



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: 9529-9541

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

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perindustrian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024

Erheina Cristy Br Tambunan¹, Thomas Sumarsan Goh², Saur Meliana Sipayung³

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

erheinatambunan@gmail.com¹, gohtho@gmail.com², saurpavung12@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan Ln Total Aset (LnTA), Leverage yang diproksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER), serta Sales Growth yang diproksikan dengan pertumbuhan penjualan dibandingkan periode sebelumnya (t-1). Variabel dependen yang digunakan adalah Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sebanyak 43 perusahaan sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sementara itu, Leverage dan Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara simultan, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Sales Growth berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan ukuran perusahaan tidak selalu diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan, serta faktor leverage dan pertumbuhan penjualan belum mampu memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada sektor perindustrian selama periode penelitian.

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Leverage, Sales Growth, Nilai Perusahaan.

1. Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan indikator penting terhadap suatu perusahaan dan merupakan kepercayaan yang di bentuk oleh masyarakat terhadap seberapa besar kinerja dan prospek suatu perusahaan karena berhasil membangun kepercayaan masyarakat sebagai konsumen. Perusahaan yang berhasil jika dikatakan mampu memberikan manfaat yang jelas dan mendapat pengakuan secara publik oleh pelaku konsumen yang telah dibangun bertahun-tahun, merupakan suatu pencapaian yang menjadi tujuan berdirinya suatu perusahaan. Karena dengan meningkatnya kepercayaan publik, maka kesejahteraan pemilik perusahaan meningkat juga, serta kestabilan kondisi perusahaan menyebabkan seluruh kegiatan di perusahaan juga berjalan dengan baik. Nilai perusahaan juga sering dikaitkan dengan harga saham dimana jika harga saham menurun begitu juga dengan nilai perusahaan karena kondisi nilai perusahaan yang meningkat tercermin juga dari harga sahamnya yang ikut meningkat.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang sering digunakan untuk membedakan besar kecilnya suatu perusahaan dengan cara dengan pengklasifikasian. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin banyak juga investor yang masuk dan bersedia untuk menanamkan modalnya terhadap perusahaan tersebut yang dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset pada umumnya disebabkan karena anggapan manajer bahwa perusahaan yang dimiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relatif stabil dan mampu menghasilkan laba yang besar. Skala bagi besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan melalui ukuran perusahaan (firm size). Ukuran perusahaan dibedakan dalam 2 kategori yaitu besar dan kecil. Pengukuran *firm size* dapat menggunakan tolak ukur jumlah total aset dan kapitalisasi pasar atau *market value*

Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aktiva menggunakan rumus : Ukuran

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perindustrian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024

Perusahaan = Ln (Total Assets). Ukuran perusahaan memiliki relevansi yang positif terhadap nilai perusahaan dimana, perusahaan yang cenderung besar dapat dengan mudah mengakses ke dalam pasar modal, cenderung memiliki reputasi yang jauh lebih baik, serta memiliki kemampuan secara finansial untuk memperluas bisnis. Selain ukuran perusahaan, untuk mengukur nilai suatu perusahaan dapat dilihat dari *leverage*.

Leverage merupakan penggunaan hutang untuk membiayai aset dan operasi perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan potensi keuntungan atau profit meningkat bagi para pemegang saham yang ikut berperan dalam meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. *Leverage* ini juga menggambarkan seberapa besar tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam memberikan modal untuk membiayai aset dan juga aktivitas operasionalnya. Pada umumnya perusahaan menggunakan utang (*leverage*) untuk memperluas skala bisnis, meng-*expand* atau mengembangkan usaha, serta meningkatkan daya beli aset tanpa harus bergantung terhadap ekuitas atau modal sendiri sepenuhnya. Biasanya dana diperoleh melalui pinjaman dari bank, menerbitkan surat berharga pendapatan tetap untuk memperoleh dana pinjaman yang kemudian digunakan untuk membeli perlengkapan, aset serta berfungsi untuk mendanai investasi dengan harapan investasi tersebut memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pinjaman (bunga) dari bank.

Sales growth merupakan variabel yang digunakan sebagai alat ukur terhadap peningkatan persentase pendapatan yang berasal dari penjualan suatu produk dan juga layanan di dalam suatu Perusahaan di dalam kurun ataupun periode waktu tertentu, baik itu secara tahunan, triwulanan, dan juga bulanan. *Sales Growth* juga digunakan untuk mengukur kinerja, keefektifan strategi pemasaran, melakukan perencanaan keuangan dan juga indikator yang penting bagi para investor, untuk dapat memahami potensi pertumbuhan suatu Perusahaan serta Kesehatan finansial suatu Perusahaan tersebut. *Sales Growth* juga berperan sebagai indikator untuk menarik para investor dan mitra bisnis dalam mengembangkan tujuan dan prospek perusahaan dalam meningkatkan keberlanjutan kualitas perusahaan.

Tabel 1. 1 *Research Gap*

<i>Issue</i>	Peneliti	Temuan	<i>Research Gap</i>
Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Maharani & Dewi (2022)	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada sektor properti.	Terdapat perbedaan hasil penelitian Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan
	Napitupulu <i>et al.</i> (2024)	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kondisi keuangan, namun berbeda antar sektor industri.	
Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Kinerja Keuangan	Candra & Kusumawardani (2024)	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan	Terdapat perbedaan hasil penelitian <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan.
	Dintia <i>et al.</i> (2025)	<i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	
Pengaruh <i>Sales Growth</i> terhadap Kinerja Keuangan	Maharani & Dewi (2022)	<i>Sales growth</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan.	Terdapat perbedaan hasil penelitian <i>Sales Growth</i> terhadap nilai perusahaan
	Dintia <i>et al.</i> (2025)	<i>Sales growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	

Sumber: data diolah penulis (2025)

Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena penelitian terdahulu, adapun rumusan masalah yang ditarik oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan ?
3. Apakah *Sales Growth* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan, *leverage*, dan *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pada perumusan masalah diatas, adapun yang menjadi tujuan peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Sales Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Sales Growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan manfaat penelitian yang telah ditulis diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, anatara lain sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Perusahaan
Dari hasil penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat dan menjadi bahan pertimbangan di dalam pengambilan keputusan di dalam manajerial perusahaan, tekhususnya dalam menentukan struktur modal (*Leverage*), dan juga dapat mengatur ukuran perusahaan, serta diharapkan mampu memberikan kontribusi dala meningkatkan pertumbuhan penjualan (*Sales growth*) perusahaan. Dengan dapat memahami dengan baik pengaruh variabel variabel independen diatas terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen, pihak manajemen perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan di sektor Perindustrian.
2. Bagi Investor
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan bagi investor dan bagi para calon investor terhadap faktor faktor internal yang dapat memengaruhi nilai perusahaan di sektor Perindustrian. Melalui hasil penelitian ini juga, diharapkan investor dapat lebih selektif di dalam menilai kinerja dan juga prospek perusahaan tersebut, sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang tepat dan rasional berbasis data keuangan.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pengalalaman empiris dibarengi dengan pemahaman secara mendalam bagi peneliti di dalam menganalisis hubungan antara ukuran perusahaan, *leverage*, *sales growth* terhadap nilai perusahaan. Selain itu juga, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat kemampuan bagi peneliti dalam mengaplikasikan teori manajemen keuangan dengan metode penelitian kuantitatif secara nyata di dalam suatu perusahaan di masa mendatang.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan bahan perbandingan di dalam penelitian selanjutnya bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik dan juga judul yang serupa, baik pada sektor perindustrian yang sama dengan peneliti maupun sektor lainnya dengan menambahkan variabel-variabel lainnya yang turut menjadi topik penelitian selanjutnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya dapat membantu sebagai bahan referensi, tetapi mampu memperkaya literatur secara empiris di bidang manajemen keuangan dan dapat mengembangkan nilai perusahaan di Indonesia.

Kajian Teori

Kerangka Teori

Teori Signal (Signaling Theory)

Sementara itu, Manggale & Widyawati (2022:11) juga berpendapat semakin tingginya tingkat *leverage* akan menunjukkan pada investor bahwa perusahaan tersebut tidak *solvable* maka investor memiliki respon yang negatif terhadap sinyal tersebut. Apabila tingkat *leverage* suatu perusahaan menunjukkan total hutangnya rendah, maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut.

Teori *Trade Off* (Trade Off Theory)

Menurut Modigliani & Miller, (1963:123) dalam Herdiani et al. (2021:7) titik optimal berdasarkan *trade off theory* ialah saat kegunaan dari utang yang meningkat lebih tinggi dari pengorbanan yang dikerahkan sehingga secara langsung kegunaan dari pemanfaatan hutang tersebut mendorong nilai perusahaan meningkat. Pada *trade off theory* juga dijelaskan bahwa penggunaan utang yang terlalu tinggi akan meningkatkan biaya *financial distress*, hal ini mengindikasikan bahwa risiko perusahaan juga akan lebih tinggi sehingga berdampak negatif terhadap nilai perusahaan khususnya yang diukur dengan *price earning ratio* (PER).

Nilai Perusahaan

Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Irawanndan Kusuma (2019:9) dalam Cahyani & Tyas (2025:3) berpendapat bahwa nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap suatu tingkat keberhasilan perusahaan dimana sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga apabila harga saham tinggi maka nilai perusahaan pun cenderung meningkat.

Sementara itu Yulianti & Ramadhan (2022:3-4) berpendapat bahwa nilai suatu perusahaan merupakan salah satu tolak ukur apakah manajemen perusahaan dapat menyakinkan pemegang saham akan keberhasilan dari operasi masa lalu dan peluang maju pada masa depan perusahaan.

Indikator dari Nilai Perusahaan

Berikut merupakan indikator indikator yang digunakan untk mengukur atau memperkirakan nilai perusahaan secara tidak langsung:

Tobin's Q

Tobin's Q mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan dengan nilai penggantian asetnya (biaya untuk membeli kembali semua aset perusahaan). Rasio ini memberikan wawasan tentang profitabilitas perusahaan, efisiensi pasar, dan peluang investasi.

$$Tobin's Q = \frac{\text{Nilai Pasar Perusahaan}}{\text{Nilai Penggantian Aset}}$$

Atau:

$$Tobin's Q = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Nilai Buku Utang}}{\text{Nilai Buku Total Aset}}$$

Peneliti memutuskan menggunakan indikator Tobin's Q sebagai proksi di dalam penelitian ini karena Tobin's Q tidak hanya memperhatikan aspek nilai buku ekuitas seperti PBV, melainkan juga ikut memperhitungkan struktur modal secara keseluruhan. Tobin's Q merupakan salah satu indikator yang komprehensif untuk menilai kinerja perusahaan karena memperhitungkan nilai pasar saham dan nilai utang. Oleh karena itu, penggunaan proksi ini lebih tepat untuk mengukur nilai perusahaan, terutama yang berkaitan dengan variabel *leverage*.

Ukuran Perusahaan

Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Noviliyan (2016:3) dalam Anggita (2022:5), ukuran perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan dikarenakan semakin besar ukuran atau skala dari perusahaan, maka perusahaan juga akan semakin mudah mendapatkan sumber pendanaan nantinya. Besarnya total aset yang dimiliki perusahaan akan memiliki pengaruh langsung dalam aktivitas perusahaan dalam meningkatkan keuntungan atau laba yang menyebabkan adanya peningkatan pengembalian (return) yang didapatkan perusahaan, hal tersebut berarti pada suatu perusahaan yang mendapatkan ukuran perusahaan besar nantinya di pasar modal dianggap lebih mampu dan mudah dalam mendapatkan sumber pendanaan dikarenakan perusahaan tersebut telah memiliki penilaian yang baik dari para investor.

Indikator dari Ukuran Perusahaan

Menurut Riska Andreani Syafarudin et al. (2023:14) Indikator dari ukuran perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, secara umum indikator yang paling sering digunakan oleh ukuran perusahaan antara lain adalah:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{Total Aset})$$

Logaritma natural digunakan untuk memperhalus nilai total aset yang sangat besar dan sering digunakan untuk membandingkan perusahaan secara lebih proporsional.

Berdasarkan indikator indikator yang mempengaruhi ukuran perusahaan diatas, peneliti menggunakan total asset sebagai proksi yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan karena indikator ini paling komprehensif dalam menggambarkan skala operasi perusahaan yang besar dan bervariasi untuk menormalkan data.

Leverage

Pengertian *Leverage*

Fahmi (2017:127) menyatakan rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Rahmah, S. Kom., M.Si. & Bagaskoro (2021) berpendapat bahwa *leverage* merupakan penggunaan asset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan pemegang saham.

Indikator Dari *Leverage*

Menurut Kasmir (2019:155) metode pengukuran *leverage* secara umum terdapat 5 (lima) jenis yaitu :

Debt to Equity Ratio (DER)

digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total ekuitas. *Debt to equity ratio* (DER) dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

Berdasarkan indikator indikator diatas, penelitian memilih untuk menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai proksi, karena DER mampu menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu membiayai asetnya menggunakan hutang dibandingkan dengan modal perusahaan itu sendiri. Selain itu DER juga mencerminkan struktur permodalan perusahaan secara lebih jelas, sehingga dapat memperlihatkan tingkat resiko keuangan yang menjadi tanggung jawab pemegang saham di dalam suatu perusahaan.

Sales Growth

Pengertian Dari *Sales Growth*

Sabita & Mildawati (2020:4) berpendapat bahwa *Sales growth* merupakan perubahan penjualan per tahun, selain itu sales growth dapat didefinisikan pula sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Semakin tinggi angka *sales growth* maka perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan yang bagus. Sedangkan menurut Manggale & Widyawati Dini (2021:4) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan bersih dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode untuk memprediksi seberapa besar perusahaan mendapatkan keuntungan.

Indikator Yang Memengaruhi *Sales Growth*

Rumus Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth Rate*)

Ini adalah rumus paling dasar dan paling sering digunakan. Rumus ini menghitung persentase perubahan total penjualan antara dua periode waktu.

$$\text{Rumus : } \frac{\text{Penjualan Periode Ini} - \text{Penjualan Periode Sebelumnya}}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}} \times 100\%$$

Dari indikator indikator yang memengaruhi *Sales Growth* diatas, peneliti memilih untuk menggunakan *sales growth rate* sebagai proksi , karena *sales growth* tersebut mampu menghitung seluruh jumlah penjualan secara rinci berdasarkan periode yang dibutuhkan pertumbuhan penjualannya. Proksi tersebut juga dapat membantu suatu perusahaan untuk mencatat pertumbuhan penjualan dengan baik.

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian

Menurut Veronica et al. (2022:6) penelitian hakikatnya merupakan kegiatan mencari kebenaran berdasarkan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki oleh seseorang. Kegiatan tersebut bisa saja terdiri dari pengamatan fenomena, penyelidikan, pencarian data, sampai dengan tahap menganalisis berdasarkan fakta dan bukti yang diperoleh sehingga pada akhirnya dapat diambil suatu keputusan.

Populasi dan Sampel

Populasi

“Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang keseluruhan subjek atau objek memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran generalisasi di dalam suatu penelitian Wahyu Purwanza et al. (2020:5)”. Populasi dalam penelitian ini, meliputi seluruh Perusahaan Sektor Perindustrian Tahun 2022-2024, sebanyak 65 perusahaan. Penggunaan rentang waktu dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2022 hingga tahun 2024 dengan alasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini memakai data panel (data pooled) yaitu data ini merupakan gabungan antara *cross section* data dan *time series* data.
2. Data tahun 2022 digunakan sebagai tahun awal periode dengan harapan akan diperoleh data yang lebih objektif dari tahun sebelumnya.
3. 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

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling sendiri ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Melalui sampel yang sudah ditentukan diharapkan penelitian tersebut memperoleh memperoleh hasil penelitian yang jelas dan rinci. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 2. 1 Kriteria Pengambilan Sampel

NO	Keterangan	Jumlah
	Populasi Penelitian Perusahaan Yang Tergolong Dalam Perusahaan Sektor Perindustrian Yang Terdaftar Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024	65
1	Kriteria 1:	(14)
	1.Perusahaan Sektor Perindustrian yang belum terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024	
2	Kriteria 2:	(6)
	2.Perusahaan Sektor Perindustrian yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024	
3	Kriteria 3:	(2)
	Perusahaan Sektor Perindustrian yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam bentuk rupiah selama periode 2022-2024	
Jumlah Sampel Penelitian :		43
Jumlah Pengamatan Penelitian (43 x 3 tahun)		129

Sumber : Diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 3.1 di atas menjelaskan proses pemilihan sampel penelitian dengan langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Memeriksa jumlah populasi Perusahaan Sektor Perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2022-2024. Dari Hasil pemeriksaan tersebut, ditemukan ada 65 Perusahaan Sektor Perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
2. Dari 65 perusahaan tersebut, kemudian diteliti lagi Perusahaan Sektor Perindustrian yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia Selama periode 2022-2024. Hasilnya terdapat 14 perusahaan yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia Selama periode 2022-2024.
3. Kemudian dari 65 perusahaan tersebut, diteliti lagi Perusahaan Sektor Perindustrian yang terdaftar tidak di Bursa Efek Indonesia yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2022-2024.

- Hasilnya terdapat 6 perusahaan yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024.
4. Selanjutnya dari 65 perusahaan tersebut diteliti lagi Perusahaan Sektor Perindustrian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tidak Menyajikan Laporan Keuangan dalam Bentuk Rupiah di Bursa Efek Indonesia selama Periode 2022-2024. Sehingga hasil yang diperoleh 2 perusahaan yang tidak mencatat laporan keuangan dalam bentuk rupiah.
 5. Secara keseluruhan jumlah sampel yang memenuhi kriteria selama 3 tahun adalah 43 perusahaan. Dengan demikian, jumlah observasi data penelitian yang siap untuk diteliti adalah sebanyak 3 tahun (mulai dari tahun 2022 sampai dengan 2024) dikalikan dengan 43 perusahaan yang telah memenuhi kriteria sampel, sehingga total pengamatan adalah sebanyak 129 observasi data penelitian yang siap untuk diuji.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahap awal sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Tujuan uji ini adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), yaitu model regresi yang memiliki sifat tidak bias, efisien, dan linier. Adapun pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi:

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data residual dari model regresi terdistribusi secara normal. Residual adalah selisih antara nilai yang diamati dengan nilai yang diprediksi oleh model regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen di dalam model regresi. Model yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel bebas, karena hal itu dapat menyebabkan kesalahan dalam penentuan pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen.

Uji Autokorelasi

. Menurut Ghozali (2018:111), autokorelasi berarti adanya hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan dan pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Teknik ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar perubahan yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh perubahan variabel-variabel independen secara bersama-sama.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan kebenaran dugaan yang diajukan peneliti berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu. Hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji menggunakan hasil analisis regresi guna menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Pengujian dilakukan dengan dua jenis uji statistik, yaitu uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan). Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil dari pengujian hipotesis ini akan menentukan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak berdasarkan tingkat signifikansi yang ditetapkan.

3. Hasil Penelitian

Uji Normalitas setelah Data *Outlier* dan Transformasi

Hasil pengujian dari uji normalitas dengan menggunakan analisis pengujian statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* setelah data *outlier* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.1 Uji Normalitas setelah Data *Outlier* & Transformasi
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

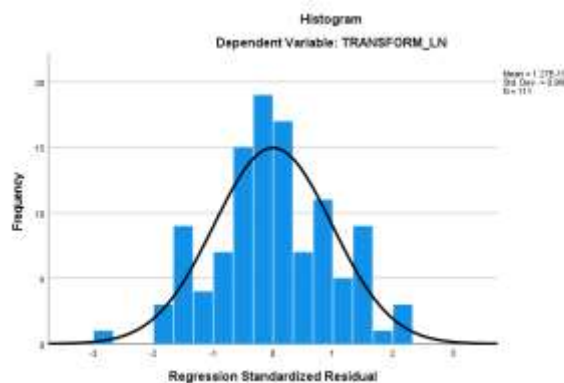
		Unstandardized Residual	
N		111	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000	
	Std. Deviation	.59565375	
Most Extreme Differences	Absolute	.050	
	Positive	.050	
	Negative	-.045	
Test Statistic		.050	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.709	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.697
		Upper Bound	.720

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 303130861.

Sumber : Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Tabel 3.1 , hasil uji normalitas setelah dilakukan data outlier & transformasi, diperoleh hasil uji normalitas nilai *asym, Sig (2-tailed)* dengan nilai *sig* 0,200 > $\alpha(0,05)$ sehingga dapat diartikan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi normal.

Gambar 3.1 Grafik Histogram setelah Data *Outlier* & Transformasi

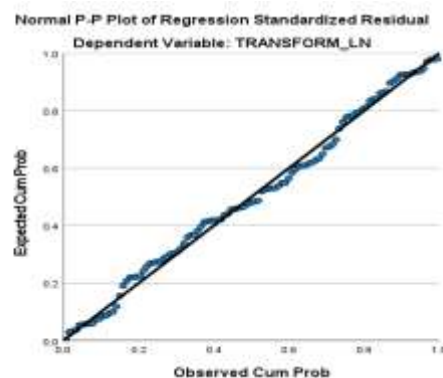


Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Gambar 3.1 dapat grafik histogram di atas dapat terlihat bahwa kurva tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan, hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi dengan normal.

Berikut ini adalah hasil pengujian dengan grafik *Normal Probability Plot* setelah dilakukan data *outlier* & transformasi.

Gambar 3.2 Normal P-P-Plot Setelah Data *Outlier* & Transformasi



Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Gambar 3.2 dapat dilihat bahwa grafik pada *normal probability plot*, titik-titik menyebar cukup dekat pada garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi dalam model regresi penelitian ini.

Uji Multikolinearitas Setelah Data Outlier & Transformasi

Tabel 3.2 Uji Multikolinearitas setelah Data *Outlier* & Transformasi

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ukuran perusahaan	.945	1.058
	Leverage	.968	1.033
	Sales Growth	.922	1.084

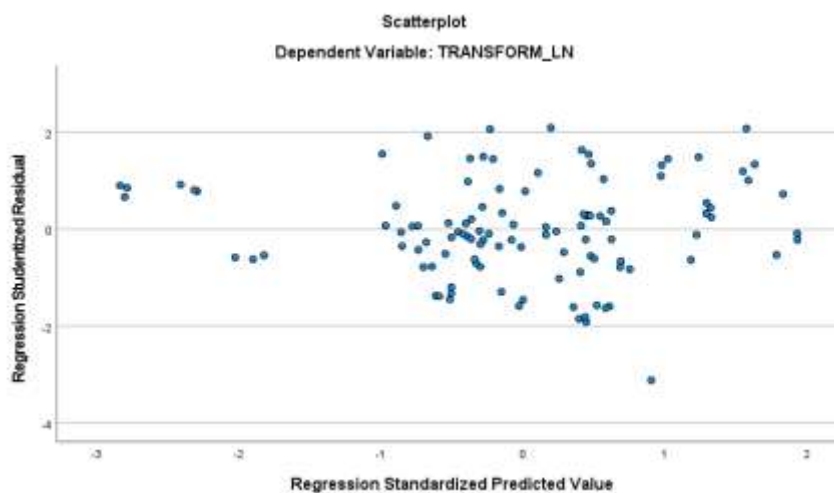
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Tabel 4.7 nilai tabel setelah dilakukan data *outlier* dan transformasi di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *VIF* < 10 dan disamping itu hasil perhitungan nilai *Tolerance* tidak ada variabel independen yang memiliki nilai kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen karena hasil memenuhi kriteria yang ditetapkan.

Uji Heterokedastisitas setelah Data *Outlier* & Transformasi

Gambar 3.3 *Scatterplot* Setelah Data *Outlier* & Transformasi



Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Gambar 3.3, terdapat pola yang tidak begitu jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel 3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Setelah Data *Outlier* & Transformasi

Correlations

	Ukuran perusahaan	Leverage	Sales Growth	Unstandardized Residual
Ukuran perusahaan	Correlation Coefficient	1.000	.096	.178
	Sig. (2-tailed)	.	.316	.062
	N	111	111	111
Leverage	Correlation Coefficient	.096	1.000	.112
	Sig. (2-tailed)	.316	.	.243
	N	111	111	111
Sales Growth	Correlation Coefficient	.178	.112	1.000
	Sig. (2-tailed)	.062	.243	.
	N	111	111	111
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.033	.132	.017
	Sig. (2-tailed)	.732	.167	.857
	N	111	111	111

Sumber: Data SPSS 27,2026

Berdasarkan Tabel 3.3, nilai signifikansi dari koefisien regresi LnTA (X1), *debt to equity ratio* (X2), dan *sales growth* (X3) masing masing adalah 0,732 selanjutnya 0,167 dan 0,857 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala atau masalah heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi Setelah Data *Outlier* & Transformasi

Tabel 3.4 Hasil Uji Autokorelasi Setelah Data *Outlier* & Transformasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.273 ^a	.075	.048	.60728	1.037

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

b. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Tabel 3.4, hasil uji autokorelasi adalah nilai DW 1.107 dimana observasi sebesar 111 dan variabel independen (K) berjumlah 3, sehingga tabel DW didapat nilai dl sebesar 1,6355 dan du sebesar 17463. Dengan demikian $DW < dL$ atau $1.107 < 1.6355$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala autokorelasi.

Dalam mengatasi terjadinya autokorelasi maka diperlukam perbaikan, oleh karena itu perbaikan terjadinya autokorelasi dapat dilihat dari nilai rho (ρ) yang dapat diestimasi dengan beberapa cara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cochrane-Orcutt* (C-O), nilai rho (ρ) didapatkan dengan menggunakan rumus $LAG = (RES_1)$, setelah diketahui nilai rho (ρ) maka nilai rho (ρ) 0,481 maka satuan tersebut digunakan untuk mentransformasi dengan rumus $LAG = variabel - (0,481 * LAG(variabel))$. Dengan transformasi tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.5 Uji Autokorelasi *Cochrane – Orcutt* (C – O) Setelah *Outlier* & Transformasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.297 ^a	.088	.062	.52753	1.790

a. Predictors: (Constant), LAG_X3, LAG_X2, LAG_X1

b. Dependent Variable: LAG_Y

Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Tabel 4.10 di atas diperoleh nilai *Durbin Watson* adalah sebesar 1,790 dengan nilai dL sebesar 1,6355, nilai dU sebesar 1,7463 dan nilai 4-dU sebesar 2,2537. Dengan demikian $Du < DW < (4-dU)$ atau $1,7463 < 1,790 < 2,2537$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3.6 Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.268	3.031		2.728	.007
	LN_X1	-2.521	.887	-.270	-2.842	.005
	LN_X2	.012	.181	.006	.066	.948
	LN_X3	.058	.408	.014	.142	.888

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Tabel 11, hasil uji analisis statistik pada colom Unstandardized Coefficients bagian B diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7476>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

$$\text{Tobins}'Q = 8,268 - 2,521 X_1 + 0,012 X_2 + 0,058 X_3$$

Dari persamaan di atas menyatakan bahwa:

1. Nilai konstanta adalah nilai 8,268, hal ini dapat diartikan apabila variabel LnTA, DER, dan Sales (t-1) konstanta, maka *Tobins'Q* pada perusahaan sektor perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2022-2024 adalah sebesar 8,268 satuan.
2. LnTA mempunyai koefisien regresi sebesar -2,521 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan ukuran perusahaan yang diukur dengan LnTA maka akan menurunkan *Tobins'Q* sebesar 2,521 sataun pada perusahaan manufaktur sektor perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2022-2024.
3. *Debt to Equity Ratio* mempunyai koefisien regresi sebesar 0,012 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan yang diukur dengan DER maka akan menaikkan *Tobins'Q* sebesar 0,012 satuan pada perusahaan perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2022-2024.
4. *Sales*(t-1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,058 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan sales growth yang diukur dengan *sales* (t-1) maka akan menaikkan *Tobins'Q* sebesar 0,058 satuan pada perusahaan perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2022-2024.

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Tabel 3.7 Uji Parsial (Uji t) Setelah Data *Outlier* & Transformasi

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.728	.007
	LN_X1	-2.842	.005
	LN_X2	.066	.948
	LN_X3	.142	.888

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Diolah oleh SPSS 27,2026

Dari tabel 3.7, diatas dapat dilihat bahwa secara parsial :

1. Nilai t_{hitung} LnTA sebesar $|-2,842| <$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1,98238 atau nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara parsial variabel LnTA berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka H_1 dtolak dan H_0 diterima.
2. Nilai t_{hitung} DER sebesar $0,066 <$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1,98238 atau nilai signifikansi sebesar $0,948 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara parsial variabel DER tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka H_2 ditolak dan H_0 diterima.
3. Nilai t_{hitung} Sales(t-1) sebesar $0,142 <$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1,98238 atau nilai signifikansi sebesar $0,888 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara parsial variabel *Sales* (t-1) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka H_3 ditolak dan H_0 diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Tabel 3.8 Uji Simultan (Uji F) Setelah Data *Outlier* & Transformasi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.147	3	1.049	2.844	.041 ^b
	Residual	39.091	106	.369		
	Total	42.238	109			

a. Dependent Variable: LN_Y

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

Sumber : Diolah oleh SPSS 27, 2026

Berdasarkan Tabel 3.8 diketahui bahwa nilai signifikansi $0,041 < 0,05$ artinya signifikan, dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $2,844 > 2,69$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya berpengaruh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran perusahaan (LnTA), Leverage (DER), dan Sales Growth (Sales(t-1)) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor perindustrian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2024.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2) Setelah Data *Outlier* & Transformasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.273 ^a	.075	.048	.60728

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

b. Dependent Variable: LN_Y

Sumber : Diolah oleh SPSS 27,2026

Berdasarkan Tabel 3.9 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang diperoleh $-0,048$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan rasio aktivitas mampu menjelaskan nilai perusahaan sebesar 4,8% sedangkan sisanya 96,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Leverage dan Sales Growth tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Sales Growth berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Nilai *adjusted R2* sebesar 0,048 mengindikasikan bahwa variabel independen hanya mampu menjelaskan 4,8% variasi Nilai Perusahaan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, dan good corporate governance, serta memperluas periode atau fokus sektor agar hasil lebih komprehensif. Investor diharapkan tidak hanya mempertimbangkan ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan, tetapi juga memperhatikan struktur modal dan risiko leverage. Perusahaan disarankan mengelola struktur pendanaan secara optimal dengan menyeimbangkan penggunaan utang dan modal sendiri guna memaksimalkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Referensi

1. Aditia Putri, S., Surya Abbas, D., & Ervianni Zulaecha, H. (2022). Pengaruh Leverage Ukuran Perusahaan Profitabilitas Terhadap Fee Audit. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 46–59.
2. Anggita, K. T. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan*.
3. Cahyani, N., & Tyas, M. (2025). *Farida Idayati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
4. Darmawan, I. G. A. S., & Susila, G. P. A. J. (2022). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi Di Bursa Efek Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi Di Bursa Efek Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19, Volume 8*, 515. www.idx.co.id
5. Dian Ambarawati Putu, Wati, Novitasari, & Dewi, S. (2024). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Likuiditas, Kualitas Laba Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. *Pengaruh Kepemilikan Volume 6* (Vol. 6 No. 2 (2024): Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (Kharisma)), 552.
6. Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (H. Dimas, Ed.; 6 Edition). Alfabeta.
7. Herdiani, N. P., Badina, T., & Rosiana, R. (2021). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan*. 16(2), 87–106. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
8. Manggale, N., & Widyawati Dini. (2021). Pengaruh Return On Equity, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Pengaruh Return On Equity, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan, Vol.10* (Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan), 2.
9. Pradanimas, A., & Sucipto, A. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Harga Saham Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Harga Saham Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening, Volume 7* (Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan), 101.
10. Putri, M., & Noor, A. (2022). Rizkione,+11.+Aspy. *Pengaruh Earning Per Share, Profitabilitas, Leverage, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia (Bei), 19 No.2* (Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan), 1–9.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7476>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

11. Putu, P., Dianti, M., Gede, I., Putra, C., Ayu, I., & Manuari, R. (N.D.). *Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 4(3), 2022.
12. Sabita, J. H., & Mildawati, T. (2020). *Titik Mildawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
13. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Rahidzat, Ed.). Cv.Afabeta.
14. Syahzuni, B. A., & Meilandari Edwani, V. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Modal Kerja Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(11), 1–7. www.idx.com
15. Veronica, A., Abas, M., Hidayah, N., Sabtohad, D., Marlina, H., & Mulyani, W. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Hidayanti & S. Syafni Aulia, Eds.). Pt. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id
16. Wahyu Purwanza, S., Mufidah, A., Wardhana, A., Reni Renggo, Y., Kabubu Hudan, A., Setiawan, J., Darwin, Badia'ah, A., & Putri Sayekhti, S. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. In A. Munandar (Ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi* (Issue Penegrtian Populasi Kuantitatif). Cv. Media Sains Indonesia.
17. Yulianti, V., & Ramadhan, Y. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, Vol.7, No.3*(Pengertian Dari Nilai Perusahaan), 1–15.