

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Jeanne Yovita Carolin

Universitas Katolik Soegijapranata

Jeanneyovita31@gmail.com

Clara Susilawati

Universitas Katolik Soegijapranata

clara@unika.ac.id

Abstrak Nilai perusahaan berfungsi sebagai standar bagi aspek keuangan perusahaan. Nilai perusahaan dipengaruhi berbagai faktor, termasuk ukuran perusahaan, profitabilitas, serta leverage. Studi ini dibuat dengan tujuan mengidentifikasi pengaruh dari variabel – variabel tersebut atas nilai perusahaan transportasi & logistik yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2022. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan populasinya terdiri dari 25 perusahaan dan 96 sampel yang dipilih melalui purposive. Analisis data melalui regresi linear berganda program Eviews 12. Hasil penelitian menemukan ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas serta *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan.

Kata Kunci *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Nilai Perusahaan*

I. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan yakni komponen penting bagi manajer dan investor perusahaan. Investor cenderung melihat nilai perusahaan untuk melakukan penanaman modal. Tingginya nilai menarik investor dalam berinvestasi yang menghasilkan kenaikan harga saham perusahaan. Sementara itu, bagi seorang manajer nilai perusahaan menjadi acuan untuk menilai kinerja yang telah dicapai. Manajer juga berperan dalam pencapaian tujuan perusahaan melalui pembuatan kebijakan dan juga pengambilan keputusan yang dilakukannya. Memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan utama perusahaan, khususnya perusahaan *go public* berdasarkan pergerakan harga pasar saham (Dewi, 2018). Peningkatan kesejahteraan pemegang saham ditunjukkan oleh nilai perusahaan yang stabil dan tinggi dalam jangka panjang.

Ukuran perusahaan, profitabilitas, serta *leverage* adalah beberapa faktor yang berpengaruh pada nilai perusahaan. Besar atau kecil aset perusahaan menunjukkan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh atas nilai perusahaan sebab lebih besarnya perusahaan akan lebih mudah mendapat dana internal dan eksternal (Badrudien, 2017). Faktor lainnya yang berpengaruh atas nilai suatu perusahaan yakni profitabilitas. Kesanggupan suatu perusahaan mendapat keuntungan dari operasionalnya dalam jangka waktu tertentu disebut profitabilitas. Ketika perusahaan profitabilitasnya naik, maka nilai perusahaan turut meningkat sebab investor akan berinvestasi di perusahaan dengan keuntungan besar karena menyiratkan kondisi keuangannya sehat.

Faktor lain yang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan yakni *leverage*. *Leverage* dipergunakan dalam mengetahui besarnya aset suatu perusahaan dibiayai oleh

utang. Jika suatu perusahaan memiliki *leverage financial* tinggi karena jumlah utang yang ada dibanding aset yang dimilikinya, terdapat dugaan bahwa perusahaan tersebut memanipulasi data dalam laporan keuangan sebab kemungkinan besar perusahaan mengalami kesulitan dalam membayar utang sehingga hal tersebut mengindikasikan kinerja perusahaan yang buruk (Badruddien, 2017). Akibat dari hal tersebut yaitu harga saham perusahaan turun yang dapat berakibat pada menurunnya nilai perusahaan.

Studi sebelumnya oleh Wijaya (2019), serta Muharramah & Hakim (2021) menemukan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Tetapi temuan penelitian ini berbeda dari studi oleh Octavus & Adiputra (2020), Azizah & Widyawati (2021), dan Dewi & Praptoyo (2022) menemukan ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Maka ada perbedaan dari kedua penelitian tersebut. Kemudian hasil penelitian dari Arfin Taniman (2020), serta Sari & Sukadana (2021) menunjukkan *leverage* memengaruhi nilai perusahaan. Tetapi temuan tersebut berbeda dari studi oleh Febriani (2020), Dewi & Praptoyo (2022), dan Hidayat (2019) yakni *leverage* tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Karena hasil penelitian di atas belum konsisten, maka mendorong untuk dilakukannya penelitian ini dengan tujuan melakukan penelitian kembali efek dari ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* atas nilai perusahaan. Studi ini menarik diteliti kembali karena terdapat perbedaan dengan penelitian yang telah diteliti sebelumnya. Selain itu, studi ini menggunakan perusahaan sektor yang berbeda yaitu transportasi & logistik yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2022.

II. LANDASAN TEORI

1. *Signaling Theory*

Teori sinyal (*signaling theory*) disampaikan oleh (Spence, 1973) yakni pemilik informasi bisa memberi sinyal maupun isyarat dalam bentuk informasi mengenai kondisi perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh penerima (investor). Teori ini dapat berupa perilaku dari manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk untuk investor dalam memandang kondisi masa depan perusahaan. Asumsi dasar dari teori sinyal bahwa manajemen memiliki informasi nilai perusahaan yang pemegang saham tidak mengetahui. Informasi tersebut sangat berguna untuk investor dalam menanann modal pada suatu perusahaan.

Teori ini ada sebab terjadinya informasi yang tidak selaras dari manajer juga investor. Dari perspektif teori sinyal, asimetri informasi mencakup orang yang memperoleh informasi dan memberikan informasi tersebut berupa sinyal kepada orang luar yang tidak memiliki informasi tersebut namun ingin mengetahui informasinya (Connelly et al., 2011). Investor cenderung memberi harga saham yang lebih rendah bagi perusahaan apabila tidak memiliki cukup informasi. Maka, perusahaan tersebut bisa meningkatkan nilainya dengan mengurangi ketidakselarasan informasi (Nuswandari, 2009). Perusahaan bisa memberi sinyal bagi investor dengan informasi keuangan agar meminimalkan ketidakpastian keadaan perusahaan dan investor dapat menggunakan informasi ini saat membuat keputusan yang dapat berpengaruh pada nilai perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yakni keyakinan dari investor akan kinerja suatu perusahaan melalui harga sahamnya. Karena nilai perusahaan memengaruhi kemakmuran investor, peningkatan harga saham cenderung meningkatkan nilai perusahaan (Sarafina & Saifi,

2017). Mengoptimalkan nilai suatu perusahaan artinya juga menghasilkan keuntungan yang paling besar bagi pemegang sahamnya.

3. Ukuran Perusahaan

Jumlah aset milik perusahaan dapat menentukan besar kecilnya ukuran perusahaan (Nuraina, 2012). Besarnya perusahaan dianggap sebagai suatu komitmen manajemen perusahaan dalam usahanya memperbaiki dan mengendalikan perusahaan sehingga investor bisa tertarik untuk berinvestasi dan percaya bahwa perusahaan dapat memberi tingkat pengembalian yang setara dengan saham yang mereka miliki (Wirajaya, 2013).

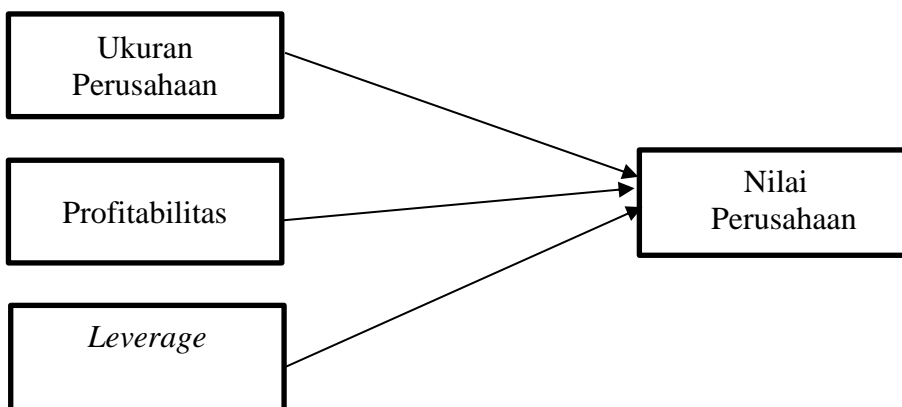
4. Profitabilitas

Kemampuan suatu perusahaan dalam mendapat keuntungan melalui investasi, aset, modal saham, serta penjualan dikenal sebagai profitabilitas (Novari & Lestari, 2016). Tingginya profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai tingkat risiko rendah yang menarik investor berinvestasi yang akhirnya meningkatkan nilai suatu perusahaan. Kemudian, tingginya profitabilitas memberi hal baik untuk investor bahwa perusahaan mempunyai prospek baik kedepannya dalam memperoleh laba di masa depan serta hal tersebut akan menaikkan penilaian investor yang berinvestasi dalam perusahaan dan juga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

5. Leverage

Leverage yakni rasio yang menunjukkan kesanggupan perusahaan mengatur utangnya untuk dapat mendapatkan laba serta membayar kembali utangnya (Sari & Sukadana, 2021). *Leverage* dipergunakan dalam mengukur aset yang dibiayai melalui utang dibanding modal yang dimilikinya. *Leverage* menjadi sebuah risiko bagi perusahaan dan sebaiknya sumber pendanaan internal dipergunakan dahulu daripada pendanaan eksternal (Meindarto & Lukiastuti, 2016).

KERANGKA KONSEPTUAL



PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dipergunakan dalam mengetahui kinerja suatu perusahaan. Sebab ukuran perusahaan terlihat melalui jumlah aset, penjualan, serta modal perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan artinya perusahaan dapat mengelola aset serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan yang dapat berkontribusi meningkatkan nilai

perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan juga artinya perusahaan bisa menggunakan sumber dana dari investor secara efisien (Sari, 2021). Hal tersebut sesuai dengan studi dari Novari & Lestari (2016), Dewi & Praptoyo (2022), Muharramah & Hakim (2021) menemukan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Hipotesis pertama yaitu :

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjukkan kesanggupan perusahaan mendapat keuntungan hasil aktivitas operasinya. Besarnya *profit* yang dimilikinya, maka besar kemungkinan nilai perusahaan meningkat karena profitabilitas tinggi menyiratkan efisiensi perusahaan dalam mendapat keuntungan. Selain itu, profitabilitas tinggi dari perusahaan menarik investor sebab *return* untuk investor akan tinggi dan hal tersebut dapat berpengaruh pada naiknya harga saham serta nilai dari perusahaan. Hal itu sejalan dengan studi dari Dewi & Praptoyo (2022), Wirajaya (2013), Marwa (2017) yang menemukan profitabilitas berpengaruh positif atas nilai perusahaan. Hipotesis kedua yakni :

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Leverage dan Nilai Perusahaan

Leverage diartikan sebagai utang yang dimanfaatkan perusahaan menjadi sumber pendanaan dalam membiayai operasionalnya dan mendapat keuntungan. *Leverage* bisa menaikkan nilai perusahaan jika dana yang didapat perusahaan dipakai secara efisien untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi daripada beban bunga dari utang. Dengan meningkatnya keuntungan, perusahaan dapat menggunakan keuntungan tersebut untuk melunasi kewajibannya dahulu daripada membagikan dividen kepada pemegang saham (Dewi & Praptoyo, 2022). Kemudian, nilai perusahaan dapat naik jika total utang sudah terdapat pada titik optimal (Wirajaya, 2013). Hal tersebut sesuai dengan studi dari), Sari & Sukadana (2021), Badruddien (2017). Hipotesis ketiga yakni :

H3: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

III. METODOLOGI PENELITIAN

Studi ini bersifat kuantitatif. Data dikumpulkan dengan dokumenter berupa data sekunder yakni didapat melalui sumber yang sudah ada. Data diambil dari *annual report* perusahaan transportasi & logistik tahun 2018 – 2022 dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yakni <http://www.idx.co.id> dan yahoofinance.com dan diolah dengan Microsoft Excel & Eviews 12.

Populasi yaitu sekumpulan orang yang memiliki ciri tertentu tertentu yang diambil peneliti. Studi ini menggunakan perusahaan transportasi & logistik yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2022. Sampel yakni bagian dari populasi teknik *purposive sampling* digunakan dengan syarat tertentu.

Tabel.1 Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	2018	2019	2020	2021	2022	Total
1	Perusahaan transportasi & logistik terdaftar di BEI tahun 2018 - 2022	23	25	28	29	32	137
2	Perusahaan tidak menerbitkan <i>annual report</i> tahun 2018 - 2022	-3	-3	-3	-3	-4	-16

3	Perusahaan tidak menerbitkan <i>annual report</i> dalam mata uang rupiah	-3	-3	-3	-3	-3	-15
4	Perusahaan datanya tidak lengkap	-3	-1	-2	-2	-2	-10
Jumlah Sampel		14	18	20	21	23	96

Tabel 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Ukuran Perusahaan	Mencerminkan seberapa besar atau kecil perusahaan	Ukuran Perusahaan = Ln (total asset)
Profitabilitas	Kesanggupan perusahaan memperoleh laba dari aktivitas operasionalnya	ROA = $\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$
Leverage	Penggunaan utang oleh perusahaan dalam membiayai operasionalnya	DER = $\frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$
Nilai Perusahaan	Nilai keseluruhan saham perusahaan pada periode tertentu	PBV = $\frac{\text{Harga Saham Penutupan}}{\text{Nilai Buku}}$

IV. HASIL PENELITIAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Bertujuan dalam melihat persebaran data penelitian. Analisis deskriptif diketahui dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum.

Tabel 3 Analisis Statistik Deskriptif

	SIZE	ROA	DER	NP
Mean	26.92073	-0.013781	1.035000	1.966563
Median	26.41000	0.010000	0.380000	0.935000
Maksimum	30.92000	2.072000	41.65000	22.25000
Minimum	24.76000	-1.538000	-7940000	-6.190000
Std. Dev	1.652725	0.299226	5.467902	3.706817
Skewness	0.934802	2.028442	4.836318	2.379246

Kurtosis	2.757798	32.59586	35.10799	11.94574
Jarque-Bera	14.21631	3569.493	4497.933	410.6783
Probability	0.000818	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	2584.390	-1.323000	99.36000	188.7900
Sum Sq. Dev	259.4926	8.505914	2840.306	1305.347
Observations	96	96	96	96

Berdasarkan uji analisis deskriptif statistik didapat PBV (nilai perusahaan) sebagai variabel dependen menunjukkan nilai minimum 6.190000 yakni PT Mitra Investindo Tbk. (MITI) pada 2019, sementara nilai maksimum sebesar 22.25000 yakni PT Sidomulyo Selaras, Tbk. (SDMU) pada 2022. Nilai perusahaan mempunyai nilai rata-rata 1.966563 dan standar deviasi 3.706817. Selanjutnya, Size (ukuran perusahaan) yang menjadi variabel independen dengan nilai minimum sebesar 24.76000 yakni PT Utama Radar Cahaya Tbk. (RCCC) pada 2022, nilai maksimum 30.92000 yakni PT Indomobil Multi Jasa Tbk. (IMJS) pada 2022, untuk nilai rata-rata 26.92073 serta standar deviasi sebesar 1.652725. Untuk ROA (*profitabilitas*) memiliki nilai minimum -1.538000 yakni PT PT Mitra Investindo Tbk. (MITI) pada 2019, dan nilai maksimum 2.072000 yakni PT Express Transindo Utama Tbk. pada 2021 dengan nilai rata – rata -0.013781 dan standar deviasi 0.299226. Variabel DER (*leverage*) dengan nilai minimum -7940000 yakni PT Steady Safe Tbk. pada 2019, nilai maksimum sebesar 41.65000 yakni PT Sidomulyo Selaras Tbk. (SDMU) pada 2022 dengan nilai rata-rata 1.035000 dan standar deviasi 5.467902.

2. Uji Chow

Bermaksud memilih model *common effect model* atau *fixed effect model* untuk memprediksi data panel.

Tabel 4 Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.761484	(23,69)	0.0000
Cross-section Chi-Square	78.012489	23	0.0000

Hasil uji Chow didapat nilai probabilitas $0.0000 < 0.05$. Hal ini menyatakan jika FEM (*fixed effect model*) adalah yang terbaik.

3. Uji Hausman

Digunakan sebagai penentu dari REM (*random effect model*) atau FEM (*fixed effect model*). Jika $p < 0.05$ digunakan *fixed effect model*, jika $p > 0.05$ digunakan *random effect model*.

Tabel 5 Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.737411	3	0.4339

Hasil Uji Hausman, probabilitas *cross section* yakni 0.4339 berarti nilai > 0.05 digunakan *random effect model*.

4. Uji Lagrange Multiplier

Bermaksud sebagai penentu dari REM (*random effect model*) atau CEM (*common effect model*) yang sesuai untuk memperkirakan data panel.

Tabe; 6 Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch - Pagan	22.12988 (0.0000)	0.177849 (0.6732)	22.30773 (0.0000)

Dalam uji ini membenarkan *random effect model* yakni model terbaik. Berdasarkan probabilitas Breusch-Pagan $0.0000 < 0.05$ dikatakan bahwa REM dipakai untuk menjadi model penelitian.

5. Uji T

Uji t (parsial) dipergunakan dalam mendapati pengaruh antar variabel.

Tabel 7 Uji T

Variabel	Coefficient	Prob.	R-squared	t-Statistic
C	17.22148	0.0073		2.745738
Ukuran Perusahaan	-0.586196	0.0138	0.632534	-2.511628
Profitabilitas	2.491441	0.0006		3.573271
Leverage	0.526013	0.0000		11.50156

Uji hipotesis ini didasari oleh model *Random Effect Model*. Studi ini menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas,serta *leverage* atas nilai perusahaan dengan probabilitas 0.05.

Tabel di atas menunjukkan hasil :

1. Hipotesis 1 ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Hasilnya menemukan probabilitas ukuran perusahaan $0.0138 > 0.05$ artinya ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh atas nilai perusahaan, maka H1 ditolak.
2. Hipotesis 2 profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian menemukan probabilitas $0.0006 < 0.05$ artinya profitabilitas memiliki pengaruh pada nilai perusahaan, sehingga H2 diterima.
3. Hipotesis 3 *leverage* memengaruhi nilai perusahaan. Hasil studi menemukan nilai probabilitas 0.0000 artinya ada pengaruh *leverage* atas nilai perusahaan, maka H3 diterima.
4. Nilai Adjusted R-Squared 0.632534 mengisyaratkan persentase pengaruh antar variabel yakni 63.2534%. Hasil ini menunjukkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* memengaruhi nilai perusahaan. Sementara 36.7466% dipengaruhi faktor yang tidak terdapat dalam studi ini.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil analisis data didapat nilai probability t-statistic dari ukuran perusahaan senilai $0.0138 < 0.05$, menunjukkan ukuran perusahaan tidak berdampak atas nilai perusahaan. Dalam berinvestasi, investor bukan hanya melihat jumlah aset perusahaan, namun melihat kinerja keuangan perusahaan tersebut dalam menilai kemampuan perusahaan untuk mendapat keuntungan di tahun mendatang. Ukuran perusahaan yang berpengaruh negatif dapat disebabkan karena investor. Besarnya ukuran perusahaan mengisyaratkan komitmen perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya yang nantinya investor dapat lebih tertarik pada saham perusahaan.

Hasil studi sesuai dengan penelitian Octavus & Adiputra (2020), Azizah & Widyawati (2021), dan Dewi & Praptoyo (2022) yakni ukuran perusahaan tidak berefek atas nilai perusahaan sebab investor beranggapan besarnya total aset perusahaan mengindikasikan bahwa laba ditahan akan lebih besar daripada pembagian dividen. Namun, Wijaya (2019), serta Muharramah & Hakim (2021) ukuran perusahaan berpengaruh atas nilai perusahaan karena besarnya ukuran perusahaan akan menaikkan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data didapat nilai probability t-statistic dari profitabilitas yang diukur melalui ROA senilai $0.0006 > 0.05$. Ada pengaruh signifikan dan nilai koefisiensi regresi variabel *profitabilitas* menunjukkan arah positif yang artinya tingginya *profitabilitas* perusahaan menarik investor dan mengindikasikan bahwa keuangan perusahaan baik yang menaikkan permintaan saham serta berpotensi menaikkan harga sahamnya dan menaikkan nilai perusahaan.

Hasil studi ini sesuai dengan Dewi & Praptoyo (2022), Novari & Lestari (2016), serta Wirajaya (2013) menemukan profitabilitas berefek positif atas nilai perusahaan. Hal itu sebab tingginya profitabilitas mengindikasikan keadaan perusahaan baik dan akan mendorong permintaan saham. Respon baik investor dapat menaikkan harga saham dan naiknya nilai perusahaan. Namun, Sari (2021) menemukan profitabilitas tidak memiliki pengaruh atas nilai perusahaan. Hal itu terjadi sebab ada faktor dari internal dan eksternal perusahaan yakni rendahnya nilai rata-rata dari nilai perusahaan dan adanya kondisi tertentu yang tidak bisa diminimalisir perusahaan sehingga tingginya profitabilitas tidak menjamin tingginya nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data yang didapat probability t-statistic dari *leverage* yang diukur melalui rasio DER senilai $0.0000 > 0.05$, maka terdapat pengaruh signifikan serta nilai koefisiensi regresi menunjukkan arah positif yang berarti perusahaan menggunakan utang sebagai penambah sumber pendanaan internal maupun eksternal yang dipergunakan dalam membiayai kegiatan operasionalnya serta digunakan untuk mengembangkan bisnisnya.

Hasil studi ini sesuai dengan Arfin Taniman (2020), Dewi & Praptoyo (2022), serta Sari & Sukadana (2021) menemukan *leverage* berdampak positif atas nilai perusahaan sebab keputusan perusahaan mempergunakan utang sebagai sumber pendanaan memengaruhi keberlanjutan perusahaan. Namun, Febriani (2020), serta Hidayat (2019) yang menemukan *leverage* berpengaruh negatif atas nilai perusahaan. Tingginya jumlah utang perusahaan daripada modal miliknya, maka hal tersebut cenderung untuk menurunkan harga saham serta meurunnya.

V. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian di atas, didapatkan ukuran perusahaan tidak berdampak atas nilai perusahaan transportasi & logistik yang terdaftar di BEI periode 2018 – 2022. Hal itu terjadi karena investor menanamkan modal, bukan hanya melihat total aset perusahaan namun mereka memperhatikan kinerja keuangan suatu perusahaan dari laporan keuangannya. Kemudian, *profitabilitas* yang diukur melalui ROA berdampak positif atas nilai perusahaan yang berarti dari tingginya laba perusahaan, investor beranggapan bahwa efisiensi manajemen perusahaan dalam mendapat laba operasionalnya baik. Kemudian untuk variabel *Leverage* yang diukur melalui rasio DER berpengaruh positif atas nilai perusahaan. Hal itu mengisyaratkan tingginya utang dari pihak internal maupun eksternal perusahaan untuk aktivitas operasional maka ke depannya perusahaan dapat semakin berkembang dan menghasilkan laba yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfin Taniman, J. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap. *Jurnal Paradigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(3), 1372–1379. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i3.9565>
- Azizah, D. G., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3731>
- Badruddien, Y., Gustyana, T. T., & Dewi, A. S. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *E-Proceeding Of Management*, 4(3), 1–8. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4901>
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of management*, 37(1), 39-67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(2). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4474>
- Dewi, N. C. (2018). Keputusan Inestasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2016). *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4). <https://doi.org/10.29264/jimm.v3i4.2450>
- Febriani, R. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 216–245. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i2.943>
- Hidayat, T., Triwibowo, E., & Marpaung, N. V. (2021). Pengaruh good corporate governance dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(01), 1-18. <https://doi.org/10.37366/akubis.v6i01.230>
- Marwa, A., Isyuardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). Intangible Asset, Profitabilitas, Dan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 9(2), 79-87. <https://doi.org/10.23969/jrak.v9i2.582>

- Meindarto, A., & Lukiastuti, F. (2016). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2014. *Telaah Bisnis*, 17(2), 145–168. <http://dx.doi.org/10.35917/tb.v17i2.53>
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 569–576. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5210>
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694. <https://media.neliti.com/media/publications/252428-pengaruh-ukuran-perusahaan-leverage-dan-ef0f53a8.pdf>
- Nuraina, E. (2012). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei). *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 51–70. <https://doi.org/10.26740/jaj.v4n1.p51-70>
- Nuswandari, C. (2009). Pengaruh Corporate Governance Perception Index Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 16(2), 70–84. <https://www.neliti.com/publications/24260/pengaruh-corporate-governance-perception-index-terhadap-kinerja-perusahaan-pada>
- Octavus, C., & Adiputra, I. G. (2020). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Asuransi Di Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 873–879. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9866>
- Sarafina, S., & Saifi, M. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Badan Usaha Milik Negara (Bumn) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(3), 108-117. <https://www.neliti.com/publications/187466/pengaruh-good-corporate-governance-terhadap-kinerja-keuangan-dan-nilai-perusahaa>
- Sari, D. K. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(4). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3870>
- Sari, N. M. W., Sukadana, I. W., & Widnyana, I. W. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Emas*, 2(1), 201–217. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1420>
- Spence, M. (1978). Job market signaling. In *Uncertainty in economics* (pp. 281-306). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-214850-7.50025-5>
- Wijaya, I. G. N. S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 123–129. <https://dx.doi.org/10.33366/ref.v7i2.1484>
- Wirajaya, A., & Dewi, A. S. M. (2013). Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 358-372. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/6233>