



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 9308-9319

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Usha Bevania¹, Dimita H.P. Purba², Tiur Rajagukguk³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

ushadewi23@gmail.com¹, dimitahppurba@gmail.com², tiurrajagukguk2021@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Populasi penelitian mencakup 128 perusahaan, sedangkan sampel ditentukan melalui teknik purposive sampling sehingga diperoleh 35 perusahaan dengan total 105 observasi. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang didukung oleh analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa kinerja keuangan perusahaan berperan penting dalam meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan kebijakan keuangan yang optimal serta bagi investor dalam mengambil keputusan investasi yang rasional dan berbasis informasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor penentu nilai perusahaan pada berbagai sektor industri di Indonesia. Penelitian ini juga mempertimbangkan konsistensi hasil dengan penelitian sebelumnya serta menguji kekuatan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan melalui nilai koefisien determinasi yang diperoleh. Hasil tersebut menunjukkan model mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara memadai dan relevan dengan kondisi pasar modal Indonesia. Secara umum hasil penelitian

Kata kunci: Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.

1. Latar Belakang

Nilai perusahaan (*Firm Value*) merupakan pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dilihat dari harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa pasar memiliki ekspektasi positif terhadap prospek perusahaan di masa depan untuk meningkatkan kepercayaan investor dan memudahkan perusahaan dalam mengakses sumber pendanaan eksternal. Maximalisasi nilai perusahaan menjadi tujuan utama manajemen karena berkaitan langsung dengan kemakmuran pemegang saham dan keberlanjutan usaha jangka panjang, sehingga identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menjadi krusial dalam pengambilan keputusan investasi dan kebijakan perusahaan. Penelitian ini menggunakan teori sinyal (*Signaling Theory*) pada nilai perusahaan yang menyatakan bahwa tindakan manajemen perusahaan memberi sinyal kepada investor mengenai pandangannya tentang kinerja perusahaan di masa depan.

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk menggunakan utang sebagai alat pembiayaan, sepanjang manfaat yang dihasilkan dari penggunaan utang tersebut lebih besar dibandingkan biaya yang ditimbulkan. *Leverage* digunakan untuk melihat sejauh mana perusahaan menggunakan dana pinjaman dalam struktur modalnya dan penggunaan *leverage* yang proposional juga dapat meningkatkan nilai perusahaan sebelum mencapai titik struktur modal yang optimal. Apabila tingkat *leverage* terlalu tinggi, maka dapat menurunkan nilai perusahaan akibat meningkatnya risiko keuangan. Penelitian ini menggunakan teori *trade-off* (*Trade-Off Theory*) pada *leverage* yang menjelaskan bahwa perusahaan bisa berutang apabila manfaat yang dihasilkan oleh utang lebih besar dari biaya yang ditimbulkan.

Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) merupakan indikator fundamental yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume bisnis dan total penjualan. Perusahaan dengan tingkat

pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung dipersepsikan memiliki *competitive advantage* dan kemampuan adaptasi yang baik terhadap dinamika pasar. Beberapa kasus, kenaikan penjualan justru diikuti peningkatan biaya operasional yang tidak terkendali, sehingga mengurangi efisiensi dan menekan laba bersih. Penelitian pertumbuhan penjualan ini menggunakan teori sinyal (*Signaling Theory*) yang menjelaskan bagaimana pertumbuhan penjualan yang baik dapat menjadi sinyal positif bagi investor dan kreditor mengenai kesehatan perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penggunaan aset maupun modal yang dimiliki. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola operasi, mengendalikan biaya, dan menciptakan nilai tambah. Berdasarkan perspektif nilai perusahaan, profitabilitas menjadi faktor fundamental yang secara langsung mempengaruhi persepsi investor karena laba merupakan sumber utama *return* bagi pemegang saham. Penelitian ini profitabilitas menggunakan teori sinyal, profitabilitas yang tinggi merupakan sinyal positif bagi investor karena menunjukkan kinerja manajemen yang efisien dan potensi pengembalian investasi yang menarik.

Tabel 1.1 Research Gap

Pengaruh Antar Variabel	Temuan	Peneliti
Pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai Perusahaan	Positif signifikan	Widati, (2023)
		Hamidah et al., (2023)
	Negatif signifikan	Susesti & Wahyuningtyas, (2020)
Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai Perusahaan	Positif Signifikan	Arum et al.,(2024)
		Fajriah et al., (2022)
	Negatif tidak signifikan	Santioso, (2025)
Pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan	Positif Signifikan	Ramadhan, Afri et al., (2024)
		Fauzi & Widyasari, (2022)
	Negatif Signifikan	Panjaitan & Supriyati, (2023)
		Andanarini et al., (2021)

Sumber: diolah oleh peneliti (2025)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah serta pembatasan masalah, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pertumbuhan pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *leverage*, pertumbuhan penjualan, profitabilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan pada peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari penjelasan yang telah ditulis diatas maka manfaat pada penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Diharapkan dapat digunakan menjadi bahan dan alat dalam melihat kondisi keuangan nilai perusahaan pada perusahaan.

2. Bagi Investor
Hasil penelitian ini juga berguna bagi para pemakai informasi laporan keuangan seperti para investor agar mempertimbangkan rasio-rasio keuangan dalam berinvestasi.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini di harapkan dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti-peneliti selanjutnya di bidang manajemen keuangan. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian lebih dengan menambahkan variabel lain atau memperluas objek penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan relevan dengan perkembangan kondisi keuangan perusahaan di masa yang akan datang.

Kajian Teori

Kerangka Teori

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Brigham dan Houston (2019:297) mengatakan bahwa teori sinyal adalah suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Teori ini menjadi alat pemberi informasi dari pihak internal kepada pihak eksternal. Mengatasi masalah ini manajemen perlu memberikan sinyal atau petunjuk kepada pihak yang berkepentingan melalui berbagai cara, salah satunya adalah dengan menerbitkan laporan keuangan yang transparan dan kredibel (Gitman *et al.*, 2021:18). Sinyal yang diberikan bisa berupa informasi keuangan seperti laporan laba rugi, atau informasi non-keuangan yang menggambarkan kondisi dan prospek masa depan perusahaan.

Teori *Trade-Off*

Menurut teori ini, penggunaan utang dapat memberikan keuntungan berupa penghematan pajak (*Tax Shield*) karena bunga pinjaman dapat mengurangi laba kena pajak (Brigham & Houston, 2021:456). Namun, di sisi lain, penggunaan utang yang berlebihan akan meningkatkan risiko keuangan dan kemungkinan terjadinya biaya kebangkrutan (*Financial Distress*), sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan (Gitman *et al.*, 2021:489).

Nilai Perusahaan

Definisi Nilai Perusahaan

Ghani *et al.*, (2023:421-429) menyatakan bahwa Tobin's Q sering digunakan sebagai indikator nilai perusahaan karena mampu memadukan informasi nilai pasar dan nilai buku aset, sehingga lebih komprehensif dalam menilai performa dan prospek perusahaan dibandingkan rasio keuangan konvensional. Penelitiannya pada sektor perkebunan Malaysia, Ghani dan rekan-rekan menemukan bahwa variabel-variabel seperti profitabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ketika diukur menggunakan Tobin's Q.

Pengukuran Nilai Perusahaan

Untuk menilai apakah suatu saham layak untuk dijadikan investasi, diperlukan ukuran yang dapat mencerminkan nilai perusahaan secara objektif. Terdapat beberapa rasio keuangan yang umum digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, di antaranya adalah *Price Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), dan Tobin's Q. Ketiga indikator ini membantu investor memahami sejauh mana perusahaan dinilai oleh pasar. Melalui rasio ini, investor dapat memahami prospek kinerjanya di masa mendatang.

Tobin's Q

Tobin's Q merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai seberapa efisien perusahaan dalam mengelola asetnya, baik aset berwujud maupun tidak berwujud. Rasio ini membandingkan antara nilai pasar perusahaan (gabungan dari nilai pasar ekuitas dan total utang) dengan total aset perusahaan. Nilai Tobin's Q yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dinilai efektif dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan dan memiliki prospek pertumbuhan yang baik (Dzahabiyya *et al.*, 2020:49). Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{Total Aset}}$$

Rasio Leverage

Definisi *Rasio Leverage*

Menurut Kasmir (2019:112), rasio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset Perusahaan dibiayai oleh utang.

Menurut Irfani (2020:192), rasio *leverage* adalah rasio kewajiban (utang) dibagi dengan aset atau modal sendiri. Rasio ini mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan pembiayaan melalui utang dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri untuk membiayai operasional dan investasi perusahaan. *Leverage*

menunjukkan proporsi penggunaan dana yang berasal dari eksternal (kreditor) terhadap dana internal (pemilik perusahaan).

Pengukuran Rasio *Leverage*

Terdapat beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* perusahaan. Setiap rasio memiliki fokus dan kegunaan yang berbeda. Pemilihan rasio tergantung pada tujuan analisis dan karakteristik perusahaan. Beberapa rasio yang umum digunakan adalah sebagai berikut:

Total *Debt to Asset Ratio*

Debt to Asset Ratio (DAR) merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Rasio ini menunjukkan seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Semakin tinggi rasio DAR maka semakin besar risiko yang dihadapi perusahaan karena ketergantungan terhadap utang semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah rasio ini maka semakin kecil risiko yang ditanggung perusahaan (Kasmir., 2021:156). Adapun rumus DAR tersebut yaitu:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Penelitian ini menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) untuk menilai *leverage*.

Rasio Pertumbuhan Penjualan

Definisi Rasio Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2020:106), pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu yang mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.

Fahmi (2021:87) mendefinisikan pertumbuhan penjualan sebagai perubahan total penjualan perusahaan baik peningkatan maupun penurunan yang dinyatakan dalam persentasi, dimana pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan posisi ekonominya dalam industri dan mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba.

Pengukuran Rasio Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari penjualan dari tahun sebelumnya dan tahun selanjutnya. Formula ini menghasilkan nilai persentase yang menggambarkan tingkat pertumbuhan atau penurunan penjualan perusahaan dalam periode tertentu, sehingga dapat digunakan sebagai indikator untuk mengevaluasi kinerja operasional dan daya saing perusahaan. Pengukuran pertumbuhan penjualan dilakukan dengan membandingkan selisih antara total penjualan periode saat ini dengan total penjualan periode sebelumnya, kemudian dibagi dengan total penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Tahun ini} - \text{Penjualan Tahun Lalu}}{\text{penjualan Tahun Lalu}}$$

Profitabilitas

Definisi Rasio Profitabilitas

Menurut Ross *et al.*, (2022:83) rasio profitabilitas untuk mengukur apa yang dihasilkan perusahaan (laba) relatif terhadap dasar tertentu, dan berada dalam kelompok rasio utama dalam analisis laporan keuangan.

Menurut Hanafi (2020:75), Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (laba) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas dalam suatu perusahaan merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan struktur modal perusahaan.

Pengukuran Rasio Profitabilitas

Return on Aset (ROA)

Menurut Kasmir (2021:201), *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (Return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Semakin tinggi rasio ROA menunjukkan bahwa perusahaan semakin efektif dalam memanfaatkan aktiva untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak. ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk beroperasi, perusahaan mampu memberikan laba bagi

perusahaan..

ROA dihitung dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total aset}}$$

Penelitian ini menggunakan ROA (*Return on Assets*) sebagai ukuran profitabilitas untuk membandingkan pendapatan bersih setelah pajak dengan total aset perusahaan yang dimiliki. ROA menunjukkan seberapa efisien perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aset yang diinvestasikan dalam operasional perusahaan. Rasio ini juga berfungsi untuk menilai tingkat pengembalian investasi bagi para investor dengan memberikan gambaran mengenai produktivitas aset dalam menghasilkan laba bersih. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menciptakan keuntungan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan investor.

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang cenderung menggunakan analisis dan landasan teori dalam penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2019:16). Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini dapat di klasifikasikan sebagai penelitian kuantitatif yang ditandai dengan penggunaan data numerik untuk menggambarkan besaran setiap variabel yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki katakteristik tertentu untuk dipelajari dan dianalisis (Sugiono, 2019:126). Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024. Total populasi dalam penelitian ini sebanyak 128 perusahaan sektor Barang Konsumen Primer yang *listing* pada Tahun 2022-2024. Pemilihan sektor ini didasarkan pada beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. Penelitian ini memakai data panel (*Pooled Data*) yaitu data ini merupakan gabungan antara *cross section* data dan *time series* data.
2. Data Tahun 2024 digunakan sebagai tahun akhir periode penelitian, dikarenakan waktu pengumpulan data, Bursa Efek Indonesia mempublikasikan laporan tahunan dan *IDX statistic* Tahun 2024.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi tersebut, (Sugiyono, 2019:127). Adapun teknik penetapan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang berturut-turut melaporkan laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024.
2. Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang berturut-turut menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya selama periode 2022-2024.
3. Perusahaan Barang Konsumen Primer yang tidak mengalami kerugian di Bursa Efek Indoneisa selama periode 2022-2024

Tabel 2.2 Kriteria Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Populasi penelitian: Perusahaan Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2022-2024	128
Kriteria untuk pengambilan sample:	
Kriteria 1: Perusahaan sektor Barang Konsumen Primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tidak konsisten menyajikan laporan keuangan yang komprehensif antara tahun 2022 – 2024	(20)
Kriteria 2: Perusahaan Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan mereka selama periode 2022 – 2024	(3)
Kriteria 3:	(70)

Perusahaan Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengalami kerugian selama periode 2022-2024	
Jumlah sample yang diperoleh	35
Jumlah pengamatan = 35×3	105

Sumber: diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 2.1 di atas menjelaskan proses pemilihan sampel penelitian dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Memeriksa jumlah populasi Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2022-2024. Hasil dari pemeriksaan tersebut, ditemukan 128 Perusahaan
2. 128 perusahaan tersebut, kemudian diteliti lagi perusahaan yang tidak berturut-turut mempublikasikan laporan keuangan. Hasilnya terdapat 20 perusahaan yang tidak konsisten mempublikasikan laporan keuangannya.
3. Populasi 108 perusahaan tersebut diteliti lagi perusahaan yang tidak berturut-turut menggunakan satuan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya selama periode 2022-2024. Hasilnya diperoleh 3 perusahaan.
4. Dari 105 perusahaan tersebut diteliti lagi Perusahaan yang mengalami kerugian pada periode 2022-2024. Hasilnya diperoleh 70 perusahaan.
5. Secara keseluruhan jumlah sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 35 sampel selama 3 Tahun dan 105 data pengamatan yang siap untuk diuji.

Teknik Analisis Data

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019:147).

Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif untuk mengolah dan menyajikan data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik data yang telah dikumpulkan melalui berbagai ukuran statistik tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono, 2019:147)

Uji Asumsi Klasik

Suatu metode penelitian dikatakan baik apabila memenuhi standar tertentu yang mampu menghasilkan temuan yang relevan dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Penelitian ini menggunakan proses analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan SPSS. Sebelum dilakukan analisis utama, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, yang kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent* secara bersamaan (Ghozali, 2021:95).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Ghozali, 2021:95). Menurut Sugiyono (2019:206), pengujian hipotesis dapat dilakukan secara parsial dan simultan untuk memberikan gambaran lengkap mengenai hubungan antar variabel dalam model penelitian. Penelitian ini menggunakan tiga metode pengujian yaitu uji t untuk pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel *dependent*. Setiap pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) sebagai dasar pengambilan keputusan statistik (Ghozali, 2021:98).

3. Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik setelah Transformasi Data
 Uji Normalitas Setelah Transformasi Data

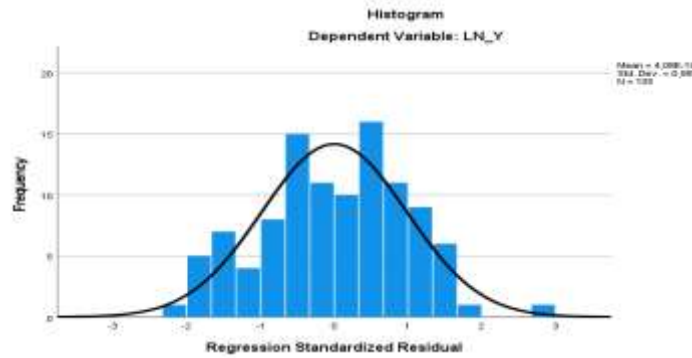
Tabel 3.1 Uji Normalitas Setelah Transformasi Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		105	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,09489974	
Most Extreme Differences	Absolute	,082	
	Positive	,049	
	Negative	-,082	
Test Statistic		,082	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,076	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,082	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,075
		Upper Bound	,089

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari pengujian diatas diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*, dimana nilai probabilitasnya yaitu 0,082 dengan demikian nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka asumsi normalitas dalam penelitian ini terpenuhi.

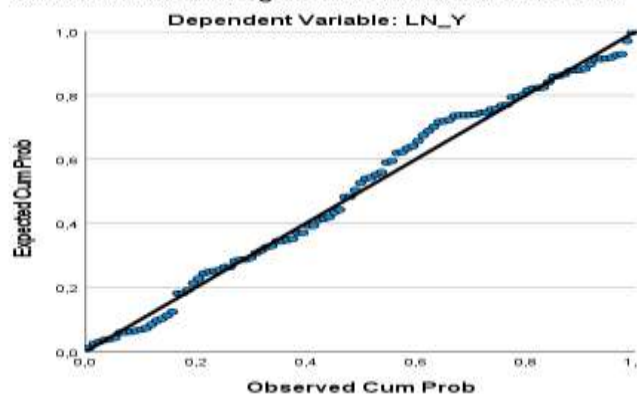
Gambar 3.1 Grafik Histogram setelah Transformasi Data



Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa grafik histogram menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal.

Gambar 3.2 Grafik P-Plot setelah Transformasi Data
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

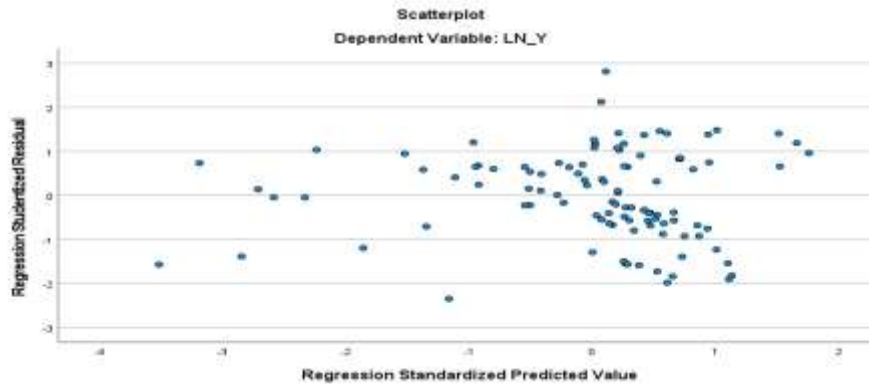


Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari hasil tampilan grafik *Normal P-Plot Regression* di atas dapat dilihat titik-titik menyebar dekat dari garis diagonal yang menunjukkan data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Uji Heteroskedastisitas Setelah Data Trimming

Gambar 3.3 Scatterplot setelah Transformasi Data



Sumber: Data diolah SPSS 27

Berdasarkan Gambar 3.3 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Hasil pengujian dari uji heteroskedastisitas dengan uji *white* setelah data *triming*, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.2 Uji Heteroskedastisitas setelah Transformasi Data

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,512 ^a	,262	,209	1,33943

a. Predictors: (Constant), X1X2X3, X2_Kuadrat, LN_X3, X1_Kuadrat, LN_X2, LN_X1, X3_Kuadrat
 b. *Dependent Variable*: U2T

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari Tabel 4.8 diatas, dapat *Chi Square* hitungnya adalah 9,17 yang dapat dari sampel dikalikan R square dan *Chi square* tabelnya adalah 14.017 yang ada pada tabel *Chi Square* dari dk=7 dan taraf signifikansi 5%. jadi $9,17 < 14,017$, yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas Setelah Data *Triming*

Tabel 3.3 Uji Multikolinieritas setelah Transformasi Data

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	LN_X1	,960	1,041
	LN_X2	,963	1,038
	LN_X3	,985	1,015

a. *Dependent Variable*: LN_Y

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari Tabel 4.9 pengujian sesudah data variable dan data lag, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF < 10 dan disamping itu hasil perhitungan nilai *tolerance* tidak ada variable *independent* yang memiliki nilai kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variable variable karena hasil memenuhi kriteria yang ditetapkan.

Uji Autokolerasi Setelah Data *Triming*

Tabel 3.4 Uji Autokorelasi setelah Transformasi Data

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,512 ^a	,262	,209	1,33943	1,629

a. Predictors: (Constant), X1X2X3, X2_Kuadrat, LN_X3, X1_Kuadrat, LN_X2, LN_X1, X3_Kuadrat
 b. *Dependent Variable*: U2T

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari Tabel 4.8 di atas hasil uji autokorelasi diperoleh nilai dw sebesar 1,905, maka diketahui bahwa nilai tersebut menuhi syarat pengujian autokorelasi. Dengan kriteria pengujian adalah $dU < d < (4-dU)$, hasil uji

autokorelasi menunjukkan bahwa nilai d_w (1,905) lebih besar dari d_U (1,7411) dan nilai $4-d_U$ (2,2589). Jadi $1,7411 < 1,905 < 2,2589$, berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi pada model regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3.5 Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,902	,422		2,137	,035
	LN_X1	,059	,067	,081	,879	,382
	LN_X2	-,015	,098	-,014	-,156	,876
	LN_X3	,457	,101	,412	4,515	,000

a. *Dependent Variable: LN_Y*

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari pengujian diatas hubungan antara variabel *independent* yaitu *leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), pertumbuhan penjualan yang diprosikan dengan *Sales Growth* (SG) dan profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA) terhadap variabel *dependent* yaitu nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q (Y) diukur dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 0,902 + 0,059X_1 - 0,015X_2 + 0,457X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut digambarkan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 0,902 menunjukkan apabila tidak ada variabel *independent* yakni *leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), pertumbuhan penjualan yang diprosikan dengan *Sales Growth* (SG) dan profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA) terhadap variabel *dependent* yaitu nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022 – 2024 dalam penelitian ini akan menjadi 0,902.
2. Koefisien regresi *leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) sebesar 0,059.
3. Koefisien regresi pertumbuhan penjualan yang diprosikan dengan *Sales Growth* (SG) sebesar -0,015.
4. Koefisien regresi profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA) sebesar 0,457.

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji signifikan Parsial (uji-t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas (*independent*) secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Untuk mengetahui apakah variabel *independent* dalam model regresi berpengaruh terhadap variabel *dependent*, maka dilakukan pengujian dengan uji t (*t test*). Kriteria pengujianya adalah:

1. $H_0: b_i = 0$, tidak ada pengaruh variabel *leverage*, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap variabel *dependent* yaitu nilai perusahaan.
2. $H_a: b_i \neq 0$, ada pengaruh variabel *leverage*, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap variabel *dependent* yaitu nilai perusahaan.

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ($\lambda = 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut.

1. H_0 diterima Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
2. H_a diterima Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Untuk mendapat nilai t_{tabel} diperoleh dengan cara sebagai berikut:

Tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan (df) = (n-k-1)

n = jumlah sampel, n = 105; k = jumlah variabel yang digunakan, k = 3

Derajat kebebasan / *degree of freedom* (df) = (n-k-1) = 105 - 3 - 1 = 101

Maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.98373 serta t_{hitung} dan nilai signifikansinya sebagai berikut

Tabel 3.6 Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,902	,422		2,137	,035
	LN_X1	,059	,067	,081	,879	,382
	LN_X2	-,015	,098	-,014	-,156	,876
	LN_X3	,457	,101	,412	4,515	,000

a. *Dependent Variable: LN_Y*

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari hasil uji t yang disajikan pada tabel 4.12 dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan
Leverage yang diproksikan dengan DAR mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,382 > 0,05$ artinya tidak berpengaruh signifikan, sedangkan nilai t_{hitung} diperoleh sebesar $0,879 <$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1.98373. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya DAR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.
2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan
 Pertumbuhan Penjualan yang diproksikan dengan SG mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,876 > 0,05$ artinya tidak berpengaruh signifikan, sedangkan nilai t_{hitung} diperoleh sebesar $-0,156 <$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1.98373. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya SG berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
 Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan, sedangkan nilai t_{hitung} diperoleh sebesar $4,515 >$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1.98373. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Tabel 3.7 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25,881	3	8,627	6,989	,000 ^b
	Residual	124,670	101	1,234		
	Total	150,551	104			

a. *Dependent Variable*: LN_Y

b. *Predictors*: (Constant), LN_X3, LN_X2, LN_X1

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari hasil uji ANOVA (*Analysis of Varians*) atau uji F, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6,989 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,69 dengan df pembilang = 3, dan df penyebut = 101 dan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan *Sales Growth* (SG) dan profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) terhadap variabel *dependent* yaitu nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Berdasarkan hasil uji statistik pada Tabel 4.13 di atas dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf yang ditentukan $\alpha = 0,05$ mengindikasikan bahwa antara *leverage*, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022–2024.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,415 ^a	,172	,147	1,11104

a. *Predictors*: (Constant), LN_X3, LN_X2, LN_X1

b. *Dependent Variable*: LN_Y

Sumber: Data diolah SPSS 27

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) diatas artinya bahwa variabel *leverage*, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas dapat menjelaskan pengaruh terhadap nilai Perusahaan sebesar 17,2% sisanya 82,8% faktor-faktor lainnya seperti ukuran perusahaan, pertumbuhan Perusahaan, kebijakan deviden.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variable *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,059 dengan nilai signifikansi sebesar $0,382 > 0,05$

artinya tidak signifikan. Dengan demikian H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya, *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan, sehingga *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022– 2024. Artinya, peningkatan penggunaan utang cenderung meningkatkan nilai Perusahaan, tetapi pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik. Dengan demikian, *leverage* belum mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variable pertumbuhan penjualan yang diprosikan dengan *Sales Growth* (SG) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar -0,015 dengan nilai signifikansi sebesar $0,876 > 0,05$ artinya tidak signifikan, Dengan demikian H_a ditolak dan H_0 diterima. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022– 2024. Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif karena pertumbuhan penjualan yang tidak diikuti efisiensi biaya dapat menurunkan profitabilitas dan nilai Perusahaan dan tidak signifikan karena investor lebih fokus pada profitabilitas aktual.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variable profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA) memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,457 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan profitabilitas yang diprosikan dengan return on asset berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022– 2024. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan Perusahaan laba menjadi faktor utama yang diperhatikan investor, karena profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja Perusahaan yang baik dan prospek yang menjanjikan, sehingga mendorong peningkatan nilai Perusahaan.

Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil uji simultan (uji-F), diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,989 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima mengindikasikan bahwa antara *leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), pertumbuhan penjualan yang diprosikan dengan *Sales Growth* (SG) dan profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022– 2024. Ketika investor ini dilihat bersamaan, investor memperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang kinerja dan prospek Perusahaan, sehingga secara keseluruhan berdampak positif terhadap nilai Perusahaan. Meskipun secara parsial ada variabel yang lemah, kombinasinya tetap memberikan sinyal positif. Secara simultan signifikan karena investor menilai Perusahaan secara menyeluruh, bukan dari satu indikator saja dan kelemahan satu variabel ditutupi oleh variabel lain yang lebih kuat.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* (DAR) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q), sedangkan pertumbuhan penjualan (SG) berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Sebaliknya, profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,172 menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan 17,2% variasi nilai perusahaan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan profitabilitas melalui efisiensi pengelolaan aset dan kinerja operasional guna meningkatkan nilai perusahaan. Investor diharapkan lebih mempertimbangkan aspek profitabilitas dalam pengambilan keputusan investasi. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian, menambah variabel lain, serta menggunakan periode penelitian yang lebih panjang agar hasil lebih komprehensif.

Referensi

1. Andanarini, D., Savitri, M., Kurniasari, D., & Mbilyora, A. (2021). *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019)*. Jurnal Akuntansi.
2. Arum, W., Hidayat, W. W., & Supardi, S. (2024). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar di Bei Periode 2018-2022)*. Jurnal Manajemen.
3. Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (13th ed.). Boston: Cengage Learning.
4. Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage Learning.

5. Dzahabiyya, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. D. M. (2020). *Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin ' s Q*. Jurnal Manajemen.
6. Fahmi, I. (2020). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung. Alfabeta.
7. Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). *Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan*. Jurnal Manajemen.
8. Gitman, J.; L., Zutter, J.; C., Smart, & B, S. (2021). *Principles of Managerial Finance*. Pearson Education.
9. Gusti, N., & Suaryana, I. G. A. (2020). *The Effect of Company Sizes , Sales Growth , And Profitability On Firm Values*. 6, 265–271.
10. Hamidah, U. P., Sundarta, I., & Syukur, D. A. (2023). The Effect of Company Size, Company Growth, Leverage and Profitability on Firm Value (Empirical Study of Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022). *Jurnal HARMONI: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.32832/jharmoni.v2i1.14864>
11. Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis:Teori dan Aplikasi* (Bernadine (ed.)). PT Gramedia Pustaka Utaman.
12. Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Revisi). Rajawali Pers.
13. Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
14. Panjaitan, I. V., & Supriyati, D. (2023). The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable. *Research of Finance and Banking*, 1(1), 34–46. <https://doi.org/10.58777/rfb.v1i1.34>
15. Ramadhan, Afri, S., Buchdadi, Dharmawan, A., & Siregar, Suryawan, M. E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017 – 2022. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 1818–1834.
16. Santioso, L. (2025). *The Effect Of Profitability , Company Size , Sales Growth And Leverage On Firm Value*. 3(1), 299–309.
17. Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
18. Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2020). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020*. 1.
19. Widati, L. W. (2023). *Pengaruh leverage , profitabilitas , pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur industri barang konsumsii*. 7(1), 171–184. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>