

SKRIPSI

**PENGARUH *SALES GROWTH*, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN
DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

NAMA : NI PUTU ERIKA LISTYANANDA DEVI

NIM : 2115644163

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI BALI

2025

PENGARUH *SALES GROWTH*, *LEVERAGE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI

Ni Putu Erika Listyananda Devi
2115644163

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Peningkatan pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Dalam menghadapi kondisi ini, setiap perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan kinerja dan meningkatkan nilai perusahaan agar tetap eksis dan diminati oleh investor. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan antara lain meningkatkan pertumbuhan penjualan (*sales growth*), mengelola struktur permodalan dengan baik melalui *leverage*, serta memaksimalkan profitabilitas sebagai cerminan kinerja keuangan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat menjadi daya tarik utama bagi calon investor dalam menanamkan modalnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *sales growth*, *leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* (DER), dan profitabilitas yang diukur dengan *return on assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024. Sampel penelitian ini dipilih dengan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 29 perusahaan sebagai sampel selama tiga tahun pengamatan, dengan total 87 data observasi. Pengujian dilakukan menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 29 for Windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *sales growth*, DER, dan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *sales growth*, *debt to equity ratio*, *return on assets*, *leverage*, nilai perusahaan, dan *Tobin's Q*.

THE EFFECT OF SALES GROWTH, LEVERAGE, AND PROFITABILITY ON FIRM VALUE IN FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE

Ni Putu Erika Listyananda Devi
2115644163

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

The rapid growth of the food and beverage industry in Indonesia has led to increasingly fierce competition among companies. In facing this situation, each company is required to maintain its performance and enhance firm value to remain competitive and attractive to investors. Efforts that can be made by companies include increasing sales growth, managing capital structure effectively through leverage, and maximizing profitability as a reflection of financial performance. High firm value can serve as the main attraction for prospective investors to invest their capital.

This study aims to examine and analyze the effect of sales growth, leverage as measured by the debt to equity ratio (DER), and profitability as measured by return on assets (ROA) on firm value as proxied by Tobin's Q in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2022–2024. The sample was selected using a purposive sampling technique, resulting in 29 companies observed over three years, with a total of 87 data points. Data were analyzed using multiple linear regression analysis, t -test, and F -test with the assistance of IBM SPSS Statistics 29 for Windows.

The results show that, partially, sales growth, DER, and ROA have a positive and significant effect on firm value. Simultaneously, these three variables also have a significant influence on firm value.

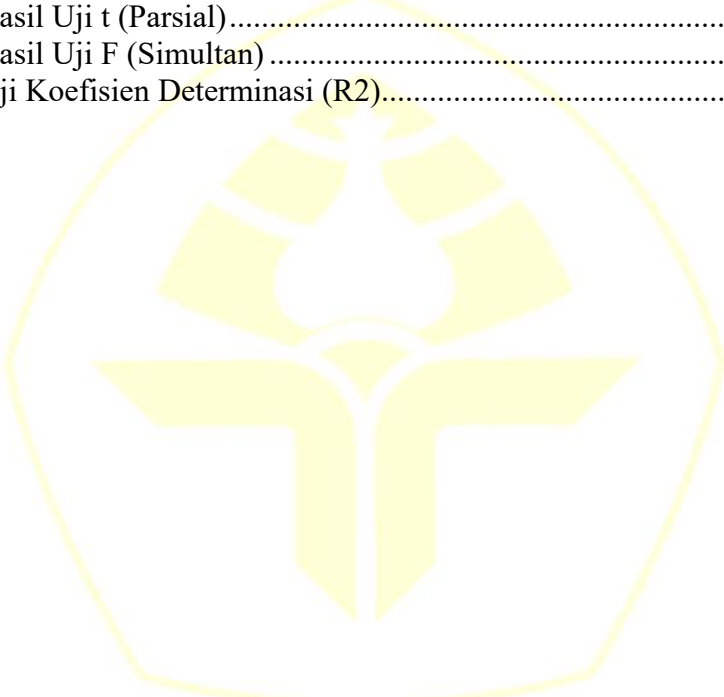
Keyword: sales growth, debt to equity ratio, return on assets, leverage, firm value, Tobin's Q .

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Abstrak.....	ii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Halaman Persetujuan Usulan Proposal Penelitian	vi
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori	10
B. Kajian Penelitian yang Relevan	16
C. Kerangka Pikir.....	20
D. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	32
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan.....	55
C. Keterbatasan Penelitian	58
BAB V PENUTUP	60
A. Simpulan.....	60
B. Implikasi.....	60
C. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Prosedur Pengambilan Sampel	32
Tabel 4. 1	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	43
Tabel 4. 2	Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4. 3	Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4. 4	Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4. 5	Hasil Uji Autokorelasi	48
Tabel 4. 6	Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4. 7	Hasil Uji t (Parsial)	51
Tabel 4. 8	Hasil Uji F (Simultan)	53
Tabel 4. 9	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	23
Gambar 2. 2 Model Hipotesis	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Nama Perusahaan Makanan dan Minuman

Lampiran 2: Sampel Penelitian

Lampiran 3: Hasil Perhitungan Data Penelitian

Lampiran 4: Output SPSS Analisis Data Deskriptif

Lampiran 5: Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6: Output SPSS Hasil Uji Hipotesis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk terus mengoptimalkan keuntungan guna menjaga keberlanjutan dan eksistensinya. Di Indonesia, salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat adalah industri makanan dan minuman, yang sebagian besar didorong oleh meningkatnya konsumsi rumah tangga. Untuk tetap kompetitif dan berhasil menghadapi perubahan zaman yang cepat, perusahaan dalam sektor ini perlu menerapkan strategi dan kebijakan yang tepat. Upaya maksimalisasi keuntungan menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan agar dapat bertahan (Zain & Sari, 2024).

Untuk mempertahankan kinerja yang optimal, perekonomian Indonesia menunjukkan dinamika yang memengaruhi berbagai sektor. Meskipun pertumbuhan ekonomi mencapai angka positif sebesar 5,05% pada tahun 2023, pada tahun 2024 terjadi perlambatan pertumbuhan menjadi 5,03%. Penurunan ini mencerminkan adanya tantangan ekonomi, termasuk tekanan global dan domestik yang memengaruhi kinerja berbagai sektor industri, termasuk makanan dan minuman. Fenomena ini menjadi perhatian penting karena sektor makanan dan minuman, yang berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB), memerlukan upaya lebih untuk mempertahankan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di tengah perlambatan ekonomi (Sulaiman & Suroyo, 2025).

Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di antaranya yaitu pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *leverage*, dan profitabilitas. *Sales growth* mencerminkan pencapaian penjualan perusahaan di masa lalu dan menjadi acuan untuk memproyeksikan kinerja di masa depan. Selain itu, *Sales growth* juga menjadi salah satu aspek penting dalam penerimaan sebuah perusahaan, di mana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk atau jasa tertentu dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai tingkat pertumbuhan penjualan (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Semakin besar dana yang dimiliki perusahaan, semakin beragam aktiva yang dapat dimiliki, yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tersebut menghasilkan laba yang signifikan serta mencerminkan daya saing perusahaan di pasar. Jika pertumbuhan penjualan perusahaan bersifat positif dan terus meningkat, hal ini menandakan nilai perusahaan yang tinggi, yang menjadi tujuan utama bagi pemilik perusahaan (Rosari & Subardjo, 2021).

Sales growth juga memiliki peran penting dalam mengukur keberhasilan operasional perusahaan saat ini. Dalam upaya meningkatkan penjualan, perusahaan seringkali perlu meningkatkan akun kewajiban sebagai langkah untuk mengelola dana pinjaman secara efektif dan mengoptimalkan aktivitas operasional. Dengan pengelolaan yang baik, peningkatan penjualan tidak hanya berdampak pada kenaikan laba, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki hubungan erat dengan nilai perusahaan (Atrianingsih & Nyale, 2022).

Faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage* didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Setyo dan Adi, (2022) menyatakan *leverage* merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Selain itu, *leverage* juga berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajibannya, terutama jika terjadi likuidasi.

Perusahaan menggunakan *leverage* untuk memperoleh modal tambahan yang dapat meningkatkan potensi keuntungan. Dengan keuntungan yang lebih tinggi, perusahaan dapat memberikan kepercayaan lebih kepada investor untuk menanamkan modalnya (Setyo & Adi, 2022). Semakin besar penggunaan pendanaan yang berasal dari utang, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Dalam perhitungan *Debt to Equity Ratio* (DER), rumusnya adalah membagi total utang dengan modal sendiri. Hal ini berarti, jika jumlah utang perusahaan lebih besar dibandingkan dengan modal sendiri, maka rasio DER akan melebihi angka satu. Kondisi ini menunjukkan bahwa dana yang digunakan untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan lebih banyak berasal dari utang dibandingkan dengan modal sendiri (*equity*) (Ajizah & Biduri, 2021).

Faktor selanjutnya yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pendapatan yang diperoleh, berdasarkan efektivitas penggunaan modal yang telah diinvestasikan. Perusahaan dengan prospek yang baik umumnya memiliki

tingkat profitabilitas yang tinggi. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik minat investor terhadap saham perusahaan tersebut. Jika profitabilitas perusahaan meningkat, para pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang terdiri dari kreditur, pemasok, dan investor akan lebih percaya pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan dan investasi yang dilakukan.

Semakin baik kinerja perusahaan dalam mencetak laba, semakin besar kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan (Setyo & Adi, 2022). Jika profitabilitas perusahaan yang tercermin melalui *return on assets* (ROA) berada pada tingkat yang tinggi, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini disebabkan oleh nilai perusahaan ditentukan oleh kemampuan aset perusahaan dalam menghasilkan pendapatan (*earnings power*). Semakin tinggi *earnings power*, semakin efisien perputaran aset, dan semakin besar pula margin keuntungan yang dapat diraih oleh perusahaan (Maharani *et al.*, 2024).

Berbagai penelitian mengenai pengaruh *sales growth*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan proksi *Tobin's Q* juga menunjukkan hasil yang beragam atau adanya gap penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa dan Zaretta, (2024) menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan proksi *Tobin's Q*. Sementara itu, penelitian oleh Zain dan Sari, (2024) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan, namun variabel *leverage* dan *sales growth* tidak menunjukkan pengaruh yang konsisten terhadap *Tobin's Q* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

Hasil berbeda ditemukan oleh Markonah *et al.*, (2020), di mana *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*) pada sektor manufaktur di BEI, namun penelitian ini tidak secara eksplisit menyoroti pengaruh *sales growth*. Di sisi lain, Arastika dan Khairunnisa, (2020) menunjukkan bahwa hanya profitabilitas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tobin's Q* pada perusahaan manufaktur.

Fenomena serta gap penelitian terkait penerapan *sales growth*, *leverage*, dan profitabilitas dalam hubungannya dengan nilai perusahaan serta adanya *research gap* dari hasil-hasil penelitian terdahulu, sehingga diperlukan adanya penelitian kembali terkait hal ini dengan pengaruh *sales growth*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Industri ini menjadi salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama di tengah tekanan ekonomi global yang dapat memengaruhi kinerja sektor ini. Penelitian ini dilakukan dengan sampel serta waktu yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Perusahaan yang dipilih merupakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024 dengan tahun

penelitian 2025, karena sektor ini menunjukkan pertumbuhan signifikan dan memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia., serta menjadi salah satu sektor strategis yang mampu bertahan di tengah tekanan ekonomi global. Dengan karakteristik industri yang didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan tingginya permintaan terhadap produk makanan dan minuman, penelitian ini relevan untuk mengeksplorasi bagaimana *sales growth*, *leverage*, dan profitabilitas dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, variabel *sales growth*, *leverage* dan profitabilitas yang dibahas dalam penelitian ini memiliki landasan teoritis pada teori sinyal (*signaling theory*) dan teori MM (*Modigliani – Miller*) yang dijelaskan pada bab II. Teori Sinyal memberikan penjelasan mengenai bagaimana informasi keuangan seperti pertumbuhan penjualan dan profitabilitas dapat mempengaruhi persepsi investor. Sementara itu, Teori MM memberikan dasar analitis terkait pengaruh struktur modal atau leverage terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menguji hubungan ketiga variabel tersebut terhadap nilai perusahaan dengan mengacu pada kerangka teoritis tersebut yang dirangkum menjadi sebuah judul penelitian yang berjudul **“PENGARUH SALES GROWTH, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
4. Apakah *sales growth*, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu pada variabel *sales growth*, *leverage*, dan profitabilitas pada variabel dependen yaitu nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
- c. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

a. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai teori sinyal atau *signalling theory* yaitu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Politeknik Negeri Bali

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan kepustakaan dan referensi bagi mahasiswa berikutnya yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah yang terkait dalam penelitian ini.

2) Bagi calon investor

Bagi investor penelitian ini dapat dijadikan referensi dan juga masukan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan strategi dan pengambilan keputusan yang digunakan untuk melakukan investasi.

3) Bagi pihak lain

Penulis berharap bahwa dengan adanya tulisan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan untuk menambah wawasan berbagai pihak.

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales growth* (SG), *debt to equity ratio* (DER), dan *return on assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024, baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut:

1. *Sales growth* (SG) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.
2. *Debt to equity ratio* (DER) juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.
3. *Return on assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.
4. SG, DER, dan ROA berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini memperkuat teori sinyal (*signaling theory*) yang menyatakan bahwa informasi keuangan yang baik, seperti pertumbuhan penjualan yang tinggi, *leverage* yang proporsional, dan profitabilitas yang optimal, dapat memberikan sinyal positif kepada investor dan meningkatkan

nilai perusahaan. Penelitian ini juga menambah bukti empiris bahwa faktor internal perusahaan, khususnya *sales growth*, DER, dan ROA, merupakan determinan utama nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman.

2. Implikasi Praktis

a) Bagi Manajemen Perusahaan

Manajemen perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan, mengelola struktur modal secara optimal, dan memaksimalkan efisiensi penggunaan aset.

b) Bagi Investor

Investor dapat menjadikan *sales growth*, DER, dan ROA sebagai indikator utama dalam menilai prospek dan nilai perusahaan sebelum melakukan investasi di sektor makanan dan minuman.

c) Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk pengembangan penelitian lebih lanjut mengenai determinan nilai perusahaan, terutama pada sektor-sektor strategis lainnya di Indonesia

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, berikut beberapa saran yang dapat diajukan:

a) Bagi Manajemen Perusahaan

Disarankan agar perusahaan terus meningkatkan pertumbuhan penjualan dan menjaga struktur modal yang sehat serta meningkatkan

efisiensi penggunaan aset untuk memperoleh profitabilitas optimal, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambah variabel lain di luar *sales growth*, DER, dan ROA, seperti ukuran perusahaan, likuiditas, tata kelola perusahaan, dan faktor eksternal lain agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, memperpanjang periode pengamatan dan memperluas sektor yang diteliti akan memberikan gambaran yang lebih general terhadap determinan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, N., & Biduri, S. (2021). "The Effect of Company Size, Sales Growth, Profitability and Leverage on Stock Returns in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2019" Period. *Academia Open*, 4, 10–21070. <https://doi.org/10.21070/acopen.4.2021.1984>
- Annisa, A., & Zaretta, B. (2024). "Pengaruh Profitabilitas, Firm Size, Financial Leverage dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022". *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 7864–7878. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9600>
- Arastika, I. P., & Khairunnisa, K. (2020). "Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(2), 1653–1662. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss2.2020.614>
- Atiningsih, S., & Wahyuni, A. N. (2020). "Pengaruh Firm Size, Sales Growth, Struktur Aset, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012–2017)". *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 12(1), 47–68.
- Atrianingsih, S., & Nyale, M. H. Y. (2022). "Pengaruh Debt To Equity Ratio (DER) dan Return on Asset (ROA) terhadap Nilai Perusahaan dengan Sales Growth Sebagai Variabel Moderasi". *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2700–2709. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i7.746>
- Bon, S. F., & Hartoko, S. (2022). "The Effect of Dividend Policy, Investment Decision, Leverage, Profitability, and Firm Size on Firm Value". *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 7–13. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1405>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (16, Ed.). Cengage Learning.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed., Ed.). Badan Penerbit Universitas

Diponegoro.

<https://www.scribd.com/document/653374381/Ghozali-2018>

Gitman, L. J. (2015). *Principles of Managerial Finance* (14, Ed.). Pearson.

Liviani, R., & Rachman, Y. T. (2021). "The Influence of Leverage, Sales Growth, and Dividend Policy on Company Value". *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 3(2), 165–178.
<https://doi.org/10.35912/ijfam.v3i2.189>

Maharani, B., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). "Pengaruh Sales Growth, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals". *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 828–842.
<https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2331>

Margono, F. P., & Gantino, R. (2021). "The Influence of Firm Size, Leverage, Profitability, and Dividend Policy on Firm Value of Companies in Indonesia Stock Exchange". *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 10(2), 45–61.
<https://doi.org/doi.org/10.12775/CJFA.2021.007>

Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). "Effect of profitability, leverage, and liquidity to the firm value". *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 83–94. <https://doi.org/10.31933/DIJEFA>

Mutiara, N., Purwohedi, U., & Zulaihati, S. (2022). "Pengaruh Firm Size, Sales Growth dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar Pada Sektor Healthcare, Teknologi Serta Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020". *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(3).
<https://doi.org/10.53067/ijebef.v2i3>

Rosari, Q. I., & Subardjo, A. (2021). "Pengaruh Keputusan Pendanaan, Firm Size, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(3).

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2018). *Corporate Finance* (12, Ed.). McGraw-Hill.

Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1597–1609. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.795>

Setyo, A. A. Y., & Adi, S. W. (2022). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan”. *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 1635–1646.

Sulaiman, S., & Suroyo, G. (2025, February). “Indonesia’s economy expands 5% in 2024, more rate cuts seen in bumpy 2025. Thomson Reuters”. <https://www.reuters.com/markets/asia/indonesias-q4-gdp-5-line-with-poll-forecast-2025-02-05/>

Wahyudi, S. M. (2020). “Effect of Leverage, Profitability, Sales Growth Toward Company Values”. *International Journal Of Management Studies and Social Science Research*, 2(4), 161–169.

Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). “Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi”. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(1), 69–82. <https://doi.org/10.32502/jab.v6i1.3422>

Zain, L. A., & Sari, B. (2024). “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022”. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 28–37. <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i2>