & Zulkifli. (2024). Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 24(1), 2623–2650.
- Sukoco, E., & Kadarusman, K. (2023). Company Size As A Lever Between Capital Structure And Financial Performance On Firm Value. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 16(2), 152. <https://doi.org/10.35448/Jrat.V16i2.21953>
- Syahputri, A., Mustika, Uray Ndaru, & Ramadhan, R. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 7, 121–140.
- Wahyudi, S. M. (2020). Effect Of Leverage, Profitability, Sales Growth Toward Company Values. *International Journal Of Management Studies And Social Science Research*, 2(4), 161–169.
- Wardhana, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: Jenis-Jenis Uji Asumsi Klasik. *Fe Unisma*, (July), 1–11.