

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *FIRM VALUE* DENGAN VARIABEL KONTROL *FIRM SIZE*

Gabriela Jesslyn Ng\* dan Yanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

\*Email: [gabrielajesslyn@gmail.com](mailto:gabrielajesslyn@gmail.com)

### Abstract:

*The objective of this study is to determine the effect of leverage, liquidity, profitability and sales growth towards the firm's value. This research uses secondary data from manufacturing companies that is listed on the Indonesian Stock Exchange during the period of 2016-2019. The sample is selected using purposive sampling and amounted to 50 companies. The data is processed by using SPSS 25 and Eviews 12. Outputs obtained from this study indicates that leverage and profitability has a positive and significant influence towards firm value. Liquidity has a positive but not significant influence towards firm value. Sales growth has a negative and significant influence on firm value. Control variable firm size has a negative and significant influence on firm value.*

**Keywords:** *Firm Value, Leverage, Liquidity, Profitability, Sales Growth*

### Abstrak:

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *leverage*, *liquidity*, *profitability* dan *sales growth* terhadap *firm value*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019. Sampel dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling dan data yang diperoleh berjumlah 50 perusahaan. Data diolah dengan menggunakan SPSS 25 dan Eviews 12. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa *leverage* dan *profitability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*. *Liquidity* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. *Sales growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*. Variabel kontrol *firm size* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*.

**Kata Kunci:** *Firm Value, Leverage, Liquidity, Profitability, Sales Growth*

### Pendahuluan

Sebuah perusahaan didirikan tidak hanya untuk mendapatkan laba, namun juga untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Banyaknya jumlah perusahaan menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat. Performa perusahaan yang baik dapat memikat perhatian investor. Investor akan menilai performa perusahaan dengan menganalisis laporan keuangannya. Salah satu cara untuk melihat *firm value* adalah

dengan melihat harga sahamnya. Banyaknya kegiatan investasi yang terjadi dapat meningkatkan harga sahamnya, yang akan meningkatkan juga *firm value*-nya.

*Leverage* adalah pengukuran kinerja keuangan perusahaan yang menunjukkan seberapa besar hutang yang dimiliki oleh perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk melunasinya (Raindraputri & Wahyuati, 2019). Besarnya tingkat *leverage* perusahaan dapat menunjukkan ketidakmampuan perusahaan untuk melunasi hutang-hutangnya.

*Liquidity* adalah pengukuran keuangan perusahaan yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayarkan kewajiban lancarnya. Suatu perusahaan bisa dikatakan likuid ketika ia bisa melakukan kegiatan operasionalnya dengan baik dan membayarkan kewajiban jangka pendeknya (Septriana & Mahaeswari, 2019).

*Profitability* adalah pengukuran keuangan perusahaan yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Investor cenderung lebih memilih untuk menanamkan modal pada perusahaan-perusahaan yang selalu menghasilkan laba dengan tujuan untuk mendapatkan timbal balik berupa dividen.

Banyaknya investasi pada suatu perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dimata publik. *Sales growth* adalah pertumbuhan penjualan pada suatu periode tertentu. Peningkatan penjualan dapat mengindikasikan seberapa baik kinerja perusahaan itu.

Peningkatan tidak akan terjadi jika kinerja karyawan perusahaan buruk. Menurut Fajaria & Isnalita (2018), *firm size* adalah menunjukkan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak orang yang menaruh kepercayaan terhadap perusahaan tersebut.

Menurut penelitian Febriyanto (2018), *firm size* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*.

## Kajian Teori

**Signalling Theory.** Dalam *signaling theory*, Ross (1977) menyatakan tentang bagaimana manajemen memberikan sinyal kepada pihak eksternal. Manajemen dapat memberikan sinyal dalam berbagai bentuk, baik yang dapat langsung digunakan atau yang harus dipelajari lebih lanjut oleh pihak eksternal sebelum digunakan.

**Agency Theory.** Pada 1976, Jensen dan Meckling mengatakan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak dimana satu atau beberapa orang yang disebut sebagai *principal* mempekerjakan orang lain yang disebut sebagai *agent* untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan. Dalam sebuah perusahaan, *principal* mewakilkan para pemegang saham dan *agent* mewakilkan para manajer. Agen memiliki kewajiban untuk melaporkan kejadian-kejadian yang terjadi dalam perusahaan kepada *principal*.

**Firm Value.** *Firm value* adalah persepsi investor terhadap kesuksesan suatu perusahaan, yang akan tercermin dalam harga sahamnya (Jihadi dkk., 2021). Menurut Apriliyanti, Hermi, & Herawaty (2019) *firm value* suatu perusahaan dapat dilihat dari perkembangan kinerja keuangannya.

**Leverage.** Menurut Jihadi dkk. (2021), *leverage ratio* adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang

didanai dengan menggunakan hutang. Tingkat *leverage* yang tinggi dapat menggambarkan kurangnya kemampuan perusahaan untuk membayarkan hutangnya.

**Liquidity.** *Liquidity* suatu perusahaan dapat direpresentasikan dengan *liquidity ratio*. *Liquidity ratio* perusahaan menyatakan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk membiayai kewajiban lancarnya (Firdaus & Fuadati, 2020).

**Profitability.** *Profitability* biasanya ditunjukkan dalam bentuk rasio, yang bisa disebut sebagai rasio profitabilitas. Rasio ini menyatakan seberapa baik kinerja perusahaan dalam mengelola aset-asetnya untuk mendapatkan laba (Jihadi dkk., 2021). Selain itu, menurut Raindraputri & Wahyuati (2019), profitabilitas dapat mencerminkan juga tingkat keefektifan manajemen perusahaan dalam operasionalnya pada satu periode.

**Sales Growth.** *Sales growth* adalah peningkatan dari penjualan perusahaan dalam suatu periode. *Sales growth* dapat digunakan oleh manajemen perusahaan untuk memperkirakan seberapa besar pertumbuhan perusahaan di periode yang akan datang (Febriyanti & Sulistyowati, 2021). Peningkatan ini dapat terjadi karena kenaikan pada kinerja operasional perusahaan, sehingga banyak konsumen/pelanggan yang mau mengonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan.

**Kaitan Leverage terhadap Firm Value.** Semakin besar *leverage*, semakin besar juga dana yang dapat diperoleh perusahaan dari pihak eksternal. Sesuai dengan teori agensi, manajer selaku agen yang dipilih oleh investor, memiliki kewajiban untuk memberikan laporan hasil kinerjanya kepada investor dalam bentuk laporan keuangan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari (Jihadi dkk., 2021), (Markonah, Salim, & Franciska, 2020), (Raindraputri & Wahyuati, 2019) dan (Firdaus & Fuadati, 2020) yang mengatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*.

**Kaitan Liquidity terhadap Firm Value.** Perusahaan dengan tingkat *liquidity* yang tinggi berarti bahwa kemampuannya untuk membiayai kewajiban jangka pendeknya itu baik (Septriana & Mahaeswari, 2019). Hasil penelitian dari (Jihadi dkk., 2021), (Reschiwati, Syahdina, & Handayani, 2020), (Raindraputri & Wahyuati, 2019), (Firdaus & Fuadati, 2020) mengatakan bahwa *liquidity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*.

**Kaitan Profitability terhadap Firm Value.** *Profitability* yang tinggi berarti bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memperoleh laba yang tinggi. Hasil penelitian yang didapatkan oleh (Jihadi dkk., 2021), (Ningsih & Sari, 2019), (Raindraputri & Wahyuati, 2019), (Andy & Johan, 2019), (Firdaus & Fuadati, 2020) dan (Fajaria & Isnalita, 2018) mendukung pernyataan ini. Setelah diteliti, mereka mendapatkan hasil bahwa *profitability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*.

**Kaitan Sales Growth terhadap Firm Value.** Menurut (Febriyanto, 2018), perusahaan yang memiliki *sales growth* yang baik juga memiliki pertumbuhan

perusahaan yang baik. Hasil penelitian milik hasil dari penelitian milik (Fajaria & Isnalita, 2018) dan (Fauziah & Jamal, 2020) mengatakan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*.

### Pengembangan Hipotesis

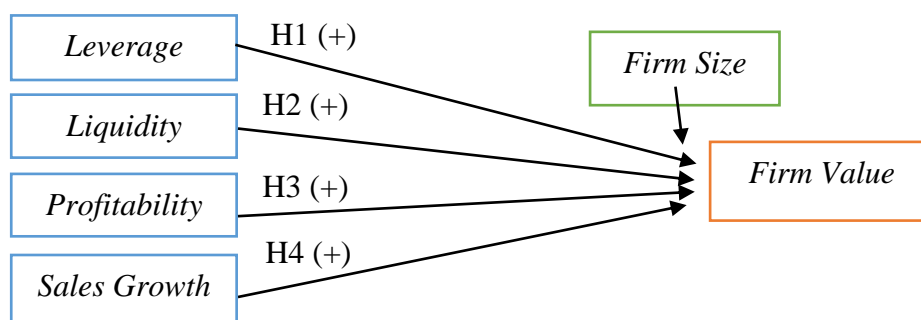
Berdasarkan penelitian Jihadi dkk. (2021), Markonah, Salim, & Franciska (2020), Raindraputri & Wahyuati (2019) dan Firdaus & Fuadati (2020), diperoleh hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. H1: *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*.

Hasil penelitian Jihadi dkk. (2021), Reschiwati, Syahdina, & Handayani (2020), Raindraputri & Wahyuati (2019), Firdaus & Fuadati (2020) mengatakan bahwa *liquidity* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. H2: *liquidity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*.

Penelitian milik Jihadi dkk. (2021), Ningsih & Sari (2019), Raindraputri & Wahyuati (2019), Andy & Johan (2019), Firdaus & Fuadati (2020) dan Fajaria & Isnalita (2018), diperoleh hasil bahwa *profitability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. H3: *profitability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*.

Hasil penelitian Fajaria & Isnalita (2018) dan Fauziah & Jamal (2020) mengatakan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. H4: *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*.

Kerangka pemikiran dalam penelitian adalah sebagai berikut.



### Metodologi

Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang bersifat sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019. Penelitian ini menggunakan metode pemilihan sampel *purposive sampling*, dengan kriteria : (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019, (2) Perusahaan manufaktur yang IPO setelah tahun 2016, (3) Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar secara konsisten pada periode 2016-2019,

(4) Perusahaan manufaktur yang mata uang pelaporannya bukan rupiah (IDR), (5) Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba dengan konsisten pada periode 2016-2019, dan (6) Perusahaan yang memiliki nilai ekuitas negatif pada periode 2016-2019. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 sampel.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Kode	Ukuran	Sumber	Rasio
<i>Firm Value</i>	PBV	$PBV = \frac{\text{harga pasar per lembar}}{\text{nilai buku per lembar}}$	(Jihadi dkk., 2021)	Rasio
<i>Leverage</i>	LEV	$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$	(Jihadi dkk., 2021)	Rasio
<i>Liquidity</i>	LIQ	$CR = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$	(Jihadi dkk., 2021)	Rasio
<i>Profitability</i>	PROF	$ROA = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Total Assets}}$	(Jihadi dkk., 2021)	Rasio
<i>Sales Growth</i>	SG	$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}}$	(Febriyanto, 2018)	Rasio
<i>Firm Size</i>	FS	$\text{Firm Size} = \ln \text{Total Assets}$	(Jihadi dkk., 2021)	Rasio

Pengujian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik (Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas), Statistik Deskriptif, Uji Pemilihan Model, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji F, Uji t, uji Koefisien Determinasi Berganda).

### Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Statistik deskriptif memuat informasi mengenai rata-rata (*Mean*), nilai tengah (*Median*), nilai maksimum, nilai minimum dan simpangan baku (*Std. Dev.*) dari suatu variabel. Berikut adalah tabel statistik deskriptif dari penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	PBV	DER	CR	ROA	SG	FS
Mean	1.636058	0.685367	2.762106	0.065517	0.092109	28.79484
Median	1.098184	0.523814	2.078430	0.054602	0.074325	28.65669
Maximum	6.192292	2.542553	21.70452	0.228361	1.303717	33.49453
Minimum	0.055023	0.052966	0.095678	0.000526	-0.170626	25.79571

Sumber : Data diolah peneliti dengan menggunakan *Eviews 12*

Uji Asumsi Klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini ada 2, yaitu Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas. Hasil dari uji Multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antar variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Hasil dari uji asumsi klasik Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi dalam model penelitian.

Hasil Uji Pemilihan Model Terbaik. Untuk menentukan model penelitian yang terbaik, perlu dilakukan uji model. Penelitian ini melakukan 2 uji model, yaitu Uji Chow dan Uji Hausman. Uji Chow dilakukan untuk menentukan model penelitian yang lebih baik antara *common effect model* dan *fixed effect model*. *Fixed effect model* akan digunakan jika nilai probabilitas Cross Section Chi-Square  $< 0,05$ . Hasil dari uji Chow menunjukkan angka 0,0000, artinya bahwa model penelitian yang digunakan adalah *fixed effect model*. Uji Hausman dilakukan untuk mengetahui model penelitian yang terbaik antara *random effect model* dan *fixed effect model*. *Fixed effect model* akan digunakan jika nilai Cross-section Chi-square  $< 0,05$ . Hasil dari uji Hausman menunjukkan angka Cross-section Chi-square sebesar 0,0000 yang berarti bahwa model penelitian yang digunakan adalah *fixed effect model*.

Tabel 3. Model Penelitian FEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	64.23290	10.68971	6.008855	0.0000
DER	0.894868	0.353382	2.532295	0.0130
CR	-0.035468	0.037991	-0.933605	0.3529
ROA	11.83013	2.464882	4.799472	0.0000
SG	-0.713870	0.329816	-2.164448	0.0329
FS	-2.216422	0.373796	-5.929497	0.0000

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan *Eviews 12*

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya persentase variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas penelitian. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *adjusted r-squared*. Nilai *adjusted r-squared* yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 0,907886. Dapat disimpulkan bahwa 90,79% dari *firm value* dapat dijelaskan oleh *leverage, liquidity, profitability, dan sales growth*.

Uji F adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dapat secara simultan mempengaruhi variabel dependen penelitian dengan membandingkan nilai Prob(F-statistic). Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan alpha 5%. Nilai Prob(F-statistic) yang diperoleh adalah sebesar 0,000000. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen (*leverage, liquidity, profitability, sales growth*) dapat mempengaruhi variabel dependen (*firm value*) secara simultan.

Uji T parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian. Jika nilai probabilitas hitung lebih kecil dari alpha (probabilitas hitung  $< 0,05$ ), maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan tabel 3, ada 3 variabel independen

yang dapat mempengaruhi *firm value* dengan signifikan, yaitu *leverage*, *profitability* dan *sales growth*.

Dengan menggunakan koefisien yang diperoleh dari tabel 7, maka persamaan regresi linear bergandanya menjadi seperti berikut :

$$PBV = 64,23290 + 0,894868DER - 0,035468CR + 11,83013ROA - 0,713870SG - 2,216422FS + \varepsilon$$

Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak, perlu dilihat kolom *coefficient* dan kolom Prob yang ada di tabel 3. Jika nilai Prob.<0,05, maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Dari tabel 3, dapat dilihat bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*, sehingga H1 diterima. *Liquidity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*, sehingga H2 ditolak. *Profitability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*, sehingga H3 diterima. *Sales growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*, sehingga H4 ditolak.

### Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian, *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*. Besarnya *leverage* suatu perusahaan tidak selalu berarti buruk. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi bisa saja menggunakan pinjamannya itu untuk memperluas bisnis mereka.

Berdasarkan hasil penelitian, *liquidity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal ini mungkin saja terjadi karena investor cenderung memperhatikan rasio lain yang dapat menunjukkan kemampuan keuangan perusahaan lebih baik.

Hasil dari penelitian terhadap *profitability* mengatakan bahwa *profitability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*. Hal ini dapat terjadi karena ROA mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui penggunaan asetnya.

Hasil dari penelitian terhadap *sales growth* mengatakan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*. Besarnya *sales growth* sebuah perusahaan diiringi dengan penambahan biaya juga. Penambahan biaya ini dapat dilakukan untuk memperluas cakupan usaha perusahaan. Biaya yang besar dapat menjadi sinyal buruk bagi investor, sehingga investor akan enggan untuk melakukan investasi.

Hasil dari penelitian terhadap variabel kontrol *firm size* adalah bahwa *firm size* berpengaruh negatif dan signifikan. Ukuran perusahaan dilihat dari total asetnya. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, semakin leluasa pihak manajemen untuk menggunakan aset tersebut. Ini menimbulkan kekhawatiran bagi investor dan menyebabkan *firm value* turun.

### Penutup

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah : pertama, periode waktu yang digunakan dalam penelitian masih cukup singkat. Kedua, ada penggunaan *outlier*

sehingga jumlah sampel berkurang. Ketiga, variabel yang digunakan memiliki sebaran data yang terlalu besar antara nilai minimum dan maksimumnya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa uraian saran untuk perusahaan, investor, dan peneliti selanjutnya. Bagi perusahaan, diharapkan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan ketika perusahaan ingin meningkatkan *value* mereka dengan memaksimalkan penggunaan aset-aset yang dimiliki. Bagi investor, diharapkan untuk lebih berhati-hati ketika ingin melakukan investasi. Investor dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu dasar pertimbangan keputusan investasi. Bagi pengembangan ilmu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel independen yang lain, seperti *capital structure*, *firm size*, *firm growth*, *CSR* atau *GCG*. Selain itu, dapat juga menggunakan proksi yang lain, seperti contohnya *leverage* dihitung menggunakan *DAR*, *liquidity* dihitung menggunakan *acid test ratio*, dan *profitability* dihitung menggunakan *ROE*. Dapat dilakukan penambahan waktu periode penelitian atau penggunaan variabel moderasi atau mediasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

#### Daftar Rujukan/Pustaka

- Adang, F. (2019). Pengaruh Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, dan Sales Growth terhadap Firm Value. *Jurnal Bina Akuntansi*, 48-75.
- Ajija, S. R., Sari, D. W., Setianto, R.H., & Primanti, M. R. (2019). Cara Cerdas Menguasai Eviews. Jakarta : Salemba Empat.
- Andy., & Johan, S. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan di Sektor Properti dan Real Estate Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2018 . *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Volume 4 No 6*, 264-269.
- Apriliyanti, V., Hermi., & Herawaty, V. (2019). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kesempatan Investasi terhadap Nilai dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti Vol 6 No 2*, 201-224.
- Basuki, A. T., & Yuliadi, I. (2014). *Electronic Data Processing (SPSS 15 dan EVIEWS 7)*. Sleman: Danisa Media.
- Fajaria, A. Z., & Isnalita. (2018). The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating Variable. *International Journal of Managerial Studies and Research Volume 6 Issue 10*, 55-69.
- Fauziah, F., & Jamal, S. W. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Financial Performance, Firm Size, dan Sales Growth terhadap Firm Value pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Research Journal of Accounting and Business Management*, 125-146.
- Febriyanti, A., & Sulistyowati, E. (2021). Pengaruh Firm Size, Sales Growth, dan Return on Equity Terhadap Firm Value pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Maneksi Vol 10 No 1*, 103-111.



- Febriyanto, F. 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*, 198-205.
- Firdaus, E., & Fuadati, S. R. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Gordon, J. M. (1959). Dividends, Earnings, and Stock Prices. *The Review of Economics and Statistics Vol. 41 No. 2 Part 1*, 99-105.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics Vol. 3 No. 4*, 305-360.
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value : Empirical Evidence from Indonesia. *Journa of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 3*, 423-431.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). *Intermediate Accounting : IFRS Edition Fourth Edition*. Danvers: John Wiley & Sons.
- Komarudin, M., & Affandi, N. (2019). Firm Value, Capital Structure, Profitability, Firm Characteristic and Disposable Income as Moderator : an Empirical Investigation of Retail Firms in Indonesia. *Inovbiz : Jurnal Inovasi Bisnis 7*, 79-85.
- Mahardikari, A. K. (2021). Pengaruh Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend Policy, Firm Size, dan Firm Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 2*, 399-411.
- Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). Effect of Profitability, Leverage, and Liquidity to the Firm Value. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting Vol 1 Issue 1*, 83-94.
- Ningsih, S., & Sari, S. P. (2019). Analysis of the Effect of Liquidity Ratios, Solvability Ratios and Profitability Ratios on Firm Value in Go Public Companies in the Automotive and Component Sectors. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research Vol 3 Issue 4*, 351-359.
- Raindraputri, Y. A., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 8 No 4*.
- Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). Effect of Liquidity, Profitability and Size of Companies on Firm Value. *Utopia y Praxis Latinoamericana vol 25 no esp 6*, 325-331.
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure : the incentive-signalling approach. *The Bell Journal of Economics*, 23-40.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach Seventh Edition*. Chichester: Wiley.
- Septriana, I., & Mahaeswari, H. F. (2019). Pengaruh Likuiditas, Firm Size dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Indonesia Vol. 8 No. 2*, 109-123.

- Sukmawardini, D., & Ardiansari, A. (2018). *The Influence of Institutional Ownership, Profitability, Liquidity, Dividend Policy, Debt Policy on Firm Value. Management Analysis Journal* 7 (2). 212-222.
- Tarima, G., Parengkuan, T., & Untu, V. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol 16 No 4*, 465-474.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2018). *Accounting Principles Thirteenth Edition*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.