



Contents lists available at [insancendikia.or.id](https://insancendikia.or.id)

# ARBITRASE

(Journal of Economics, Accounting, Management and Business)

ISSN : 3124-8985

Journal homepage: <https://ojs.insancendikia.or.id/index.php/Arbitrase>



## Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2021-2025

Dinda Meyza Aulia<sup>1</sup>, Rosento<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

### Article Info

#### Keyword:

*Firm Size, Profitability, Firm Value, Consumer Non-Cyclicals, Indonesia Stock Exchange.*

### ABSTRACT

*Firm value is an important indicator of a company's ability to create and maximize shareholder wealth. This study aims to examine the effects of firm size and profitability on firm value among Consumer Non-Cyclicals companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2025 period. This study employed a quantitative approach using secondary data obtained from companies' annual reports and financial statements through documentation techniques. Data were analyzed using multiple linear regression, partial tests (t-tests), simultaneous tests (F-tests), and the coefficient of determination. The results show that firm size has a positive and significant effect on firm value, indicating that larger companies tend to have higher market valuations. Profitability also has a positive and significant effect on firm value, suggesting that a company's ability to generate profits contributes to an increase in its market value. Furthermore, firm size and profitability simultaneously have a significant effect on firm value. These findings highlight the importance of effective asset management and improved profitability in enhancing firm value. The study provides practical implications for corporate management in formulating financial strategies aimed at strengthening company performance and increasing investor confidence.*



© 2020 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

**Dinda Meyza Aulia**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

Email: [dindameyza18@gmail.com](mailto:dindameyza18@gmail.com)

## Pendahuluan

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham. Nilai perusahaan juga menjadi pertimbangan investor dalam menilai kinerja, prospek pertumbuhan, serta keberlanjutan perusahaan. Harmono (2018) menjelaskan bahwa apresiasi pasar terhadap kinerja perusahaan dapat tercermin melalui pergerakan harga saham yang terbentuk berdasarkan mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal (Verry, 2024). Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin kuat pula kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya pada masa mendatang. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi salah satu tujuan strategis yang perlu diperhatikan oleh manajemen.

Salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam aktivitas perekonomian adalah sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Perusahaan dalam sektor ini menyediakan berbagai kebutuhan pokok masyarakat sehingga permintaan terhadap produknya relatif stabil meskipun terjadi perubahan kondisi ekonomi (Hidayat & Banjarnahor, 2024). Sektor *Consumer Non-Cyclicals* mencakup berbagai bidang usaha, antara lain industri makanan dan minuman, kebutuhan rumah tangga, serta produk perawatan pribadi (Tanova et al., 2025). Karakteristik tersebut menjadikan sektor ini relatif tahan terhadap perubahan siklus ekonomi karena konsumsi masyarakat terhadap kebutuhan primer tetap berlangsung (Barsyah & Hermi, 2025). Meskipun demikian, kestabilan permintaan produk tidak selalu diikuti oleh kestabilan nilai perusahaan.

Fenomena tersebut terlihat dari perkembangan nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan sampel selama periode 2021–2025. Rata-rata PBV PT Kalbe Farma Tbk., PT Soho Global Health Tbk., dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk. meningkat dari 2,60 kali pada tahun 2021 menjadi 2,70 kali pada tahun 2022. Namun, rata-rata PBV menurun menjadi 1,85 kali pada tahun 2023 dan kembali turun menjadi 1,22 kali pada tahun 2024. Pada tahun 2025, nilai tersebut meningkat menjadi 1,50 kali. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* masih mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa karakteristik permintaan yang relatif stabil belum sepenuhnya mampu menjamin kestabilan penilaian investor terhadap perusahaan.

PBV menunjukkan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku saham perusahaan. Rasio ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana pasar memberikan penilaian terhadap kondisi dan prospek suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV, semakin tinggi pula apresiasi pasar terhadap perusahaan tersebut (Hayat & Debataraja, 2024). Harga saham yang terbentuk di pasar modal juga merupakan salah satu bentuk respons investor terhadap kinerja perusahaan (Meidiyustiani, 2023). Dengan demikian, perubahan nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi eksternal, tetapi juga berkaitan dengan faktor fundamental yang berasal dari dalam perusahaan. Dua faktor yang relevan untuk dianalisis dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya skala suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui sumber daya yang dimilikinya. Perusahaan dengan total aset yang lebih besar umumnya dinilai memiliki kapasitas operasional, akses pendanaan, serta kemampuan menghadapi risiko bisnis yang lebih baik (Choirunissa & Ratnasari, 2025). Ukuran perusahaan juga dapat menjadi pertimbangan investor dalam menilai stabilitas dan prospek perusahaan (Nasihin et al., 2025). Berdasarkan Signaling Theory, karakteristik perusahaan dapat memberikan sinyal kepada pihak eksternal mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Perusahaan dengan skala yang lebih besar dapat memberikan sinyal positif karena diasosiasikan dengan sumber daya yang lebih kuat, stabilitas finansial, serta kemampuan mempertahankan kegiatan operasional (Wantikasari & Septiani, 2025). Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan kepercayaan investor dan selanjutnya memengaruhi nilai perusahaan.

Selain ukuran perusahaan, profitabilitas merupakan faktor fundamental yang menjadi perhatian investor. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset, ekuitas, maupun aktivitas operasionalnya (Apriliana et al., 2025). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan. Dalam perspektif Signaling Theory, informasi mengenai peningkatan laba dapat menjadi sinyal positif bagi investor mengenai kondisi keuangan dan prospek perusahaan (Nur et al., 2024). Semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin besar kemungkinan investor memberikan penilaian positif terhadap perusahaan. Penilaian tersebut dapat mendorong peningkatan permintaan saham dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Namun, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan adanya perbedaan temuan. Darmawan (2023) dan Wijaya (2024) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Cahyania (2024) menunjukkan hasil yang berbeda. Inkonsistensi juga ditemukan pada variabel profitabilitas. Cahyania (2024) dan Apriliana et al. (2025) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Hafidz

(2025) menyatakan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan masih memerlukan pengujian lebih lanjut, khususnya pada karakteristik sektor dan periode penelitian yang berbeda.

Selain adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, periode 2021–2025 memiliki karakteristik yang relevan untuk dikaji karena mencakup masa pemulihan pascapandemi COVID-19 serta berbagai perubahan lingkungan bisnis yang memengaruhi perusahaan. Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode tersebut menghadapi dinamika berupa perubahan regulasi, fluktuasi harga bahan baku, serta penyesuaian strategi operasional dan keuangan (Hidayat & Banjarnahor, 2024). Oleh karena itu, penelitian dengan periode pengamatan 2021–2025 diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang lebih aktual mengenai faktor fundamental yang memengaruhi nilai perusahaan pada sektor tersebut.

Berdasarkan fenomena fluktuasi PBV serta adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat bukti empiris mengenai determinan nilai perusahaan serta memberikan manfaat praktis bagi manajemen dalam mengelola aset dan meningkatkan profitabilitas. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam mengevaluasi kondisi fundamental perusahaan sebelum mengambil keputusan investasi.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (annual report) dan laporan keuangan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2025. Dokumen penelitian diperoleh melalui publikasi resmi Bursa Efek Indonesia dan sumber resmi perusahaan yang menjadi objek penelitian.

Populasi penelitian mencakup 88 perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini meliputi: (1) perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025; (2) perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian sehingga menyediakan data yang dibutuhkan untuk mengukur seluruh variabel; dan (3) perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2021–2025. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 20 perusahaan sebagai sampel penelitian. Periode pengamatan selama lima tahun menghasilkan 100 observasi, yang diperoleh dari 20 perusahaan dikalikan dengan lima tahun pengamatan.

Dengan demikian:

Jumlah Observasi = Jumlah Perusahaan  $\times$  Periode Pengamatan

Jumlah Observasi =  $20 \times 5$

Jumlah Observasi = 100 observasi

Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dan studi pustaka. Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode 2021–2025. Data yang dikumpulkan meliputi total aset, laba bersih, harga saham, nilai buku per saham, serta informasi lain yang diperlukan untuk menghitung variabel penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah buku, artikel ilmiah, jurnal, dan sumber literatur yang berkaitan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu ukuran perusahaan (X1) dan profitabilitas (X2), serta satu variabel dependen, yaitu nilai perusahaan (Y). Ukuran Perusahaan (X1) menggambarkan besar atau kecilnya skala perusahaan berdasarkan sumber daya yang dimiliki. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diproksikan dengan logaritma natural total aset. Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk memperkecil perbedaan nominal total aset yang relatif besar antar perusahaan.

Rumus ukuran perusahaan adalah :

$$\text{SIZE} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

Keterangan:

SIZE = Ukuran perusahaan

Ln = Logaritma natural

Total Aset = Keseluruhan aset perusahaan pada akhir periode

Profitabilitas (X2) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA), yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari keseluruhan aset yang dikelola.

Rumus ROA adalah :

$$\text{ROA} = (\text{Laba Bersih} / \text{Total Aset}) \times 100\%$$

Keterangan:

ROA = *Return on Assets*

Laba Bersih = Laba bersih setelah pajak

Total Aset = Keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan

Nilai Perusahaan (Y) merupakan persepsi pasar terhadap kondisi dan prospek perusahaan yang tercermin melalui nilai saham perusahaan. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku per saham.

Rumus PBV adalah:

$$\text{PBV} = \text{Harga Saham} / \text{Nilai Buku per Saham}$$

Adapun nilai buku per saham dapat dihitung dengan rumus:

Nilai Buku per Saham = Total Ekuitas / Jumlah Saham Beredar

Keterangan:

PBV = *Price to Book Value*

Harga Saham = Harga saham perusahaan

Total Ekuitas = Total ekuitas pemegang saham

Jumlah Saham Beredar = Jumlah saham perusahaan yang beredar

Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian. Statistik yang digunakan meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Rata-rata dihitung menggunakan formula :

$$\bar{X} = \Sigma X_i / n$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Nilai rata-rata

$\Sigma X_i$  = Jumlah seluruh nilai data

n = Jumlah observasi

Standar deviasi dihitung menggunakan formula:

$$S = \sqrt{[\sum(X_i - \bar{X})^2 / (n - 1)]}$$

Keterangan:

S = Standar deviasi

$X_i$  = Nilai data ke- $i$

$\bar{X}$  = Nilai rata-rata

$n$  = Jumlah data

Formula statistik deskriptif tersebut digunakan dalam naskah penelitian untuk menggambarkan distribusi masing-masing variabel. Sebelum dilakukan analisis regresi, model penelitian diuji menggunakan uji asumsi klasik agar estimasi regresi memenuhi persyaratan statistik. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, linearitas, dan autokorelasi.

Uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan residual tidak berdistribusi normal.

Formula Kolmogorov-Smirnov adalah:

$$D = \max |F_o(x) - F_s(x)|$$

Keterangan:

D = Statistik Kolmogorov-Smirnov

$F_o(x)$  = Distribusi frekuensi kumulatif observasi

$F_s(x)$  = Distribusi frekuensi kumulatif teoretis

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05.

Persamaan uji Glejser adalah:

$$|e_i| = \alpha + \beta X_i + v_i$$

Keterangan:

$|e_i|$  = Nilai absolut residual

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

$X_i$  = Variabel independen

$v_i$  = Residual

Uji multikolinearitas dilakukan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Formula VIF adalah:

$$VIF = 1 / Tolerance$$

Uji linearitas digunakan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen memiliki pola linear. Pengujian dilakukan menggunakan Test for Linearity. Hubungan antarvariabel dinyatakan linear apabila nilai signifikansi Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05. Uji autokorelasi dilakukan menggunakan statistik Durbin-Watson (DW) untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi residual antarobservasi.

Formula Durbin-Watson adalah:

$$DW = \sum(e_t - e_{t-1})^2 / \sum e_t^2$$

Keterangan:

DW = Nilai Durbin-Watson

$e_t$  = Residual pada periode  $t$

$e_{t-1}$  = Residual pada periode sebelumnya

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Model regresi digunakan karena penelitian melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen.

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

atau secara operasional:

$$PBV = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV  
 $\alpha$  = Konstanta  
 $\beta_1$  = Koefisien regresi ukuran perusahaan  
 $\beta_2$  = Koefisien regresi profitabilitas  
 $X_1$  = Ukuran perusahaan (SIZE)  
 $X_2$  = Profitabilitas (ROA)  
 $\varepsilon$  = *Error term*

Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan hubungan searah antara variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, koefisien regresi yang bernilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, uji t digunakan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

Jika Sig. < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika Sig.  $\geq$  0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Artinya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Formula uji F adalah:

$$F = [R^2 / k] / [(1 - R^2) / (n - k - 1)]$$

Keterangan:

F = Nilai F hitung  
 $R^2$  = Koefisien determinasi  
 $k$  = Jumlah variabel independen  
 $n$  = Jumlah observasi

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

Jika Sig. < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika Sig.  $\geq$  0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan ukuran perusahaan dan profitabilitas dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Semakin besar nilai  $R^2$ , semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Formula koefisien determinasi adalah:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

$R^2 = R \text{ Square}$

Nilai koefisien determinasi yang semakin mendekati 100% menunjukkan bahwa semakin besar proporsi perubahan nilai perusahaan yang mampu dijelaskan oleh ukuran perusahaan dan profitabilitas. Sebaliknya, bagian yang tidak mampu dijelaskan oleh model merupakan pengaruh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

### Deskripsi Data Penelitian

Kajian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dan menghasilkan 20 perusahaan dengan total 100 observasi. Variabel independen terdiri atas ukuran perusahaan dan profitabilitas, sedangkan nilai perusahaan menjadi variabel dependen. Ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total aset, profitabilitas diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA), dan nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV).

Hasil pengukuran menunjukkan bahwa ukuran perusahaan selama periode penelitian berada pada rentang 10,21–17,83. Nilai tertinggi tercatat pada HMSP tahun 2023 sebesar 17,83, sedangkan nilai terendah terdapat pada AALI tahun 2025 sebesar 10,21. Secara umum, sebagian besar perusahaan menunjukkan kecenderungan peningkatan ukuran perusahaan yang mencerminkan pertumbuhan basis aset selama periode pengamatan.

Profitabilitas yang diukur menggunakan ROA menunjukkan nilai antara 0,01–0,19. ROA tertinggi sebesar 0,19 dicatat oleh KEJU pada tahun 2021, sedangkan nilai terendah sebesar 0,01 terdapat pada WOOD tahun 2023 dan 2025. Sementara itu, PBV sebagai proksi nilai perusahaan berada pada rentang 0,17–4,43. Nilai PBV tertinggi sebesar 4,43 terdapat pada KLBF tahun 2022, sedangkan nilai terendah sebesar 0,17 dicatat oleh ITIC tahun 2024. Temuan tersebut menunjukkan adanya variasi ukuran perusahaan, tingkat profitabilitas, dan penilaian pasar antarperusahaan selama periode 2021–2025.

### Statistika Deskriptif

**Tabel 1. Statistika Deskriptif**

| Descriptive Statistics |     |         |         |         |                |
|------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| X1_SIZE                | 100 | 10.21   | 17.83   | 15.1587 | 1.61131        |
| X2_ROA                 | 100 | .01     | .19     | .0913   | .04301         |
| Y_PBV                  | 100 | .17     | 4.43    | 1.5946  | 1.08534        |
| Valid N (listwise)     | 100 |         |         |         |                |

Sumber: Data Diolah, 2026

Merujuk pada Tabel 1, studi ini menguji 100 observasi pada industri *Consumer Non-Cyclicals* selama rentang waktu 2021–2025. Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bergerak dari batas minimum 10,21 hingga maksimum 17,83, dengan nilai tengah 15,1587 dan standar deviasi 1,61131. Selanjutnya, rasio ROA menorehkan angka terkecil 0,01 dan terbesar 0,19 (rata-rata = 0,0913; standar deviasi = 0,04301), sementara instrumen PBV berfluktuasi antara 0,17 sampai 4,43 (rata-rata = 1,5946; standar deviasi = 1,08534). Rendahnya capaian standar deviasi dibanding nilai rata-rata pada tiap variabel mengonfirmasi bahwa sebaran data penelitian ini terdistribusi secara homogen.

### Uji Asumsi Klasik

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | .83724912               |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .080                    |
|                                    | Positive       | .080                    |
|                                    | Negative       | -.068                   |
| Test Statistic                     |                | .080                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .116 <sup>c</sup>       |

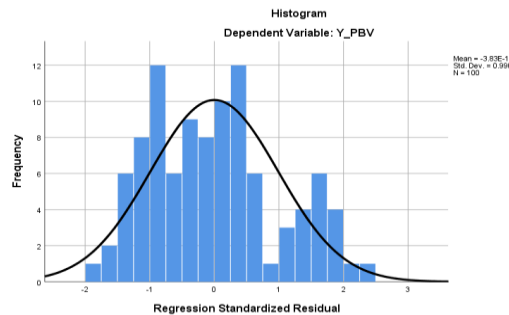
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah, 202

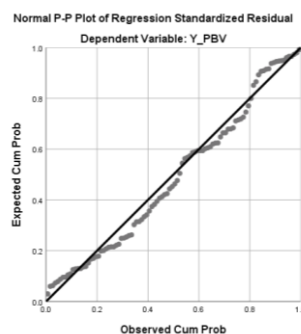
Temuan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan koefisien *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,116. Karena nilai probabilitas tersebut melampaui ambang batas signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual dalam estimasi regresi berdistribusi secara normal. Hasil ini memberikan konfirmasi bahwa prasyarat asumsi normalitas telah terpenuhi seutuhnya, sehingga model regresi dinyatakan valid untuk diaplikasikan pada tahapan pengujian hipotesis selanjutnya.



Sumber: Data Diolah, 2026

**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan Histogram**

Selaras dengan hasil tersebut, amatan terhadap Gambar 1 menunjukkan bahwa grafik histogram menghasilkan struktur kurva yang condong simetris di sekitar titik nol. Walaupun terdapat sedikit kecondongan ke salah satu sisi pada interval tertentu, tren umum distribusi residual terkonfirmasi mendekati parameter normal. Kondisi ini menjadi bukti pendukung yang kuat bagi uji Kolmogorov-Smirnov dalam menyatakan bahwa model telah terbebas dari masalah normalitas.



Sumber: Data Diolah, 2026

**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas dengan P-P Plot**

Berdasarkan Gambar 2, titik-titik pada grafik *Normal P-P Plot* menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Hasil tersebut diperkuat oleh uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yang memperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar  $0,116 > 0,05$ . Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         |                             |            |                           |       |      |
| (Constant)                | -.090                       | .436       |                           | -.207 | .836 |
| X1_SIZE                   | .040                        | .029       | .137                      | 1.368 | .174 |
| X2_ROA                    | 1.945                       | 1.090      | .179                      | 1.784 | .078 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil uji Heteroskedastisitas Glejser pada Tabel 3. menunjukkan nilai signifikansi ukuran perusahaan sebesar 0,174 dan profitabilitas sebesar 0,078, keduanya  $> 0,05$ . Dengan demikian, model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi homogenitas varians residual.

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |      |       |                         |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  | Collinearity Statistics |      |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       | Tolerance               | VIF  |
| 1                         | (Constant)                  | -.007      | .074                      |      | -.095 | .924                    |      |
|                           | X1_SIZE                     | .364       | .072                      | .390 | 5.073 | .000                    | .968 |
|                           | X2_ROA                      | 12.384     | 1.992                     | .477 | 6.216 | .000                    | .968 |

a. Dependent Variable: Y\_PBV

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4. menunjukkan bahwa SIZE dan ROA memiliki nilai Tolerance sebesar 0,968  $> 0,10$  dan VIF sebesar 1,033  $< 10$ . Dengan demikian, model regresi tidak mengalami multikolinearitas dan telah memenuhi asumsi klasik.

**Tabel 5. Hasil Uji Linearitas Ukuran Perusahaan (Size)**

| ANOVA Table     |                |                          |                |    |             |       |      |
|-----------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
|                 |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig. |
| Y_PBV * X1_SIZE | Between Groups | (Combined)               | 102.979        | 86 | 1.197       | 1.141 | .420 |
|                 |                | Linearity                | 9.861          | 1  | 9.861       | 9.398 | .009 |
|                 |                | Deviation from Linearity | 93.118         | 85 | 1.096       | 1.044 | .501 |
|                 | Within Groups  |                          | 13.640         | 13 | 1.049       |       |      |
| Total           |                |                          | 116.619        | 99 |             |       |      |

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,501  $> 0,05$  dan nilai signifikansi *Linearity* sebesar 0,009  $< 0,05$ . Dengan demikian, hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan dinyatakan linear dan memenuhi asumsi linearitas.

**Tabel 6. Hasil Uji Linearitas Profitabilitas (ROA)**

| ANOVA Table    |                |                          |                |    |             |        |      |
|----------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
|                |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
| Y_PBV * X2_ROA | Between Groups | (Combined)               | 53.188         | 17 | 3.129       | 4.045  | .000 |
|                |                | Linearity                | 43.388         | 1  | 43.388      | 56.089 | .000 |
|                |                | Deviation from Linearity | 9.800          | 16 | .613        | .792   | .690 |
|                | Within Groups  |                          | 63.431         | 82 | .774        |        |      |
| Total          |                |                          | 116.619        | 99 |             |        |      |

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,690  $> 0,05$  dan nilai signifikansi *Linearity* sebesar 0,000  $< 0,05$ . Dengan demikian, hubungan antara profitabilitas (ROA) dan nilai perusahaan (PBV) dinyatakan linear dan telah memenuhi asumsi linearitas.

**Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .668 <sup>a</sup> | .446     | .435              | .74186                     | 2.161         |

a. Predictors: (Constant), X2\_ROA, X1\_SIZE

b. Dependent Variable: Y\_PBV

Sumber: Data Diolah, 2026

*Output Model Summary* menghasilkan koefisien Durbin-Watson (DW) sebesar 2,161. Karena angka tersebut berada dalam batas aman kriteria pengujian, yaitu di rentang  $dU < DW < 4 - dU$ , maka model regresi terbukti bebas dari masalah autokorelasi. Kondisi ini menegaskan bahwa residual antarobservasi bersifat independen dan lolos prasyarat asumsi klasik

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat).

**Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |      |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |      |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1                         | (Constant)                  | -.007      | .074                      |      | -.095 | .924 |
|                           | X1_SIZE                     | .364       | .072                      | .390 | 5.073 | .000 |
|                           | X2_ROA                      | 12.384     | 1.992                     | .477 | 6.216 | .000 |

a. Dependent Variable: Y\_PBV

Sumber: Data Diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel Coefficients, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,007 + 0,364X_1 + 12,384X_2 + e$$

atau:

$$PBV = -0,007 + 0,364SIZE + 12,384ROA + e$$

Keterangan:

- Y = nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV,
- X<sub>1</sub> = ukuran perusahaan (SIZE),
- X<sub>2</sub> = adalah profitabilitas (ROA), dan
- e = merupakan error term.

Nilai konstanta sebesar -0,007 menunjukkan bahwa apabila SIZE dan ROA diasumsikan bernilai nol, maka nilai perusahaan (PBV) diperkirakan sebesar -0,007. Namun, konstanta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,924 > 0,05, sehingga secara statistik konstanta tidak signifikan.

Koefisien regresi ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 0,364 dan bertanda positif. Artinya, setiap kenaikan SIZE sebesar satu satuan akan meningkatkan PBV sebesar 0,364 satuan, dengan asumsi profitabilitas tetap. Koefisien positif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan searah dengan nilai perusahaan. Sementara itu, koefisien regresi profitabilitas (ROA) sebesar 12,384 menunjukkan bahwa setiap peningkatan ROA sebesar satu satuan akan meningkatkan PBV sebesar 12,384 satuan, dengan asumsi ukuran perusahaan tetap. Dengan demikian, ROA juga memiliki arah hubungan positif dengan nilai perusahaan.

Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (SIZE) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,073 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan diterima.

Profitabilitas (ROA) memperoleh nilai t hitung sebesar 6,216 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan juga diterima.

Berdasarkan nilai Standardized Coefficients Beta, ROA memiliki nilai Beta sebesar 0,477, lebih tinggi dibandingkan SIZE sebesar 0,390. Hal ini menunjukkan bahwa secara relatif profitabilitas memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap nilai perusahaan dibandingkan ukuran perusahaan.

**Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 47.221         | 2  | 23.611      | 33.002 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 69.398         | 97 | .715        |        |                   |
|       | Total      | 116.619        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Y\_PBV

b. Predictors: (Constant), X2\_ROA, X1\_SIZE

Sumber: Data Diolah, 2026

Estimasi uji F menghasilkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 33,002, sedangkan  $F_{tabel}$  (dengan  $df1 = 2$  dan  $df2 = 97$  pada tingkat signifikansi 5%) berada di angka 3,09. Dominasi  $F_{hitung}$  di atas  $F_{tabel}$  disertai perolehan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ) menegaskan bahwa model regresi ini terbukti signifikan secara simultan. Artinya, variabel ukuran perusahaan (SIZE) dan profitabilitas (ROA) secara kolektif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), sehingga hipotesis ketiga (H3) dinyatakan diterima.

**Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Partial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Correlations |         |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--------------|---------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Zero-order   | Partial | Part |
| 1     | (Constant) | -.007                       | .074       |                           | -.095 | .924 |              |         |      |
|       | X1_SIZE    | .364                        | .072       | .390                      | 5.073 | .000 | .475         | .458    | .383 |
|       | X2_ROA     | 12.384                      | 1.992      | .477                      | 6.216 | .000 | .547         | .534    | .470 |

a. Dependent Variable: Y\_PBV

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) memberikan kontribusi sebesar 18,5% terhadap nilai perusahaan (PBV), sedangkan profitabilitas (ROA) memberikan kontribusi sebesar 26,1%. Dengan demikian, profitabilitas memiliki kontribusi yang lebih besar dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan dibandingkan ukuran perusahaan.

**Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan**

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .668 <sup>a</sup> | .446     | .435              | .74186                     |

a. Predictors: (Constant), X2\_ROA, X1\_SIZE

Sumber: Data Diolah, 2026

Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,446, yang berarti ukuran perusahaan (SIZE) dan profitabilitas (ROA) secara simultan mampu menjelaskan 44,6% variasi nilai perusahaan (PBV), sedangkan 55,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,435 menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel dan sampel, model mampu menjelaskan 43,5% variasi nilai perusahaan.

## Pembahasan

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t, ukuran perusahaan (SIZE) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,073, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Selain itu, koefisien regresi SIZE sebesar 0,364 menunjukkan arah hubungan yang positif. Dengan demikian, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), sehingga hipotesis pertama (H1) diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan dengan skala yang lebih besar umumnya memiliki aset, sumber daya, kapasitas operasional, dan akses pendanaan yang lebih kuat. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap keberlanjutan usaha dan prospek perusahaan pada masa mendatang. Peningkatan kepercayaan investor selanjutnya dapat mendorong apresiasi pasar dan meningkatkan nilai perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Daramean dan Nugraeni (2026) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bukti empiris bahwa skala perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan.

### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memperoleh nilai t hitung sebesar 6,216, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Koefisien regresi ROA sebesar 12,384 juga menunjukkan arah hubungan yang positif. Dengan demikian, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), sehingga hipotesis kedua (H2) diterima.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Kondisi tersebut dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja dan prospek perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar dan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Rizqi, Ristiani, dan Arnova (2025) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Konsistensi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan investor dalam menilai prospek perusahaan.

### Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 33,002, lebih besar daripada F tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) dan profitabilitas (ROA) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi juga oleh kombinasi antara skala perusahaan dan kemampuan menghasilkan laba. Perusahaan dengan sumber daya yang besar serta tingkat profitabilitas yang baik cenderung memberikan sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas, kemampuan operasional, dan prospek pertumbuhan perusahaan.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,446, yang berarti bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas secara bersama-sama mampu menjelaskan 44,6% variasi nilai perusahaan. Sementara itu, 55,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti struktur modal, kebijakan dividen, likuiditas, pertumbuhan perusahaan, maupun kondisi ekonomi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Adhinegoro, Bahrudin, dan Devi (2024) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bukti bahwa faktor fundamental internal perusahaan menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam menentukan keputusan investasi.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) dan profitabilitas (ROA) memiliki peran penting dalam menentukan nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai *t* hitung sebesar 5,073, lebih besar daripada *t* tabel 1,985, dengan signifikansi 0,000. Koefisien regresi sebesar 0,364 menunjukkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.

Profitabilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai *t* hitung 6,216, lebih besar daripada *t* tabel 1,985, serta signifikansi 0,000. Koefisien regresi sebesar 12,384 menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan perusahaan menghasilkan laba turut meningkatkan nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dibuktikan oleh nilai *F* hitung 33,002 yang lebih besar daripada *F* tabel 3,09. Nilai *R Square* sebesar 0,446 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 44,6% variasi nilai perusahaan, sedangkan 55,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Profitabilitas memiliki kontribusi parsial lebih besar, yaitu 26,1%, dibandingkan ukuran perusahaan sebesar 18,5%. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan skala usaha dan kemampuan menghasilkan laba perlu dikelola secara seimbang untuk meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan berkelanjutan.

## Referensi

- Adhinegoro, S., Bahrudin, M., & Devi, Y. (2024). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018–2023). 2(4). <https://ejournal.lapad.id/jurbisman/article/view/938>
- Apriliansa, Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi kasus pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2024). 1, 86–96. <https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis/article/view/644>
- Barsyah, N. L., & Hermi. (2025). Faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan consumer non-cyclical tahun 2021–2023. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*.
- Choirunissa, S., & Ratnasari, F. (2025). Pengaruh struktur modal, kinerja keuangan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Owner*, 8(4), 1328–1337. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i4.2827>
- Daramean, R. K., & Nugraeni. (2026). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2022–2024. 9, 1380–1388.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26. Universitas Diponegoro.
- Hayat, P. M., & Debataraja, M. (2024). Pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019–2022. 5(2), 104–108. <https://doi.org/10.33050/ijacc.v5i2.3419>
- Hidayat, A. T., & Banjarnahor, E. (2024). Fenomena kualitas audit pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2020–2022. 4(2), 2315–2324.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Analisis regresi dan analisis jalur untuk riset bisnis menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0. Eureka Media Aksara.
- Meidiyustiani, R. (2023). Analisis determinan nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (Studi empiris pada sektor properti dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2016–2021). 12(2), 164–173. <http://dx.doi.org/10.35906/equili.v12i2.1523>

- 
- Nasihin, I., Purwandari, D., Ardiansyah, H. N., Kartika, E., & Prawatiningsih, D. (2025). Faktor penentu nilai perusahaan: Peran ukuran perusahaan dan profitabilitas di Indonesia. 8(1), 152–164. <https://doi.org/10.32662/gaj.v8i1.4007>
- Nur, S., Suciyantri, V. N., Winarti, A., & Azmi, Z. (2024). Pemanfaatan teori signal dalam bidang akuntansi: Literatur review. 4(2), 55–65. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v4i2.564>
- Rizqi, V., Ristiani, R., & Arnova, I. (2025). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. 5(1), 1295–1302. <https://doi.org/10.56799/peshum.v5i1.12699>
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Tanova, C., Claudya, C., Devina, Calista, E., Lubis, M. S., & Nasution, Y. A. (2025). Pengaruh current ratio, debt to asset ratio, net profit margin, dan ukuran perusahaan terhadap pertumbuhan laba perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2022. 6(1), 51–61.
- Verry. (2024). Pengaruh return on equity, loan to deposit ratio, dan capital adequacy ratio terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 8(9), 2838–2850. <https://journal.widyadharma.ac.id/index.php/bisma/article/view/7629/6356>
- Wantikasari, E., & Septiani, D. (2025). Ukuran perusahaan, perputaran persediaan, dan kebijakan dividen: Pengaruhnya terhadap pertumbuhan laba. Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi), 14(3), 1066–1076. <https://doi.org/10.31959/jm.v14ix.2983>