

SKRIPSI

PENGARUH *PROFITABILITY, SALES GROWTH, DAN FIRM SIZE* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON-CYCLICALS* PERIODE TAHUN 2020-2022



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : VIDYA TRISHA
NIM : 125200042

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPIAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : VIDYA TRISHA
NIM : 125200042
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : Pengaruh Profitability, Sales Growth, Firm Size
Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Consumer
Non-Cyclicals Periode Tahun 2020-2022

Proposal Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 06-Desember-2023

Pembimbing:
AGUSTIN EKADJAJA, S.E., M.Si., Ak.,
CA.NIK/NIP: 10197044



Pengesahan

Nama : VIDYA TRISHA
NIM : 125200042
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : Pengaruh Profitability, Sales Growth, Firm Size Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Periode Tahun 2020-2022
Title : The Influence of Profitability, Sales Growth, Firm Size on Firm Value in Non-Cyclical Consumer Companies in 2020-2022

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara pada tanggal 16-Januari-2024.

Tim Penguji:

1. ROUSILITA SUHENDAH, S.E., M.Si.Ak., CA.
2. AGUSTIN EKADJAJA, S.E., M.Si., Ak., CA.
3. LUKMAN SURJADI, Drs., M.M.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:

AGUSTIN EKADJAJA, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIK/NIP: 10197044



Jakarta, 16-Januari-2024

Ketua Program Studi



HENDRO LUKMAN, Dr. SE, MM, Akt, CPMA, CA, CPA (Aust.)

HALAMAN PERSEMPAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan
untuk kedua orang tua yang saya cintai.

HALAMAN MOTTO

“Education is the key to opening the door to the future”

– Nelson Mandela

“The Best Way To Get Started Is To Quit Talking And Begin Doing.”

– Walt Disney

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi dengan baik dan tepat waktu. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan agar dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis Jurusan S1 Akuntansi di Universitas Tarumanagara.

Penulis menyadari selama pembuatan skripsi ini berlangsung, mendapatkan dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu di kesempatan kali ini, penulis akan mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang selama ini sudah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu, khususnya kepada :

1. Ibu Agustin Ekadjaja S.E., M.Si., Ak., CA., CPA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyempatkan waktunya untuk membimbing dan memberikan banyak masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CA., CPMA., CPA(Aust.), CSRS selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan memberikan ilmu tentang materi perkuliahan yang berguna bagi penulis.
5. Seluruh keluarga yaitu Mami, Papi, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, dan kasih saying dari awal perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas Tarumanagara.

6. Teman-teman terdekat dan teman kuliah yaitu Grace, Claresta, Kimberley, Priscilla, Keisya, Beatrice, Patricia, Aurellia, Hans, Daniel, Julian, Helen, Samuel, Jennifer, Johanna, Amanda, Karin, Chartine, Vega, Yuli, Ko Kalim, Michelle, Sherina, Ko Acung, Ko Iwe, Michella, Ci Ria yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman satu bimbingan skripsi yang telah membantu dan tempat bertukar pengetahuan bagi penulis.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama pembuatan skripsi ini.

Pada akhir kata, penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengucapkan maaf apabila ada kesalahan dari segi penulisan, Bahasa dan penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak apabila tedapat kesalahan atau kekurangan. Penulis berhadap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 12 Desember 2023

Penulis,



Vidya Trisha

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

***PENGARUH PROFITABILITY, SALES GROWTH, DAN FIRM SIZE
TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN CONSUMER NON-
CYCLICALS PERIODE TAHUN 2020-2022***

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020 sampai 2022. Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampling dengan pertimbangan tertentu. sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 43 perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang dibantu oleh program SPSS versi 25 dan Microsoft Excel 2021. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya peningkatan ukuran dan manajemen di sebuah perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan sinyal yang baik bagi investor.

Kata Kunci: Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan

The aim of this research is to obtain empirical evidence regarding profitability, sales growth, and firm size on firm value in non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2020 to 2022. This research uses purposive sampling. Purposive sampling is a sampling method with certain considerations. The sample used in this research was 43 companies. This research uses multiple regression analysis assisted by the SPSS version 25 program and Microsoft Excel 2021. The results of this research show that profitability has a positive and significant influence on firm value, while sales growth and firm size have a negative and significant influence on firm value. The implication of this study is the need to increase the firm size and management in a company that will increase the firm value which will bring a good signal for investors.

Keywords: Profitability, Sales Growth, Firm Size, and Firm Value

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Pendahuluan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah.....	4
4. Rumusan Masalah	4
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Gambaran Umum Teori	6
1. Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>)	6
B. Definisi Konseptual Variabel.....	7
1. <i>Firm Value</i>	7
2. <i>Profitability</i>	8
3. <i>Sales Growth</i>	9
4. <i>Firm Size</i>	10

C. Kaitan Antar Variabel	11
1. Hubungan Antara <i>Profitability</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	11
2. Hubungan Antara <i>Sales Growth</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	11
3. Hubungan Antara <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	12
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	13
E. Kerangka Pemikiran.....	23
F. Hipotesis.....	23
1. Pengaruh <i>Profitability</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	23
2. Pengaruh <i>Sales Growth</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	24
3. Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian.....	26
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	26
C. Operasional Variabel dan Instrumen.....	27
1. Variabel Independen	27
2. Variabel Dependental.....	28
D. Analisis Data	29
1. Uji Statistik Deskriptif	29
2. Uji Asumsi Klasik	29
a. Uji Normalitas	29
b. Uji Multikolinearitas	30
c. Uji Autokolerasi	30
d. Uji Heteroskedastisitas.....	31
E. Asumsi Analisis Data	31
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
2. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	32
3. Uji Statistik F	32
4. Uji Statistik t	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Deskripsi Subjek Penelitian	33

B.	Deskripsi Obyek Penelitian.....	37
C.	Hasil Asumsi Analisis Data	38
1.	Uji Statistik Deskriptif	38
2.	Uji Asumsi Klasik	40
a.	Uji Normalitas	40
b.	Uji Multikolinearitas	42
c.	Uji Autokolerasi	43
d.	Uji Heteroskedastisitas.....	44
D.	Hasil Analisis Data.....	45
1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
2.	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	47
3.	Uji Statistik F	48
4.	Uji Statistik t	49
E.	Pembahasan.....	50
1.	Pengaruh <i>Profitability</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	51
2.	Pengaruh <i>Sales Growth</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	52
3.	Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Firm Value</i>	54
BAB V	PENUTUP	63
A.	Kesimpulan	63
B.	Keterbatasan dan Saran	65
1.	Keterbatasan.....	65
2.	Saran.....	65
DAFTAR	PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69
DAFTAR	RIWAYAT HIDUP	78
HASIL	TURNITIN	79
SURAT	PERNYATAAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	13
Tabel 4.1	33
Tabel 4.2	35
Tabel 4.3	38
Tabel 4.4	41
Tabel 4.5	42
Tabel 4.6	43
Tabel 4.7	44
Tabel 4.8	46
Tabel 4.9	47
Tabel 4.10	48
Tabel 4.11	49
Tabel 4.12	51
Tabel 4.13	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Nama Perusahaan	69
Lampiran 2. Lampiran Rincian Data Perusahaan	70
Lampiran 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif	74
Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas.....	74
Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Lampiran 6. Hasil Uji Autokolerasi.....	75
Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	76
Lampiran 10. Hasil Uji Statistik t	77
Lampiran 11. Hasil Uji Statistik F	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian di Indonesia terus bertumbuh seiring dengan perkembangan ekonomi global setelah usainya *pandemic* global yaitu COVID-19 yang menerpa hampir seluruh dunia sejak tahun 2019. Pada perkembangannya tersebut, persaingan antar perusahaan pun semakin ketat dan tinggi. Oleh sebab itu, perusahaan diharapkan dapat memaksimalkan kinerja dan melakukan inovasi sehingga dapat bertahan pada ketatnya persaingan dan meningkatkan nilai perusahaannya agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri.

Salah satu cara yang digunakan perusahaan agar bisa bertahan di ketatnya persaingan adalah mendapatkan pendanaan lebih dengan masuk ke dalam pasar modal atau sering kita sebut dengan *go-public*. Peranan pasar modal adalah sebagai jembatan interaksi antara pembeli (investor) atau penjual (perusahaan) untuk menentukan harga saham dan membantu investor mendapatkan return yang diinginkan serta wadah bagi masyarakat luas untuk membantu perkembangan perekonomian di Indonesia.

Hal yang penting dari terbentuknya perusahaan adalah kesejahteraan para pemegang saham. Dengan meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan yang sebelumnya telah melakukan penawaran umum saham (IPO) biasanya dapat mengoptimalkan kesejahteraan para pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan membangun kepercayaan bagi calon penanam modal terhadap potensi perusahaan pada periode yang mendatang, juga mencerminkan kemakmuran bagi para investor tersebut dan menjadi daya tarik yang kuat bagi para investor baru untuk memasukkan modalnya di perusahaan

tersebut. Nilai perusahaan atau *firm value* dapat didefinisikan sebagai suatu pandangan bagi para investor mengenai suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga pasar saham.

Nilai perusahaan mempunyai korelasi yang positif terhadap nilai pasar saham, Nilai perusahaan sendiri dapat diukur dengan diantaranya yaitu memperhitungkan *Tobins's Q*, semakin tingginya nilai *Tobins's Q* maka menunjukkan kemakmuran dari pemegang saham. Terdapat berbagai faktor yang akan mempengaruhi nilai perusahaan atau *firm value*, yaitu *profitability*, *sales growth*, *liquidity*, *leverage*, dan *firm size* dan lain sebagainya. Dan dalam penelitian ini hanya dibatasi menggunakan beberapa faktor yaitu *Profitability*, *Sales Growth*, dan *Firm Size*.

Profitability merupakan faktor penting pada manajemen keuangan karena profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan pendapatan secara efisien dengan menggunakan asset yang dimiliki oleh perusahaan. Bagi para investor, profitabilitas merupakan salah satu aspek penting untuk melihat keadaan perusahaan di masa yang akan mendatang, dapat menilai sejauh mana investasi akan dilakukan dan kemampuan perusahaan untuk mencapai *return* yang sesuai dengan keinginan para investor. Menurut Meivinia (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian menurut Pratama & Wikuana (2018) Profitabilitas mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Sales Growth atau pertumbuhan penjualan menjadi salah satu pertimbangan dalam menilai sebuah nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan tingkat pencapaian penjualan tiap periode di masa lalu atau memprediksi tingkat penjualan di masa mendatang. Pertumbuhan penjualan yang meningkat menandakan kinerja dan kemampuan daya saing suatu perusahaan yang telah berjalan dengan lancar dan juga menunjukkan potensi perusahaan yang baik sehingga para investor bersedia untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Menurut Candani

& Bandera (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian menurut Defni & Rahayu (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Firm size atau ukuran perusahaan dapat diuraikan menjadi 2 berdasarkan ukurannya, yaitu perusahaan yang berskala besar dan perusahaan berskala kecil. Total aset, jumlah penjualan, rata-rata aktiva, dan rata-rata tingkat penjualan menjadi alat pengukur untuk menentukan besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Bertambah besarnya skala perusahaan menunjukkan semakin mudah bagi perusahaan untuk masuk ke dalam pasar modal dan memperoleh pendanaan. Pendanaan yang diperoleh dari investor dapat digunakan untuk mendukung kegiatan operasional harian perusahaan dan pada akhirnya, hal ini dapat berdampak bagi nilai perusahaan. Menurut Pratama & Wiksuna (2018), ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi pernyataan tersebut berbeda dengan penelitian Hertina, Hidayat & Mustika (2019), menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian ini akan mengambil sektor manufaktur *consumer non-cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022. Perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* dapat diartikan sebagai perusahaan atau badan usaha yang mengelola barang atau bahan mentah untuk menghasilkan barang setengah jadi atau barang jadi yang sudah memiliki nilai jual nya. Di Indonesia, sektor manufaktur menjadi salah satu perusahaan yang memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perkembangan perekonomiannya. Karena perkembangannya, harga saham yang ditawarkan juga mengalami peningkatan sehingga menarik calon investor untuk berinvestasi pada sektor ini.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi *firm value* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals*. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, ditemukan hasil

penelitian yang tidak konsisten dari penelitian sebelumnya, sehingga dilakukan kembali penelitian dengan menggunakan judul “PENGARUH *PROFITABILITY, SALES GROWTH, DAN FIRM SIZE* TERHADAP *FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON-CYCLICALS* PERIODE TAHUN 2020-2022”.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, sudah banyak penelitian yang dilakukan untuk menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi *firm value*. Namun dari banyak nya hasil penelitian tersebut, banyak hasil yang berbeda atau inkonsisten antara peneliti yang satu dengan peneliti lainnya.

Oleh karena adanya inkonsistensi dari hasil dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali untuk menguji pengaruh *profitability, sales growth* dan *firm size* terhadap *firm value*.

3. Batasan Masalah

Karena luasnya ruang lingkup terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *firm value*, maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti dan memfokuskan terhadap pokok permasalahan yang sudah dibahas diatas. Peneliti akan mencangkup pada pengaruh *profitability, sales growth*, dan *firm size* yang mempengaruhi *firm value*. Subjek yang akan diteliti adalah perusahaan *consumer non-cyclicals* yang sudah *go-public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022.

4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang pada penelitian ini sebagai berikut : (1) Apakah terdapat pengaruh antara *Profitability* terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan *consumer Non-cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022?, (2) Apakah terdapat pengaruh antara *Sales Growth* terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan *consumer Non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022?, (3) Apakah terdapat pengaruh antara *Firm*

Size terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan *consumer Non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan dari rumusan masalah diatas adalah (1) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Profitability* terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan *consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022, (2) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Sales Growth* terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan *consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022, (3) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Firm Size* terhadap *Firm Value* Pada Perusahaan *consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian diatas, manfaat penelitian ini adalah Dapat menambah wawasan serta memberikan kontribusi dalam bentuk empiris mengenai pengaruh *profitability*, *sales growth* dan *firm size* terhadap *firm value*. Bagi para investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pendanaan. Dan bagi perusahaan, dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- BINTARA, R. (2018, Agustus). PENGARUH PROFITABILITAS, GROWTH OPPORTUNITY, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*.
- Candani, N., & Badera, I. N. (2022, April). PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN PADA NILAI PERUSAHAAN. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*.
- Dede Hertina, M. B. (2019, April). Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica, Vol. 3 No. 1*.
- Hidayat, M. (2018, Desember). PENGARUH MANAJEMEN PAJAK, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI PERIODE 2014-2016. 206 - 215.
- Ida Ayu Puspita Trisna Dewi, I. K. (2019, Januari). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 85-110.
- Ida Ayu Puspita Trisna Dewi, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 85-110.
- Isnawati, F. N., & Widjajanti, K. (2019). PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Jayanti Rosalia, W. B. (2022). PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, KEBIJAKAN DIVIDEN, SALES GROWTH, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*.

- Khoeriyah, A. (2020, April). Pengaruh Size, Leverage, Sales Growth Dan IOS Terhadap Nilai Perusahaan. *Profta: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*.
- Lavinda. (2020, November 12). *Mekari Jurnal*. Retrieved from Perusahaan Manufaktur: Pengertian, Ciri-Ciri & Ruang Lingkupnya: <https://www.jurnal.id/id/blog/kenali-ruang-lingkup-perusahaan-manufaktur/>
- Meivinia, L. (2018, Oktober). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN SUKU BUNGA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 2, No. 2*, 380-393.
- Muhammad Rivandi, B. A. (2022, Januari). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN. *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Nita Putri Herdiani, T. B. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi dan Manajemen*, 87-106.
- Pratama, I. A., & Wiksuana, I. (2018). PENGARUH FIRM SIZE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 7.5*, 1289-1318.
- Reza Novitasari, K. (2021, Oktober). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*.
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022, April). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*.
- Sisca Mediyanti, E. K. (2021). Tobin's Q Ratio Sebagai Alat Ukur Nilai Perusahaan Bank Syariah. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 242-247.
- Surjadi, L. (2019, Oktober). FAKTOR YANG MEMENGARUHI NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 331-341.

Widyanovitania Sandra Defni, Y. R. (2021, April). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.

Wina Ayu Isnaeni, S. B. (2021, February). PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN,UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *RAAR : REVIEW OF APPLIED ACCOUNTING RESEARCH*.