J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.1, Desember 2024

Pengaruh *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Agustina Dianova[1], R Paulus Widyalasmono WS[2]
Politeknik NSC Surabaya
E-mail: agustinadianova01@gmail.com[1], Email: soetrisno123@gmail.com[2]

Article History:
Received: 28 November 2024
Revised: 14 Desember 2024
Accepted: 17 Desember 2024

Keywords: *Nilai Perusahaan, Leverage, Profitabilitas*

Abstract: *Kompetitifnya era persaingan industri membuat perusahaan harus berusaha dalam menjaga keberlangsungan hidupnya. Salah satu cara untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor Consumer Non Cyclical yang terdaftar dis BEI Periode 2020-2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Diperoleh data penelitian berjumlah 330 sampel. Teknik analisis data yang digunakan yaitu: uji statistik deskriptif, outer model, inner model serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingginya leverage dapat meningkatkan nilai perusahaan. Investor memiliki pandangan baik terhadap manajemen untuk mengelola perusahaan yang mendapatkan dana melalui hutang, sehingga semakin meningkatnya hutang maka nilai perusahaan juga semakin meningkat. Pada sisi profitabilitas, tingginya profitabilitas menunjukkan kinerja perusahaan yang baik yaitu dengan menghasilkan laba yang maksimal. Adanya laba yang maksimal dapat menarik investor untuk berinvestasi sehingga meningkatkan harga saham yang berimbas pada meningkatnya nilai perusahaan.*

PENDAHULUAN

Semakin kompetitifnya era saat ini, menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing. Persaingan yang tidak hanya ranah nasional, akan tetapi internasional. Hal ini menjadi salah satu metode untuk mensejahterakan pemegang saham. Kondisi ini juga akan meningkatkan nilai perusahaan (Muharramah & Hakim, 2021) (Dianti et al., 2022). Nilai perusahaan merupakan pandangan investor yang tercermin pada harga saham. Tingginya harga saham akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi membuat tingkat kepercayaan atas kinerja perusahaan meningkat hingga prospek perusahaan di masa depan (Sutama & Lisa, 2018).

PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) mengalami kerugian sebesar 4,86 miliar pada tahun 2020. Kondisi ini disebabkan oleh menunrunnya penjualan lebih dari 10%. Berbanding terbalik dengan tahun lalu yaitu 2019 yang mendapatkan keuntungan sebesar 830.57 juta. Salah satu faktor penyebab penurunan ini adalah 15% pendapatan dari penjualan daging olahan dan mentah yang menjadi sumber utama pendapatan tersebut. Di samping menurunnya pendapatan, justru beban usaha mengalami peningkatan dari 29.5 miliar menjadi 30.9 miliar. Kondisi inilah yang menyebabkan FOOD mencatat kerugian. Dilihat pada sisi liabilitas, pada september 2019 FOOD memiliki liabilitas sejumlah 51.4 miliar. Kuartal III/2019 FOOD bahkan memiliki liabilitas sejumlah 12.4 miliar. Artinya liabilitas FOOD mengalami peningkatan sebesar 15.42% (Mahardika, 2020)

Kinerja perusahaan yang meningkat salah satunya tercermin pada profitabilitas. Profitabilitas mewujudkan besarnya kinerja yang telah dilakukan pihak manajemen guna mengatur berjalannya oeprasional perusahaan hingga mendapat laba maksimal. Investor yang akan berinvestasi pasti memilih perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Hal ini adanya harapan yang besar return atas profit yang dihasilkan (Fadhilah, R. et al., 2021). Yulimtinan & Atiningsih, (2021) menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya *leverage*. Ini menjadi salah satu pertimbangan guna menentukan nilai perusahaan, karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi hutang perusahaan jika perusahaan tersebut dilikuidasi (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). *Leverage* menggambarkan sejauh mana sebuah perusahaan memanfaatkan utang untuk mendukung operasionalnya. Terdapat dua jenis *leverage*: *financial leverage* dan *leverage* operasional. *Financial leverage* terjadi ketika perusahaan memanfaatkan dana pinjaman atau saham preferen untuk mendapatkan keuntungan tambahan. Ini melibatkan penggunaan utang atau ekuitas yang memiliki kewajiban tetap, dengan harapan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. *Financial leverage* memberikan peluang bagi perusahaan untuk meraih hasil investasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya modal yang dikeluarkan. Sementara itu, *leverage* operasional muncul ketika perusahaan menerapkan biaya tetap dalam proses produksinya, di mana jumlah biaya tersebut tidak berubah meskipun volume produksi bervariasi. Perusahaan dengan tingkat leverage operasional yang tinggi ditandai oleh adanya biaya tetap yang signifikan. Ini berkaitan dengan perbandingan antara perubahan biaya tetap dan biaya variabel untuk mencapai tingkat produksi yang diinginkan. Kedua jenis *leverage* ini merupakan elemen penting dalam strategi keuangan perusahaan dan berkontribusi pada pengoptimalan struktur modal serta pengelolaan risiko keuangan. Penggunaan *leverage* dapat meningkatkan potensi pengembalian, tetapi juga membawa risiko tambahan yang harus dikelola dengan hati-hati. Oleh karena itu, analisis leverage sangat penting untuk menilai risiko keuangan perusahaan dan dampaknya terhadap kelangsungan operasional. Terlalu banyak utang dapat meningkatkan risiko finansial, sedangkan terlalu sedikit utang dapat menghambat pertumbuhan (Fatimah & Idayati, 2024). Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *leverage* dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI

Nilai Perusahaan

Menurut Safitriani & Yahya, (2023) nilai perusahaan menjadi hal utama untuk perusahaan. Terlihat pada harga saham yang tinggi, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan sehingga meningkat pula kesejahteraannya. Nilai perusahaan adalah harga yang akan dibayarkan

calon pembeli jika perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan yaitu nilai sekarang dari arus kas atau arus pendapatan yang diharapkan diterima di masa depan Perusahaan memiliki tujuan normatif yaitu untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Sudana, 2011).

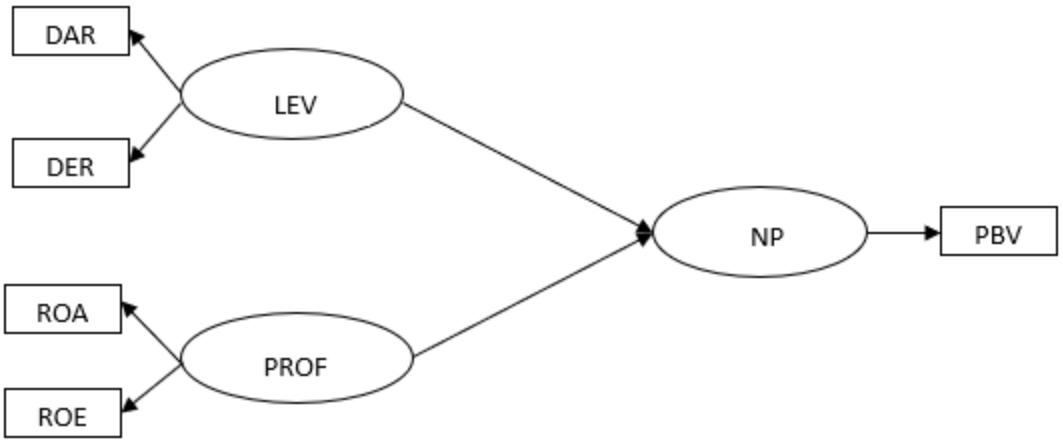
Leverage

Leverage menunjukkan bagaimana perusahaan memenuhi kewajiban finansial dengan mengelola utang guna mendapatkan keuntungan serta melunasi utangnya kembali seandainya perusahaan dilikuidasi (Khotimah et al., 2020). *Leverage* juga dapat dikatakan sebagai indikator untuk mengetahui kesehatan perusahaan dalam mengelola utang. Selain itu *leverage* juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar utang yang tertagih (Rasyid & Suwarno, 2024). Menurut Dianti et al., (2022) semakin tinggi pendanaan dari utang, sangat memnungkinkan perusahaan dapat membayar utang baik pokok maupun bunga dari keuntungan perusahaan. Hal ini dipandang perusahaan mempunyai kondisi keuangan yang dapat menanggung resiko akibat tingginya utang tersebut. Selain itu, penggunaan utang mampu menambah sumber dana yang dapat digunakan bagi perusahaan sehingga mampu menghasilkan kinerja yang baik. Dapat dikatakan, *leverage* tidak selalu memberikan efek negatif, karena juga mampu meningkatkan laba para pemegang saham atas investasi yang telah ditanam.

Profitabilitas

Menurut Kusumaningrum & Nahda, (2022) profitabilitas yaitu rasio untuk mengukur kinerja perusahaan dalam mencari laba. Profitabilitas juga menunjukkan efisiensi perusahaan. Tingginya profitabilitas, membuat kinerja perusahaan semakin bagus. Kondisi ini dapat membuat permintaan atas saham meningkat sehingga akan berpegaruh pada harga saham. Oleh karena itu, profitabilitas menjadi salah satu tujuan yang wajib dicapai perusahaan pada tiap periode. Profitabilitas juga dapat menggambarkan tingkat kemampuan dan tingkat keberhasilan perusahaan yang diperoleh dari kegiatan bisnis seperti penjualan, kas, modal, jumlah cabang dan sebagainya. Hal itu mampu memberikan manfat baik bagi pemillik perusahaan, manajemen dan pemangku kepentingan lainnya (Dinagra & Sofie, 2023). Pratiwi & Aligarh, (2021) juga menyatakan berdasarkan teori sinyal jika perusahaan mempunyai laba atau profitabilitas yang tinggi maka saham tersebut nantinya akan diminati oleh para investor sehingga pendanaan kepada perusahaan semakin mudah.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka dapat hipotesis penelitian ini adalah:

H_1: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H_2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sumber data laporan tahunan perusahaan sektor *Consumer Non Cyclical* yang terdaftar dis BEI Periode 2020-2022. Teknik *purposive sampling* menjadi metode pengambilan sampel sehingga diperoleh 330 sampel. Penelitian ini terdiri dari dua variavel yaitu: 1) Variabel dependen, nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV (*Price Book Value)*; 2) variabel independen yaitu *leverage* yang diproksikan dengan DAR (*Debt to Asset Ratio*) dan DER (*Debt to Equity Ratio*)dan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA (*Return On Asset*) dan ROE (*Return On Equity*).Teknik analisis data dilakukan dengan uji statistik deskriptif, *outer model*, dan *inner model*. Pada pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian uji t. Pengujian dilakukan menggunakan WarpPLS 8. Model penelitian ini yaitu:

$$PBV = \alpha + \beta 1LEV + \beta 2PROF + \varepsilon$$

Flowcart Penelitian



Gambar 2. *Flowcart* Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

Tabel. 1 Descriptive Statistics

Variabel	Indikator	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NP	PBV	-0.821	2029.111	29.734	169.753
LEV	DAR	0.019	583.349	4.008	44.433
	DER	-10.251	92.500	2.262	7.113
PROF	ROA	-7.264	30.644	0.326	2.747
	ROE	-48.383	66.097	0.442	6.407

Sumber: Data diolah, 2024

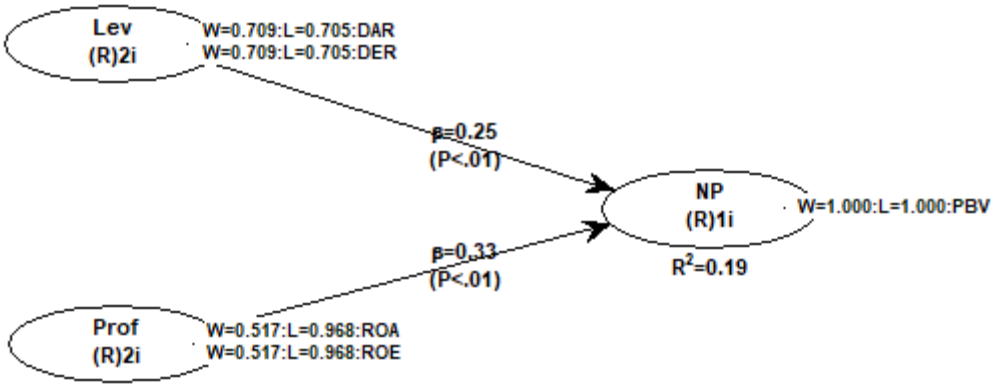
Pada tabel 1, variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV menunjukkan nilai minimum sebesar -0.821 tahun 2021 dan nilai maksimum sebesar 2029.111 pada tahun 2022 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Nilai mean sebesar 29.734 dan nilai std sebesar 169.753. nilai std lebih besar dari pada nilai mean sehingga menunjukkan sebaran data bersifat heterogen.

Variabel *leverage* yang diproksikan dengan DAR menunjukkan nilai minimum sebesar 0.019 PT Indo Pureco Pratama Tbktahun 2021 dan nilai maksimum sebesar 583.349 yang dimiliki MAIN pada tahun 2022. Nilai mean sebesar 4.008 dan nilai std sebesar 44.433. nilai std lebih besar dari pada nilai mean sehingga menunjukkan sebaran data bersifat heterogen. Selanjutnya, variabel *leverage* yang diproksikan dengan DER menunjukkan nilai minimum sebesar -10.251 dan nilai maksimum sebesar 583.349. Nilai mean sebesar 2.262 dan nilai std sebesar 7.113. Nilai std lebih besar dari pada nilai mean sehingga menunjukkan sebaran data bersifat heterogen atau data cenderung berfluktuatif.

Variabel profitabilitas diproksikan dengan ROA dan ROE. Pada indikator ROA, nilai minimum yaitu -7.264 dan nilai maksimum yaitu 30.644. Terdapat nilai mean yang lebih kecil dari pada standar deviasi yaitu 0.326 < 2.747 menunjukkan data bersifat heterogen. Pada indikator ROE, nilai minimum yaitu -48.383 dan nilai maksimum yaitu 66.097. Terdapat nilai mean yang lebih kecil dari pada standar deviasi yaitu 0.442 < 6.407 menunjukkan data bersifat heterogen.

Analisis Statistik PLS

Berdasarkan Gambar 2, variabel pertama atau konstruk (X_1) pada penelitian ini adalah *leverage* yang dibentuk oleh dua indikator yaitu DAR dan DER sebagai konstruk reflektif. Variabel kedua atau konstruk (X_2) pada penelitian ini adalah profitabilitas yang dibentuk oleh dua indikator yaitu ROA dan ROE sebagai konstruk reflektif. Terakhir yaitu Variabel ketiga atau konstruk (X_3) yang hanya dibentuk oleh satu indikator yaitu PBV.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran PLS

Outer Model

Tabel. 2 *Outer Loading*

Variabel	Indikator	P-Value	VIF	*Outer Loading*
NP	PBV	<0.001	0.000	1.000
LEV	DAR	<0.001	1.000	0.709
	DER	<0.001	1.000	0.709
PROF	ROA	<0.001	4.223	0.517
	ROE	<0.001	4.223	0.517

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data diatas menunjukkan bahwa nilai p-values dari seluruh indikator adalah <0,001 sehingga dapat diartikan bahwa indikator tersebut mampu mengukur variabel

latennya secara signifikan. Selain itu, indikator variabel dapat digunakan untuk mengukur variabel latennya dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

Nilai VIF dalam *outer model* merupakan nilai yang digunakan untuk mengetahui multikolinieritas antar indikator dalam suatu blok *reflective*. Secara umum nilai VIF dikatakan aman apabila <5. Berdasarkan hasil olah data menunjukkan bahwa nilai VIF pada seluruh indikator adalah sebesar <5 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar indikator tidak berkolerasi secara tinggi. Hal ini berarti bahwa tidak ada multikoleniaritas antar indikator.

Nilai *outer loading* pada seluruh indikator yang mewakili variabel laten memiliki nilai >0,5. Nilai tersebut diartikan bahwa indikator variabel memiliki hubungan yang kuat dengan variabel latennya. Hubungan ini dapat diinterpretasikan sebagai indikatortersebut mampu mengukur variabel latennya secara tepat sehingga dapat disimpulkan bahwa outer model dapat diterima.

Inner Model

Berdasarkan hasil olah data diatas menunjukkan bahwa indeks pada APC sebesar 0,029 dengan p-values <0,001. Sedangkan ARS diperoleh indeks 0,018 dengan p-values <0,001. Nilai indeks pada AVIF sebesar 1,010. Maka APC, ARS, dan AVIF telah memenuhi masing-masing kriteria sehingga dapat disimpulkan bahwa model inner dapat diterima.

Tabel. 3 *Model Fit Indecs*

	Indeks	*P-value*	Kriteria	Keterangan
APC	0.029	<0.001	P < 0,05	Diterima
ARS	0.018	<0.001	P < 0,05	Diterima
AVIF	1.010		<3,3	Diterima

Sumber: Data diolah, 2024

R-Square

Tabel. 4 *R-Square*

	R-Squared	Adj. R-Squared
Nilai Perusahaan	0,118	0,183

Sumber: Data diolah, 2024

Pada tabel 4 menunjukkan nilai R-Square sebesar 1.18%, artinya kekuatan model dalam menjelaskan variabel dependen tergolong lemah. Sehingga 98.2% variabel dependen dijelaskan oleh variabel lainnya.

Uji Hipotesis

Tabel. 5 Uji Hipotesis

	Path coefficients	*P- values*	Hasil
LEV	0.254	<0.001	Diterima
PROF	0.327	<0.001	Diterima

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai *P- values* untuk variabel *leverage* dan profitabilitas <0.05 yaitu <0.001 Sedangkan nilai *Path coefficients* menunjukkan hasil 0.254 dan 0.327. Kondisi ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya kedua hipotesis dinyatakan diterima.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis menunjukkan H_1 diterima yaitu *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa naiknya *leverage*, terlihat dari sudut pandang jumlah utang perusahaan serta manajemen utang yang efektif untuk pengembangan perusahaan. Ketika *leverage* dikelola dengan benar serta dimanfaatkan untuk mengembangkan perusahaan, maka minat investor akan naik sehingga meningkatkan harga saham serta nilai perusahaan. Selaras dengan asumsi teori sinyal yang menyatakan bahwa jika manajamen dapat mengelola utang dan asset dengan baik sehingga menghasilkan keuntungan ganda dengan pinjaman, maka menjadi pertanda baik bagi pemegang saham yang akan berinvestasi karena menganggap manajemen dapat dipercaya mengelola perusahaan (Zhafira & Tristiarini, 2024). Maka dapat disimpulkan bahwa jika *leverage* semakin meningkat, maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika *leverage* menurun maka nilai perusahaan juga akan semakin menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan Putri et al., (2021) dan Fatimah & Idayati, (2024) bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis menunjukkan H_2 diterima yaitu profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi nilai profitabilitas maka nilai perusahaan juga semakin meningkat. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memperkuat daya saing di antara perusahaan-perusahaan lainnya. Dengan melakukan investasi internal tambahan, perusahaan yang memiliki margin keuntungan yang solid akan mampu menciptakan produk baru dan memperluas basis pelanggannya (Zahrani et al., 2024). Selain itu menurut Alifian & Susilo, (2024) Profitabilitas mencerminkan nilai suatu perusahaan. Ketika perusahaan mencatatkan laba yang tinggi, hal ini menunjukkan prospek yang semakin positif, yang dapat menarik minat investor untuk berpartisipasi dan meningkatkan permintaan terhadap saham. Peningkatan permintaan saham ini pada gilirannya akan berkontribusi pada kenaikan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Fatimah & Idayati, (2024); Zahrani et al., (2024); Zhafira & Tristiarini, (2024); Izzah & Zaki, (2024); Simbolon et al., (2024); Rahma & Oktaviani, (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berikut adalah simpulan yang diperoleh dari hasil analisis dan pembahasan di atas:

1. *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan investor memiliki pandangan positif mengenai hutang perusahaan, yaitu tingginya rasa kepercayaan investor terhadap manajemen untuk mengelola dana yang berasal dari utang untuk mendapatkan keuntungan yang besar.
2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini menggambarkan pihak manajemen telah mengelola sumber daya yang dimiliki dengan baik sehingga dapat meningkatkan laba yang nantinya dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

Alifian, D., & Susilo, D. E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, *8*(1), 46–55. https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1914

Dianti, P. P. M., Putra, I. G. C., & Manuari, I. A. R. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage,

Kebijakan Dividen Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Kharisma*, *4*(3), 441–455.

Dinagra, L. lindung, & Sofie. (2023). Pengaruh Political Connection, Related Party Transaction Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *3*(1), 2095–2104. https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16407

Fadhilah, R., Idawati, W., & Praptiningsih. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akunida*, *7*(2), 190–202.

Fatimah, & Idayati, F. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *13*(5), 1–23.

Izzah, L., & Zaki, A. (2024). The Influence Of Profitability On Company Value With Dividend Policy As An Intervening Variable. *Journal of Economic, Business and Accounting*, *7*(3), 2597–5234. https://doi.org/10.47153/jbmr27.1632021

Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (JRMA)*, *8*(2), 1–13. https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48

Kusumaningrum, R. A., & Nahda, K. (2022). Pengaruh koneksi politik, profitabilitas, dan leverage terhadap perataan laba dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor pertambangan yang tercatat di BEI. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, *1*(4), 168–182. https://journal.uii.ac.id/selma/article/view/25273/14185

Mahardika, L. A. (2020). *penjualan turun, sentra food Indonesia (FOOD) berbalik merugi*. https://market.bisnis.com/read/20201128/192/1323666/penjualan-turun-sentra-food-indonesia-food-berbalik-merugi

Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, *2017*, 569–576. https://www.idx.co.id/

Pratiwi, H. R., & Aligarh, F. (2021). Pengaruh Koneksi Politik, Kepemilikan Keluarga, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *JAPP: Jurnal Akuntansi, Perpajakan, Dan Portofolio*, *01*(01), 12–22. http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/JAPP%0Ahttps://journal.umpo.ac.id/index.php/JAPP/article/view/PAR

Putri, D. E., Ilham, R. N., & Syahputri, A. (2021). Efek Mediasi Profitabilitas Pada Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, *5*(02), 1–12. https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2856

Rahma, F., & Oktaviani, R. F. (2024). dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Journal of Management and Social Sciences*, *3*(3), 44–59.

Rasyid, R. N., & Suwarno, A. E. (2024). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, *5*(1 SE-Articles), 660–667.

https://journal.yrpipku.com/index.php/msej/article/view/4129

Safitriani, A., & Yahya, A. (2023). *Pengaruh Tax Avoidance , Financial Distress Dan Political Connection Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan JII 70 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022)*.

Simbolon, A. Y., Sastrodiharjo, I., & Husadha, C. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, *1*(7), 389–403. https://doi.org/10.62335/p75hht81

Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Erlangga.

Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, *X*(1), 65–85.

Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *6*(1), 69. https://doi.org/10.32502/jab.v6i1.3422

Zahrani, P., Wahyu Hidayat, W., Supardi, S., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (2024). Pengaruh Profitabilitas (Putri Zahrani, dkk. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, *162*(2), 162–176. https://doi.org/10.5281/zenodo.13140721

Zhafira, M. R., & Tristiarini, N. (2024). Kebijakan Dividen Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas & Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *8*(1), 415–438. https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3693