

BAB I

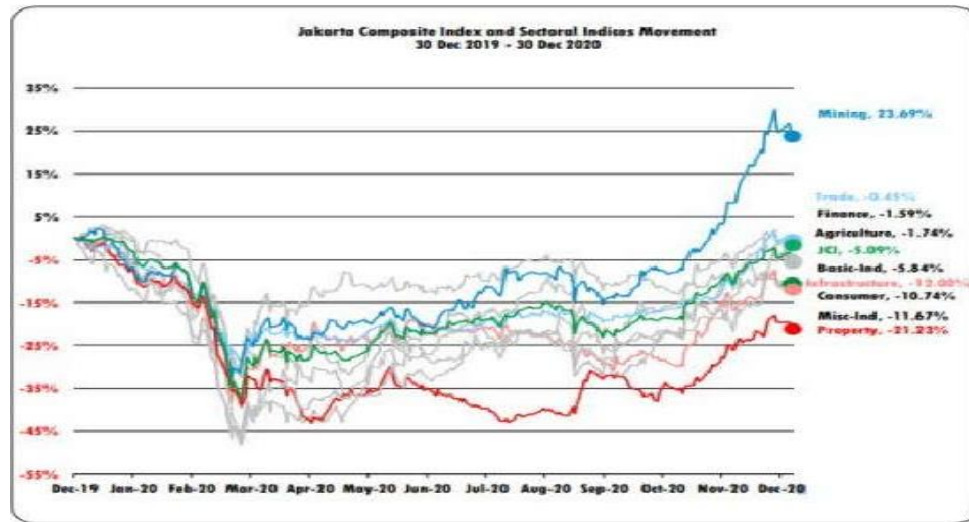
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor yang menjadi pendorong utama dalam pembangunan ekonomi, dan dijadikan oleh pemerintah sebagai solusi untuk meningkatkan ekonomi. Sektor ini tidak hanya melibatkan pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan ekonomi, tetapi juga mencakup seluruh lapisan masyarakat, termasuk masyarakat di tingkat bawah. Masyarakat yang tinggal di sekitar area objek wisata dapat mengembangkan berbagai aktivitas ekonomi, seperti penyediaan penginapan, restoran, dan lainnya. Aktivitas-aktivitas ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan turut membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran (Setiawan, 2016).

Perkembangan sektor pariwisata akan membawa berbagai manfaat dan keuntungan bagi banyak pihak. Menurut Setiawan (2016), pembangunan di sektor pariwisata bertujuan untuk menjadikan sektor ini lebih kompetitif dan unggul dalam bersaing dengan sektor ekonomi lainnya. Pengembangan tersebut dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan lapangan pekerjaan, menambah pendapatan masyarakat, meningkatkan pendapatan daerah dan negara, serta mengoptimalkan perolehan devisa. Namun industri pariwisata dan perhotelan mulai menghadapi tantangan sejak awal tahun 2020 akibat penerapan pembatasan sosial sebagai dampak dari pandemi COVID-19 yang melanda hampir seluruh dunia. Situasi ini menjadi salah satu penyebab utama turunnya

jumlah kunjungan wisatawan, baik dari luar daerah maupun mancanegara menurut Yulianto et al., 2022. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Surat Edaran OJK Nomor: 3/SEOJK.04/2020 yang diterbitkan pada 2020, perekonomian Indonesia sedang menghadapi pelambatan baik di tingkat regional maupun nasional akibat pandemi Covid-19. Dampak dari kondisi ini juga mempengaruhi pasar saham di Bursa Efek Indonesia, yang sejak awal tahun 2020 hingga 9 Maret 2020 mengalami penurunan signifikan. Hampir semua perusahaan terkena dampak Covid-19, bahkan diseluruh negara dan industri. Berdasarkan data World Bank seperempat perusahaan didunia ini terkena dampak hingga mengalami penurunan sampai 50%, sisanya mengalamai penurunan sebesar 27% saja. Hal ini tercermin dari penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang mencapai 18,46%. (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).



Sumber: www.idx.co.id, 2020.

Gambar 1.1

Pergerakan IHSG dan Indeks Sektoral

Berdasarkan data yang terlihat pada Gambar 1.1, hampir seluruh sektor perusahaan mengalami penurunan harga saham pada akhir tahun 2020, dengan penurunan paling tajam terjadi pada bulan Maret, saat pandemi Covid-19 berada di puncaknya di Indonesia. Pandemi ini berdampak besar, terutama pada sub-sektor Hotel, Resort, dan Cruise Line, yang mengalami kelesuan dan penurunan yang cukup dalam. Pembatasan mobilitas yang diterapkan membuat sektor ini semakin terpuruk, yang akhirnya memengaruhi harga saham perusahaan-perusahaan tersebut, yang jatuh secara signifikan.

Penurunan yang terjadi dapat dilihat melalui nilai Price to Book Value (PBV) di setiap sektor. PBV adalah rasio yang membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan, dan sering digunakan untuk menilai apakah saham

suatu perusahaan layak dibeli. Secara umum, PBV yang lebih rendah menunjukkan bahwa saham tersebut berpotensi tumbuh lebih tinggi, karena harga saham yang rendah berarti investor membayar lebih sedikit untuk setiap unit aset yang dimiliki perusahaan. Data PBV perusahaan subsektor Hotel, Resort, dan Cruise Line dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan penurunan yang terus berlanjut, yang disebabkan oleh dampak pandemi Covid-19.

Pada umumnya, setiap perusahaan berusaha mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang seperti meningkatkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham, maupun tujuan jangka pendek seperti memaksimalkan laba dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Salah satu tujuan utama dalam manajemen keuangan, secara teori, adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Wiagustini, 2014). Harga saham perusahaan seringkali mencerminkan nilai perusahaan itu sendiri, karena ada hubungan positif antara harga saham dan nilai perusahaan. Menurut Husnan (2014), nilai perusahaan dapat dipahami sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan dijual. Ketika sebuah perusahaan menjadi perusahaan terbuka dan menawarkan sahamnya kepada publik, nilai perusahaan lebih mengacu pada bagaimana persepsi investor terhadap perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan kesejahteraan pemegang saham dan kinerja keseluruhan perusahaan. Investor sering kali melihat nilai perusahaan sebagai acuan dalam mengambil keputusan investasi. Pada umumnya, semakin tinggi nilai perusahaan,

semakin besar pula minat investor untuk menanamkan modal, karena hal ini mengindikasikan prospek keuangan yang lebih baik di masa depan. Di sektor pariwisata, khususnya di industri perhotelan, resort, dan cruise lines, nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi makro, seperti pertumbuhan ekonomi, stabilitas keuangan, dan faktor-faktor mikroekonomi lainnya seperti profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan.

Sektor Hotels, Resorts, dan Cruise Lines memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam mendukung sektor pariwisata yang menjadi salah satu penggerak utama devisa negara. Perusahaan yang bergerak di sektor ini umumnya menghadapi tantangan yang tidak kecil, terutama pada masa pandemi COVID-19, di mana terjadi penurunan drastis pada permintaan layanan pariwisata. Meskipun demikian, setelah pandemi, sektor ini menunjukkan tanda-tanda pemulihan yang signifikan seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dan pembukaan kembali destinasi wisata. Hal ini menjadikan sektor perhotelan dan pariwisata sebagai salah satu objek studi yang menarik, terutama dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas menjadi salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas diukur dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam operasionalnya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin baik kinerja perusahaan di mata investor, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Namun, faktor profitabilitas sering kali dipengaruhi oleh strategi pengelolaan keuangan perusahaan, seperti manajemen utang dan likuiditas.

Penelitian ini akan mengkaji lebih dalam bagaimana profitabilitas berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan di sektor Hotels, Resorts, dan Cruise Lines.

Selain profitabilitas, *leverage* juga menjadi faktor yang penting. *Leverage* mengacu pada sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk mendanai operasinya. Penggunaan utang yang optimal dapat meningkatkan laba perusahaan, namun jika *leverage* terlalu tinggi, perusahaan bisa berisiko mengalami kesulitan keuangan. Investor umumnya lebih berhati-hati terhadap perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi, karena tingginya risiko kebangkrutan yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Dalam konteks perusahaan di sektor ini, di mana arus kas bisa sangat bergantung pada tingkat okupansi dan kunjungan wisatawan, *leverage* memainkan peran strategis dalam pengelolaan keuangan.

Likuiditas, yang diukur melalui kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya, juga menjadi aspek yang sangat diperhatikan oleh investor. Perusahaan dengan likuiditas yang baik menunjukkan bahwa mereka mampu menghadapi guncangan ekonomi atau penurunan pendapatan dalam jangka pendek. Kondisi likuiditas yang stabil tidak hanya menjaga operasional perusahaan tetap berjalan, tetapi juga memberikan sinyal positif kepada investor tentang stabilitas keuangan jangka pendek, yang dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Selain itu, ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan sering kali dikaitkan dengan kapasitas perusahaan untuk bertahan dalam persaingan industri, serta kemampuannya untuk mengakses sumber daya finansial yang lebih besar. Perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung memiliki stabilitas yang lebih tinggi dan lebih mampu menghadapi risiko eksternal, seperti fluktuasi permintaan atau perubahan kebijakan ekonomi. Dalam industri perhotelan dan pariwisata, perusahaan besar umumnya memiliki jaringan yang luas dan reputasi yang baik, sehingga lebih mudah mendapatkan kepercayaan investor.

Penelitian ini penting untuk dilakukan, mengingat sektor Hotels, Resorts, dan Cruise Lines mengalami fluktuasi yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, khususnya pada periode 2019-2023. Pandemi COVID-19 menjadi salah satu faktor yang memberikan dampak besar terhadap kinerja perusahaan di sektor ini, namun di sisi lain, pemulihan ekonomi pasca-pandemi juga membawa peluang pertumbuhan yang signifikan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor ini, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif bagi para investor maupun manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan strategis.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam literatur mengenai keuangan perusahaan, khususnya dalam konteks perusahaan sektor pariwisata yang sangat dipengaruhi oleh kondisi eksternal yang dinamis.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan kepada para praktisi bisnis dan investor mengenai faktor-faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di masa depan.

Tabel 1.1

Research Gap

Variabel		Hasil	Peneliti
Indepemdem	Dependen		
Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Berpengaruh	Apriantini (2022) Santoso & Junaeni (2022) Lutfita & Takarini (2021) Bernades & Suprihhadi (2020) Wijayanto & Suprihhadi (2024) Fortuna & Sulistyowati (2024) Dwipa (2020) Herawan & Dewi (2021)
		Tidak berpengaruh	Nafi'ah & Kurniawati (2023) Ulya & Sunarto (2023) Muharramah & Zulman (2021)
Leverage		Berpengaruh	Bernades & Suprihhadi (2020) Wijayanto & Suprihhadi (2024) Dwipa (2020) Herawan & Dewi (2021)
		Tidak berpengaruh	Aprianti (2022) Nafi'ah & Kurniawati (2023) Santoso & Junaeni (2022)
Likuiditas		Berpengaruh	Bernades & Suprihhadi (2020) Wijayanto & Suprihhadi (2024) Dwipa (2020)
		Tidak berpengaruh	Aprianti (2022) Santoso & Junaeni (2022) Fortuna & Sulistyowati (2024) Herawan & Dewi (2021)
Ukuran Perusahaan		Berpengaruh	Lutfita & Takarini (2021) Bernades & Suprihhadi (2020) Ardiansah & Idayati (2024)

Variabel		Hasil	Peneliti
Independem	Dependen		
			Fortuna & Sulistyowati (2024) Herawan & Dewi (2021)
		Tidak berpengaruh	Aprianti (2022) Santoso & Junaeni (2022) Dwipa (2020)

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor hotels, resort, cruise lines yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2019-2023?.
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sektor hotels, resort, cruise lines yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2019-2023?.
3. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan sektor hotels, resort, cruise lines yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2019-2023?.
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor hotels, resort, cruise lines yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2019-2023?.
5. Bagaimana pengaruh simultan antara profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor hotels, resort, cruise lines yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2019-2023?.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, pembahasan masalah yang digunakan bertujuan agar dalam pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Dalam hal tersebut, maka penulis membuat batasan masalah hanya pada ruang lingkup Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan *Hotels, Resort dan Cruise Lines* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
2. Untuk menganalisis Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan *Hotels, Resort dan Cruise Lines* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
3. Untuk menganalisis Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan *Hotels, Resort dan Cruise Lines* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
4. Untuk menganalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan *Hotels, Resort dan Cruise Lines* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
5. Untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan Ukuran perusahaan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan *Hotels,*

Resort dan Cruise Lines yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

1.4.1 Manfaat Penelitian

a) Bagi Penulis

Selain untuk memenuhi persyaratan lulus program strata satu, Penelitian ini memberikan penulis kesempatan untuk memperdalam pengetahuan tentang teori dan konsep dalam bidang keuangan perusahaan, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

b) Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperbarui kurikulum di program studi terkait, dengan memasukkan temuan baru tentang pengaruh faktor-faktor keuangan terhadap nilai perusahaan.

c) Bagi Instansi Terkait

Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja keuangan mereka, khususnya terkait bagaimana profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Untuk menyusun proposal dan laporan yang tepat dan benar, diperlukan data yang tepat, berkaitan dengan yang akan dibahas. Agar dapat dengan jelas obyek penelitian, selain itu data-data akan disajikan dalam laporan harus dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dikelompokkan menjadi lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab telaah pustaka, bab metode penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas jenis penelitian dan sumber, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini berisi gambaran umum perusahaan, sejarah, struktur organisasi, *job description* dan produk yang dihasilkan, sumber daya, tantangan, dan masalah penelitian.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan dan saran yang mencakup penyajian secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan, kemudian menguraikan kelemahan dan kekurangan yang ditemukan setelah dilakukan analisis dan interpretasi hasil, untuk kemudian menyampaikan anjuran kepada pihak yang berkepentingan terhadap penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Teori Sinyal (Signal Theory)

Teori Sinyal pertama kali dikenalkan oleh Michael Spance pada tahun (1973), yang berfokus pada masalah asimetri informasi. Teori ini menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang memiliki informasi lebih baik (*insider*) memberikan sinyal kepada pihak lain (*outsider*) seperti investor atau pemegang saham, untuk mengurangi ketidakpastian atau kesenjangan informasi yang ada. Dalam dunia bisnis, manajemen perusahaan bertindak sebagai pemberi sinyal (*Signal Sender*), sedangkan para investor atau pemegang saham adalah penerima sinyal (*Signal Receiver*).

Sinyal tersebut dapat berupa informasi keuangan atau non-keuangan yang mencerminkan kondisi atau prospek perusahaan. Dalam konteks profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan, sinyal yang diberikan melalui laporan keuangan perusahaan menjadi alat penting untuk menarik perhatian investor. Informasi ini membantu para investor menilai kualitas kinerja perusahaan, menilai tingkat resiko, serta memperkirakan potensi keuntungan di masa mendatang. Dengan demikian, sinyal baik akan meningkatkan kepercayaan investor yang pada akhirnya berdampak positif pada nilai perusahaan.

Menurut Tandelilin (2017) informasi keuangan merupakan salah satu faktor utama yang dijadikan acuan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi dianggap sebagai sinyal positif bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Disisi lain, likuiditas yang memadai mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, memberikan rasa aman bagi investor. Selain itu, perusahaan juga berperan penting karena mencerminkan kekuatan dan stabilitas perusahaan dipasar. Semua faktor ini secara keseluruhan mempengaruhi bagaimana investor menilai suatu perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2019), menjelaskan bahwa salah satu sinyal yang penting bagi investor adalah laporan keuangan perusahaan, laporan keuangan menjadi sumber informasi utama yang mencerminkan kinerja perusahaan melalui rasio-rasio keuangan seperti Return on Equity (ROE), Current Ratio, dan Debt to Equity Ratio. Dalam hal profitabilitas, ROE menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan modal pemegang saham untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Angka ROE yang tinggi dapat menjadi sinyal bahwa perusahaan memiliki pertumbuhan yang baik dan dapat memberikan pengembalian yang menarik bagi pemegang saham. Sedangkan Current Ratio mencerminkan likuiditas perusahaan, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini memberikan

sinyal kepada investor tentang kestabilan keuangan perusahaan dalam menghadapi tekanan operasional sehari-hari. Sementara itu, Debt to Equity Ratio menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang sebagai bagian dari struktur modalnya. Rasio ini memberikan indikasi tentang tingkat risiko keuangan perusahaan, dimana rasio yang terlalu tinggi dapat menandakan risiko yang lebih besar sedangkan rasio yang rendah memberikan sinyal pengelolaan utang yang baik. Dalam konteks profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan informasi ini memberikan gambaran jelas kepada investor tentang kesehatan keuangan perusahaan. Nilai perusahaan meningkat ketika indikator ini menunjukkan tren positif dan memberikan sinyal bahwa perusahaan dikelola dengan baik. Investor cenderung menghargai perusahaan dengan sinyal positif, yang pada gilirannya meningkatkan nilai saham dan nilai pasar perusahaan.

2.1.2. Teori Agensi (Agency Theory)

Teori agensi adalah teori dalam bidang ekonomi dan keuangan yang menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajer agen yang mengelola perusahaan. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976), yang menyoroti adanya potensi konflik kepentingan antara kedua pihak tersebut. Dalam konteks ini muncul karena manajer sebagai agen tidak selalu bertindak sepenuhnya untuk kepentingan pemilik atau pemegang saham sebagai

prinsipal, melainkan cenderung mengejar kepentingan pribadi. Dalam penelitian ini, teori agensi digunakan untuk memahami bagaimana variabel seperti profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Variabel-variabel ini berkaitan erat dengan konflik agensi. Misalnya, profitabilitas yang tinggi bisa menjadi sinyal positif bagi pemilik, tetapi tanpa pengawasan, manajer mungkin menggunakan laba tersebut untuk hal-hal yang tidak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Demikian pula, *leverage* atau tingkat utang perusahaan juga dapat mencerminkan kebijakan manajemen. Utang yang terlalu tinggi bisa meningkatkan risiko kebangkrutan, sementara likuiditas dan ukuran perusahaan juga memengaruhi bagaimana investor menilai stabilitas dan potensi perusahaan.

Teori keagenan memiliki kaitan dengan kepemilikan manajerial dimana, kepemilikan manajerial akan berusaha menyeimbangkan dan akan membantu penyatuan kepentingan antara manajer dan pemegang saham, sehingga manajer ikut serta merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil serta juga siap menanggung kerugian sebagai konsekuensi pengambilan keputusan yang salah (Hidayah, 2015).

Lubis (2017) menegaskan pentingnya pengembangan theory agency yang tidak hanya melihat hubungan prinsipal, tetapi juga dari aspek sosial dan budaya. Dengan mempertimbangan faktor-faktor unik seperti budaya organisasi, hubungan patronase, tingkat pendidikan dan

norma lokal, agency theory dapat lebih efektif diterapkan di negara berkembang, termasuk Indonesia. Penerapan yang kontekstual ini tidak hanya membantu mengurangi konflik kepentingan, tetapi juga menciptakan hubungan kerja yang lebih harmonis dan produktif antara prinsipal dan agen. Untuk mengurangi dampak asimetri informasi, diperlukan sinyal (signaling) berupa laporan keuangan atau indikator kinerja perusahaan.

2.1.3. Teori struktur modal (Capital Structure Theory)

Teori struktur modal merupakan salah satu konsep utama dalam keuangan yang membahas komposisi optimal antara utang dan ekuitas dalam pembiayaan perusahaan. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Modigliani dan Miller (1958) dalam artikel mereka yang menjadi dasar teori modern mengenai struktur modal menurut. Menurut mereka, dipasar yang sempurna (tanpa pajak, biaya transaksi, dan informasi asimetris), struktur modal perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Artinya, nilai perusahaan hanya bergantung pada kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari asetnya. Namun, dalam kenyataannya, faktor-faktor seperti pajak, biaya, kebangkrutan, dan asimetri informasi membuat struktur modal menjadi relevan. Struktur modal mengacu pada perbandingan antara utang (debt) dan ekuitas (equity) yang digunakan perusahaan untuk mendanai aktivitas operasional dan investasinya. *Leverage*, yaitu penggunaan utang dalam struktur

modal, menjadi elemen penting karena utang dapat memberikan manfaat berupa pengurangan pajak melalui bunga yang dapat dikurangkan (tax shield). Namun, *leverage* yang terlalu tinggi juga meningkatkan risiko kebangkrutan jika perusahaan tidak mampu membayar kewajiban utangnya.

Menurut Brigham dan Houston (2016), struktur modal adalah kombinasi dari utang, saham preferen, dan ekuitas biasa yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitasnya. Struktur modal yang baik akan memberikan manfaat pajak dari utang tanpa meningkatkan risiko kebangkrutan yang berlebihan.

Struktur modal yang optimal akan mencerminkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian, yang pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan. Jika *leverage* digunakan secara bijak, perusahaan dapat meningkatkan nilai bagi para pemegang saham. Namun, jika *leverage* terlalu tinggi, risiko kebangkrutan juga meningkat, sehingga mengurangi kepercayaan investor terhadap perusahaan. Dengan mengacu pada teori struktur modal, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana *leverage*, bersama dengan variabel lain seperti profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, memengaruhi nilai perusahaan di sektor ini

2.1.4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah Nilai perusahaan adalah ukuran yang menggambarkan seberapa besar apresiasi pasar terhadap kinerja dan prospek suatu perusahaan. Secara umum, nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba di masa depan. Nilai perusahaan ini sangat penting, terutama bagi para pemegang saham dan calon investor, karena menjadi indikator utama dalam menentukan apakah sebuah perusahaan layak untuk diinvestasikan.

Dalam dunia bisnis, nilai perusahaan sering kali diukur melalui indikator tertentu, seperti Price to Book Value (PBV), Price to Earnings Ratio (PER), atau nilai pasar (market capitalization).

Menurut Brigham dan Houston, Price to Book Value (PBV) adalah salah satu metode untuk mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan harga pasar saham perusahaan dengan nilai buku per sahamnya. PBV mencerminkan seberapa besar pasar menghargai ekuitas bersih perusahaan. PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memberikan apresiasi positif terhadap prospek perusahaan.

$$\text{Price to Book Value PBV} = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

Sumber : (Nafi'ah dan Kurniawati,2023)

Harga per saham merupakan harga saham perusahaan di pasar yang bisa dilihat di bursa efek. Harga ini mencerminkan nilai saham yang bersedia dibayar oleh investor berdasarkan persepsi mereka terhadap kinerja dan proyek perusahaan. Sedangkan nilai buku per saham dihitung dengan membagi total ekuitas perusahaan dengan jumlah saham yang beredar. Rumus nilai buku per saham yaitu:

$$\text{Book Value per Share} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Sumber : (Nafi'ah dan Kurniawati,2023)

Menurut Damodaran, PER merupakan salah satu metode valuasi yang paling populer untuk menilai nilai perusahaan berdasarkan pendapatan yang dihasilkannya. PER tinggi menunjukkan ekspektasi pertumbuhan laba yang lebih besar di masa depan, sementara PER rendah dapat menunjukkan saham undervalued atau risiko yang lebih tinggi

2.1.5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dari aktiva operasionalnya selama periode tertentu. Profitabilitas mencerminkan efisiensi dan efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memiliki kinerja yang baik dan mampu memberikan

pengembalian yang optimal bagi para pemegang saham. Menurut Hery (2016) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan ukuran keberhasilan operasional suatu perusahaan,. Rasio-rasio profitabilitas ini menjadi alat analisis yang penting bagi investor untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan dapat memberikan keuntungan yang berkelanjutan dimasa depan. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada investor dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap nilai perusahaan.

Ada beberapa tujuan dari rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar yaitu :

a. Menilai kinerja keuangan perusahaan

Rasio profitabilitas membantu dalam mengevaluasi seberapa baik perusahaan mengelola sumber dayanya untuk menghasilkan laba. Rasio ini memberikan indikasi keberhasilan operasional perusahaan dalam periode tertentu.

b. Mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba

Rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba bersih dari penjualan, aset, atau ekuitas. Hal ini penting untuk menentukan kesehatan keuangan perusahaan.

c. Membantu pengambilan keputusan investasi

Rasio profitabilitas, seperti Return on Equity (ROE) dan Return on Asset (ROA), digunakan oleh investor untuk mengevaluasi potensi

pengembalian investasi mereka. Rasio ini memberikan informasi seberapa menguntungkan perusahaan bagi pemegang saham.

d. Menilai potensi pertumbuhan

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sumber daya untuk melakukan ekspansi, investasi baru atau diversifikasi usaha. Hal ini mencerminkan potensi pertumbuhan di masa depan.

e. Mengevaluasi struktur modal

Rasio profitabilitas membantu perusahaan mengevaluasi apakah penggunaan utang atau ekuitas mereka efisien dalam menghasilkan laba.

f. Menyediakan informasi untuk manajemen

Informasi dari rasio profitabilitas digunakan oleh manajemen untuk mengevaluasi strategi bisnis yang sedang dijalankan dan merancang rencana strategi di masa depan.

g. Meningkatkan kepercayaan investor dan kreditur

Rasio profitabilitas yang baik mencerminkan kinerja keuangan yang stabil dan mengurangi risiko bagi investor dan kreditur, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan.

h. Menentukan kebijakan dividen

Dengan memahami profitabilitas, perusahaan dapat menentukan seberapa besar laba yang dapat dibagikan sebagai dividen kepada

pemegang saham dan seberapa besar yang harus ditahan untuk investasi masa depan.

Profitabilitas biasanya diukur menggunakan berbagai rasio keuangan, seperti :

- a. Return on Asset (ROA). Mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bagi pemegang saham berdasarkan modal yang mereka investasikan. Menurut Nafi'ah an Kurniwati (2023)

$$ROA = \frac{Laba Bersih}{Total Aset} \times 100\%$$

- b. Return on Equity (ROE). Mengukur sejauh mana perusahaan menghasilkan laba bagi pemegang saham berdasarkan modal yang mereka investasikan.

$$ROE = \frac{Laba Bersih}{Ekuitas Pemegang Saham} \times 100\%$$

2.1.6. Leverage

Leverage adalah salah satu aspek penting dalam pengelolaan keuangan perusahaan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur modalnya untuk mendanai aktivitas operasionalnya dan investasinya. *Leverage* memberikan gambaran tentang tingkat ketergantungan perusahaan terhadap sumber dana eksternal, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi risiko dan imbal hasil perusahaan.

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui atau mengukur kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jangka panjang. Semakin tinggi *leverage* semakin tinggi pula tinggi perusahaan karena dengan tingginya hutang berarti perusahaan memiliki kinerja yang baik dimata kreditur.

Menurut Brigham dan Houston (2019), *Leverage* adalah penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan untuk meningkatkan pengembalian ekuitas pemegang saham. Namun, mereka menekankan bahwa *leverage* yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko kebangkrutan. Rasio *leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur modalnya. Beberapa rasio yang umum digunakan adalah:

- a. Debt to Equity Ratio (DER), rasio ini mengukur proporsi utang terhadap ekuitas pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar ketergantungan perusahaan pada pendanaan eksternal:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

- b. Debt to Asset Ratio (DAR) mengukur proporsi utang terhadap total aset perusahaan, menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang.

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2.1.7. Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang jatuh tempo dalam jangka waktu pendek dengan menggunakan aset lancarnya Hery, (2016). Kemampuan ini mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola keuangan jangka pendeknya, yang menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan. Rasio likuiditas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui stabilitas keuangan perusahaan dalam mengelola kewajiban jangka pendeknya. Rasio-rasio ini meliputi:

- a. Current Ratio (Ratio Lancar) Rasio ini membandingkan total aset lancar perusahaan. Current Ratio menunjukkan sejauh mana aset lancar dapat digunakan untuk menutupi kewajiban lancar.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

- b. Quick Ratio (Rasio Cepat) adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancar tanpa memperhitungkan persediaan, karena persediaan dianggap membutuhkan waktu lebih lama untuk dikonversi menjadi kas.

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

- c. Cash Ratio (Rasio Kas) adalah rasio yang mengukur sejauh

mana kewajiban jangka pendek dapat dipenuhi dengan kas atau setara kas yang dimiliki perusahaan.

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Menurut Tandelilin (2017), likuiditas yang memadai memberikan rasa aman kepada investor yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajibannya tepat waktu akan dinilai lebih stabil, sehingga menarik investor. Namun, likuiditas yang terlalu tinggi dapat mengindikasikan bahwa perusahaan tidak mengoptimalkan aset lancarnya untuk menghasilkan pendapatan atau investasi produktif, yang dapat berdampak negatif pada laba dan nilai perusahaan.

Penelitian lain oleh Nafi'ah dan Kurniawati (2023) juga menunjukkan bahwa likuiditas yang stabil memiliki hubungan positif signifikan dengan perusahaan, terutama pada sektor-sektor yang membutuhkan manajemen aset lancar yang efisien, seperti sektor pariwisata, hotel, dan restoran.

2.1.8. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan sering kali dikaitkan dengan kapasitas perusahaan untuk bertahan dalam persaingan dan mengakses sumber daya finansial. Perusahaan besar cenderung memiliki stabilitas yang lebih tinggi dan mampu menghadapi risiko eksternal dengan lebih baik.

Menurut Brigham dan Houston (2019), Ukuran perusahaan adalah ukuran mengacu pada skala aktivitas perusahaan yang dapat diukur melalui total aset, total penjualan atau kapitalisasi pasar. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki stabilitas keuangan yang lebih baik, akses yang lebih mudah ke pendanaan, dan daya saing yang lebih kuat di pasar.

Ukuran perusahaan dapat diukur melalui berbagai indikator, antara lain:

- a. Total aset ukuran perusahaan sering kali dihitung berdasarkan total aset yang dimiliki. Semakin besar total aset, semakin besar pula ukuran perusahaan. Total aset mencerminkan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan, melakukan investasi, dan menjalankan operasi bisnis.
- b. Total penjualan (Pendapatan) adalah indikator lain untuk mengukur ukuran perusahaan. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi biasanya dianggap memiliki skala operasi yang lebih besar dan kemampuan untuk bersaing di pasar.
- c. Kapitalisasi pasar dihitung dari harga saham perusahaan yang dikalikan dengan jumlah saham yang beredar. Ukuran ini sering digunakan untuk mengukur daya tarik perusahaan dimata investor.

- d. Jumlah karyawan sering digunakan sebagai ukuran kapasitas perusahaan, terutama dalam sektor manufaktur atau jasa. Semakin banyak jumlah karyawan, semakin besar ukuran perusahaan dalam hal operasional dan skala tenaga kerja.

2.2 Penelitian Terdahulu

Aprianto dkk (2022) Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage*, likuiditas, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Wijayanto dan Suprihhadi (2024) Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas dan *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.

Penelitian Terdahulu

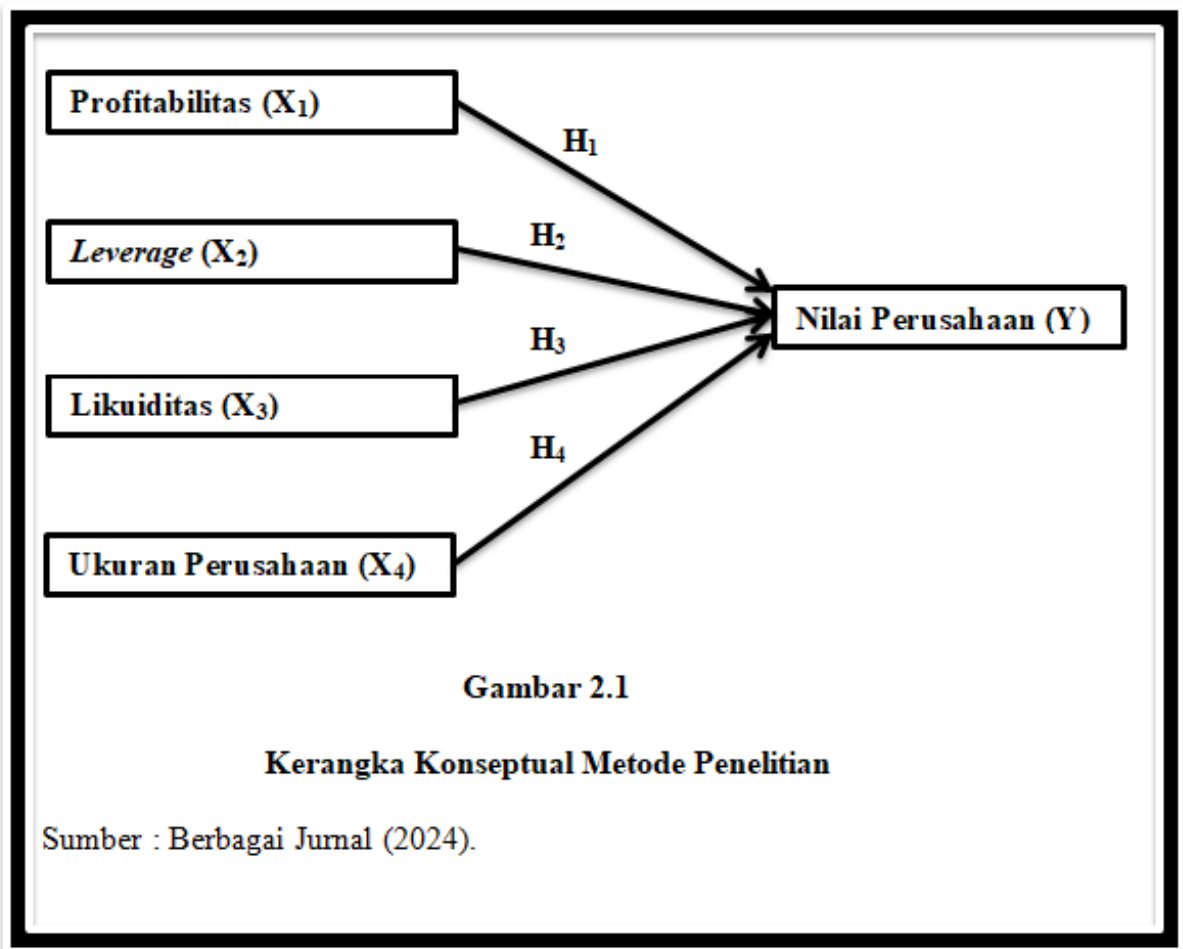
No.	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel	Teknik Analisa	Hasil
1.	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, Aprianto dkk (2022).	Independen: 1. Profitabilita 2. <i>Leverage</i> 3. Likuiditas 4. Kepemilikan Manajerial 5. Ukuran Perusahaan Dependen: Nilai Perusahaan.	Analisi regresi berganda	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan <i>Leverage</i> , Likuiditas, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2.	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan. Wijayanto dan Suprihhadi (2024).	Independen: 1. Profitabilitas 2. Likuiditas 3. <i>Leverage</i> Dependen: Nilai Perusahaan.	Analisis Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Likuiditas terhadap	Independen: 1. Profitabilitas 2. Ukuran Perusahaan 3. <i>Leverage</i> 4. Likuiditas.	Metode purposive sampling	Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa yaitu profitabilitas,

No.	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel	Teknik Analisa	Hasil
	Nilai Perusahaan, Kurniawan & Ardiansyah (2020)	Dependen: Nilai Perusahaan		ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4.	Pengaruh <i>Leverage</i> , Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, Dwipa dkk (2020)	Independen: 1. <i>Leverage</i> 2. Likuiditas 3. Profitabilitas 4. Ukuran Perusahaan. Dependen: Nilai Perusahaan	Data Sekunder (secunder data that is financial statement of used companies)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa <i>Leverage</i> , Likuiditas, Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaann sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
5.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Independen: 1. Ukuran Perusahaan 2. <i>Leverage</i> 3. Profitabilitas Dependen: Nilai Perusahaan.	Regresi data panel dengan progam Eviews 9.0	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan mempengaruhi Nilai Perusahaan. Sementara <i>Leverage</i> dan Profitabilitas tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Sumber: Penelitian Terdahulu, (2024)

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini mengukur pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Kerangka pemikiran dan penelitian bisa digambarkan sebagai berikut:



2.4 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini akan mencoba menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba menurut (Apriantini dkk, 2022). Profitabilitas berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan karena laba yang tinggi menunjukkan keberhasilan manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan, seperti memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (Kasmir, 2016). Perusahaan akan lebih tertarik pada perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi karena ini akan memberikan sinyal stabilitas keuangan dan potensi pengembalian investasi yang optimal.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Junaeni (2022), Aditya (2019) dan, Widhiastuti dan Latrini (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan teori dan hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage adalah tingkat penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan. Penggunaan *leverage* yang optimal dapat membantu perusahaan memaksimalkan pengembalian bagi pemegang saham melalui manfaat pajak (tax shield), karena bunga utang dapat mengurangi pajak yang harus dibayar. Namun, *leverage* yang terlalu tinggi meningkatkan risiko keuangan dan dapat menyebabkan kebangkrutan apabila perusahaan tidak mampu membayar kewajiban utangnya (Brigham & Houston, 2019).

Leverage yang dikelola dengan baik mampu memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan karena akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya eksternal untuk memperbesar skala operasi. Di sisi lain, *leverage* yang terlalu tinggi mencerminkan tingkat risiko yang tidak terkendali, yang dapat mengurangi kepercayaan investor.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu (2016), Endiana (2017) dan menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian lain oleh Bernades dan Suprihhadi (2020), menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2019), rasio *leverage* mencerminkan sejauh mana utang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Salah satu rasio yang sering digunakan untuk mengukur *leverage* adalah Debt to Equity Ratio (DER). DER menggambarkan pentingnya peran ekuitas dalam kemampuan

perusahaan untuk melunasi utangnya. Rasio utang terhadap ekuitas ini juga mencerminkan tingkat risiko finansial; semakin tinggi nilai DER, semakin besar pula potensi perusahaan menghadapi kebangkrutan (Siswanto, 2021). Penelitian Devid & Mujiyati (2022) menunjukkan bahwa leverage dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ketika modal internal perusahaan tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan operasional, utang menjadi sumber alternatif pendanaan yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, tingkat utang yang terlalu tinggi justru dapat meningkatkan risiko finansial dan tidak memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Kasmir (2014), likuiditas adalah rasio yang bisa mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya atau hutang yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun pihak dalam perusahaan. Jika rasio likuiditas meningkat maka perusahaan mampu mengatasi kewajiban jangka pendek dengan baik dan ini juga bisa menjadi sinyal yang baik bagi pihak luar atau pihak manajemen untuk menarik minat investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio likuiditas maka semakin baik pula reputasi perusahaan dan juga bisa

membuat harga saham perusahaan meningkat hingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Junaeni (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan teori dan hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3 : Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) ukuran perusahaan adalah total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak pula investor yang akan mempercayai perusahaan tersebut dalam memperoleh sumber dana atau anggaran baik dari internal maupun eksternal. Ini dikarenakan perusahaan yang besar cenderung memiliki keuntungan yang lebih konstan. Kestabilan keuntungan perusahaan akan menarik perhatian investor, membuat para investor melihat potensi besar dalam perusahaan tersebut. Akibatnya permintaan saham akan meningkat, sehingga harga saham perusahaan tersebut cenderung naik, sehingga membuat nilai perusahaan meningkat. Beberapa hasil penelitian dari Sari (2016), Dewi dan Sudiartha (2017), Gilang dan

Vaya (2018), dan Prasetyorini (2018) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis/ Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2018) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan angka dalam proses pengumpulan dan analisis data. Dengan menggunakan metode ini, penelitian dapat dilakukan secara sistematis dan objektif.

Pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan fenomena yang ada tanpa bermaksud menarik kesimpulan atau membuat generalisasi yang berlaku secara umum. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah melakukan analisis data secara akurat dan mendalam. Dengan demikian, penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas tentang fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2017:147).

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan deskriptif kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data secara sistematis. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan fenomena yang ada dan memberikan gambaran yang akurat tentang hasil penelitian.

3.2 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Definisi konseptual

Dalam penelitian, variabel independen (variabel bebas) memainkan peran penting sebagai faktor yang memengaruhi atau menjadi sebab terjadinya perubahan atau munculnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel bebas, yang dinotasikan dengan X, merupakan bagian integral dalam penelitian karena para peneliti berfokus pada pengukuran bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel dependen. Dalam konteks ini, variabel bebas sering juga disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, atau antecedent, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2018).

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel bebas yang digunakan, yaitu profitabilitas (X1), *leverage* (X2), likuiditas (X3), dan ukuran perusahaan (X4). Variabel-variabel ini dipilih karena dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Variabel dependen, yang dinotasikan dengan Y, merupakan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat ini diamati variasinya sebagai hasil yang diprediksikan berasal dari variabel bebas, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2018).

Dengan demikian, pemahaman tentang variabel bebas dan variabel terikat sangat penting dalam penelitian untuk memastikan

bahwa hasil penelitian akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

3.2.2 Definisi operasional

Dalam konteks penelitian, variabel penelitian merupakan komponen penting yang mencakup segala sesuatu yang diamati dan diukur. Variabel ini dapat berupa sifat, angka, atau besaran yang dapat diukur atau dihitung, sehingga memungkinkan peneliti untuk menganalisis dan memahami fenomena yang diteliti. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa variabel penelitian ini merupakan fondasi bagi keseluruhan proses penelitian.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel dependen dan independen. Variabel-variabel ini memiliki peran yang berbeda dalam penelitian. Variabel independen merupakan faktor yang memengaruhi atau menjadi sebab terjadinya perubahan, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel independen. Dengan menggunakan kedua jenis variabel ini, penelitian dapat memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut dan menghasilkan kesimpulan yang akurat.

3.3 Populasi Penelitian

Menurut Sugiono (2019), populasi merupakan pengelompokan item atau subjek yang mencakup semua atribut dan jumlah tertentu yang dipilih peneliti untuk diteliti. Tujuan penelitian yaitu membuat kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan dari populasi tersebut. Dalam penelitian, informasi dikumpulkan dengan memfokuskan pada sejumlah populasi yang telah ditentukan.

Namun, dalam beberapa kasus populasi yang besar dapat menjadi hambatan bagi peneliti karena keterbatasan waktu, biaya, dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, peneliti menggunakan sampel sebagai alternatif untuk mewakili populasi. Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah perusahaan sub sektor Hotels, Resort, Cruise Line yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

Terdapat total 30 perusahaan pada sub sektor Hotel, Resort dan Cruise Line di Bursa Efek Indonesia yang menjadi populasi penelitian ini. Dengan memfokuskan pada populasi yang spesifik, penelitian ini dapat memastikan bahwa hasil penelitian relevan dan akurat untuk perusahaan-perusahaan yang menjadi sasaran penelitian.

3.4 Sampel Penelitian

Sugiono (2018), menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan diteliti. Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan purposive sampling. menurut Sugiyono (2018), purposive sampling adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Adapun kriteria yang digunakan dalam memilih sampel adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan bergerak pada sub industri hotel, resort, dan cruise line pada tahun 2019 sampai 2023.
- b. Perusahaan sektor properties and real estate di Indonesia yang aktif dari tahun 2019 sampai 2023.
- c. Perusahaan secara berkala mempublikasikan laporan keuangannya secara lengkap pada setiap kuartal di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019- 2023.
- d. Perusahaan food and beverages yang menyajikan data perhitungan rasio keuangan secara lengkap sesuai variabel yang akan diteliti selama periode 2019-2023.

Tabel 3.
Purposive Sampling

No	Kriteria	Jumlah
	Populasi perusahaan yang terdaftar di BEI hingga tahun 2023	30
1	Perusahaan <i>hotels, resort, dan cruise line</i> di Indonesia yang tidak terdaftar atau tidak aktif di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019-2023.	(5)
2	Perusahaan <i>hotels, resort, dan cruise line</i> yang mengalami kerugian pada laporan keuangan selama tahun 2019-2023.	(1)
3	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara lengkap berturut-turut tahun 2019-2023.	(0)
	Sampel Penelitian	24
	Total Sampel (n x periode penelitian) (24 x 5 tahun)	120

3.5 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan di situs resmi www.idx.co.id. Satuan data yang digunakan adalah tahunan dengan periode tahun 2019 hingga tahun 2023.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data kuantitatif dengan sumber data sekunder. Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber yang sudah ada seperti dokumen penting, website, dan buku. Data tersebut tidak diperoleh secara langsung dari objeknya,

melainkan dari sumber lain, baik lisan maupun tulisan. Contoh data sekunder antara lain catatan dan dokumen perusahaan berupa data waktu kehadiran, penggajian, laporan keuangan terbitan perusahaan, laporan pemerintah, dan lain-lain.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui akses internet yaitu www.idx.co.id yang merupakan website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berupa *annual report* setiap perusahaan. Selain itu, data juga diperoleh dari studi pustaka berupa jurnal, buku, artikel, dan penelitian yang sebelumnya telah ada.

Menurut sugiyono (2018), pengumpulan data dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu :

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui metode seperti penyebaran kuesioner kepada pihak terkait yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui perantara, seperti dokumen atau orang lain. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data informasi yang dibutuhkan melalui studi literatur, mencakup buku, jurnal, artikel, sumber online, skripsi, dan tesis yang telah ada sebelumnya.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variabel yang diteliti dan melakukan perhitungan untuk menjawab perumusan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017: 147).

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data penelitian berdasarkan rata-rata (mean), standar deviasi (standard deviation), nilai minimum dan nilai maksimum dari masing-masing variabel yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2019), Statistik deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran mengenai objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi tanpa menarik kesimpulan lebih luas.

3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menguji hubungan antara profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Menurut Gujarati dan Porter (2020), regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen guna mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen

terhadap variabel dependen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan

Y	=	Nilai Perusahaan
X1	=	Profitabilitas
X2	=	Leverage
X3	=	Likuiditas
X4	=	Ukuran Perusahaan
A	=	Konstanta
$\beta_1 - \beta_4$	=	Koefisien regresi
e	=	Error Term

Untuk mengetahui apakah model regresi linear benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan, maka model tersebut harus memenuhi uji asumsi klasik.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi, model harus memenuhi asumsi klasik agar hasil regresi dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang valid. Berikut adalah empat uji asumsi klasik yang dilakukan:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusikan normal.

Uji ini dapat dilakukan dengan :

- Uji Kotmogorov-Smirnov
- Uji Shapiro-Wilk
- Histogram dan Grafik P-P Plot

Kriteria pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi (p-value) $>0,05$, maka data berdistribusikan normal.
- Jika nilai signifikansi (p-value) $<0,05$, maka data tidak berdistribusikan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak ada hubungan yang terlalu kuat antar variabel independen dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan melihat Variance Inflation Faactor (VIF) dan Tolerance.

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

- Jika $VIF \geq 10$ dan $Tolerance > 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.

Menurut Gujarati (2020), multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan hasil regresi menjadi tidak reliabel karena sulit menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual dalam model regresi. Uji ini dapat dilakukan dengan:

- Uji Glejser
- Uji Park
- Scatterplot antara residual dan variabel independen

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai signifikansi (p-value) $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Widarjono (2021), heteroskedastisitas dapat menyebabkan hasil regresi tidak efisien, sehingga

kesimpulan yang diambil salah.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual dalam suatu model regresi. Uji ini dapat dilakukan dengan uji Durbin-Waston (DW Test).

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika $1,5 < DW < 2,5$ maka terjadi autokorelasi.
- Jika $DW < 1,5$ atau $DW > 2,5$ maka terjadi autokorelasi.

Menurut Gujarat (2020), autokorelasi dapat menyebabkan hasil estimasi regresi menjadi bias dan tidak dapat digunakan untuk prediksi yang valid.

3.8.3 Model Pengujian Hipotesis

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Bursa Efek Indonesia (BEI)

4.1.1 Sejarah Bursa Efek Indonesia

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau Indonesia Stock Exchange (IDX) adalah lembaga yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem serta sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek bagi investor, emiten, dan pihak lainnya. Sejarah pasar modal Indonesia dimulai sejak zaman kolonial Belanda, yaitu pada tahun 1912 dengan dibukanya bursa efek pertama di Batavia (sekarang Jakarta).

Namun, aktivitas pasar modal Indonesia sempat mengalami pasang surut, terutama saat masa penjajahan Jepang dan masa awal kemerdekaan. Bursa baru kembali aktif pada 1977 dengan pengawasan Badan Pelaksana Pasar Modal (BAPEPAM). Kemudian, pada tahun 1992, Bursa Efek Jakarta (BEJ) dialihkan menjadi swasta dan operasionalnya diambil alih oleh PT Bursa Efek Jakarta.

Pada tahun 2007, terjadi penggabungan antara Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI), untuk menciptakan pasar modal yang lebih efisien dan kompetitif di tingkat nasional maupun internasional.

4.1.2 Perkembangan Bursa Efek Indonesia

Perkembangan BEI sangat pesat seiring dengan meningkatnya peran serta masyarakat dalam kegiatan investasi. Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah investor individu, emiten, serta nilai transaksi tahunan yang signifikan. Digitalisasi dan kemudahan dalam berinvestasi melalui aplikasi daring (online trading) juga mendorong penetrasi pasar modal ke berbagai kalangan masyarakat, termasuk generasi muda.

BEI juga aktif mengembangkan pasar modal syariah, menerapkan prinsip tata kelola yang baik, serta melakukan edukasi dan literasi keuangan di berbagai daerah. Saat ini, BEI menjadi salah satu bursa efek terbesar di kawasan Asia Tenggara.

4.1.3 Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia

1. Visi

“Menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.”

2. Misi

- Menyediakan sistem perdagangan yang teratur, wajar, dan efisien.
- Mengembangkan pasar modal Indonesia melalui inovasi berkelanjutan dan peningkatan aksesibilitas.
- Meningkatkan perlindungan investor dan keterbukaan informasi.
- Mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui pasar modal yang kuat dan berintegritas.

4.2 Profil Perusahaan

Sub sektor Hotels, Resort, dan Cruise Line merupakan bagian dari sektor Consumer Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan dalam sub sektor ini bergerak di bidang jasa akomodasi dan pariwisata yang menyediakan layanan hotel, resor, penginapan, hingga kapal pesiar.

Selama periode 2019–2023, perusahaan dalam sub sektor ini mengalami dinamika yang cukup signifikan, khususnya akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan penurunan tajam dalam okupansi hotel dan jumlah wisatawan. Namun, seiring dengan pemulihan ekonomi dan pelonggaran pembatasan perjalanan, sub sektor ini mulai menunjukkan tren pemulihan yang positif.

Dalam penelitian ini, perusahaan yang menjadi objek dikaji berdasarkan kriteria tertentu, seperti terdaftar di BEI selama periode 2019–2023, menyajikan laporan keuangan secara lengkap dan memiliki data rasio keuangan yang dibutuhkan. Beberapa contoh perusahaan dalam sub sektor ini antara lain:

- PT Hotel Sahid Jaya International Tbk (SHID)
- PT Indonesian Paradise Property Tbk (INPP)
- PT Red Planet Indonesia Tbk (PSKT)

Karakteristik perusahaan dalam sub sektor ini meliputi:

- Sumber pendapatan utama berasal dari layanan penginapan dan pariwisata.
- Sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti tren pariwisata,

kebijakan pemerintah, dan pergerakan ekonomi makro.

- Memiliki struktur aset tetap yang tinggi dan membutuhkan manajemen likuiditas yang baik.
- Cenderung menggunakan strategi leverage untuk pembiayaan ekspansi usaha.

Dengan mempertimbangkan karakteristik dan kondisi sektor ini, analisis terhadap faktor-faktor keuangan seperti profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan menjadi sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan di pasar modal.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1 Uji Deskriptif

Tabel 5.1 Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PROFITABILITAS	120	-74,25	347,49	3,6782	42,49895
LEVERAGE	120	-142,66	699,11	9,7400	84,98165
LIKUIDITAS	120	-66,32	354,57	9,7226	42,48969
UKURAN PERUSAHAAN	120	3,89	5,58	5,0646	,30073
NILAI PERUSAHAAN	120	344,72	996,01	933,0188	76,07524
Valid N (listwise)	120				

Sumber :Olah Data,2025

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap 120 sampel data, diperoleh gambaran karakteristik masing-masing variabel. Profitabilitas memiliki rata-rata 3,6782 dengan sebaran data yang cukup tinggi (simpangan baku 42,49895). *Leverage* menunjukkan variabilitas paling besar dengan simpangan baku 84,98165 dan rata-rata 9,7400. Likuiditas juga menunjukkan keragaman tinggi (mean 9,7226; simpangan baku 42,48969). Sebaliknya, ukuran perusahaan memiliki sebaran sempit (mean 5,0646; simpangan baku 0,30073), menandakan data yang relatif homogen. Sementara itu, Nilai perusahaan sebagai variabel dependen menunjukkan rata-rata tinggi (933,0188) dengan variasi yang cukup besar (simpangan baku 76,07524). Secara umum, variabel

leverage dan nilai perusahaan menunjukkan variabilitas paling signifikan, sedangkan ukuran perusahaan cenderung stabil di seluruh sampel.

5.2 Asumsi Klasik

5.2.1 Uji Normalitas

Tabel 5.2 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	5,31430E+13
	Std. Deviation	100,5851207
Most Extreme Differences	Absolute	,329
	Positive	,329
	Negative	-,251
Test Statistic		,329
Asymp. Sig. (2-tailed)		,074 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber :Olah Data,2025

Berdasarkan hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,074. Karena nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas pada model regresi terpenuhi dan model layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan uji statistik parametrik.

5.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 5.3
Uji Multikoleneritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PROFITABILITAS	,991	1,009
	LEVERAGE	,998	1,002
	LIKUIDITAS	,995	1,005
	UKURAN PERUSAHAAN	,988	1,012

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber : Olah Data,2025

Berdasarkan hasil analisis multikolinearitas, seluruh variabel independen dalam model regresi menunjukkan nilai tolerance di atas 0,1 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10. Secara rinci, variabel Profitabilitas memiliki nilai tolerance sebesar 0,991 dan VIF sebesar 1,009, Leverage sebesar 0,998 dan 1,002, Likuiditas sebesar 0,995 dan 1,005, serta Ukuran Perusahaan sebesar 0,988 dan 1,012. Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas, sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara valid.

5.2.3 Uji Heterokedasititas

Tabel 5.4
Uji Heterokedasititas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,761	7,074		2,935	,004
	PROFITABILITAS	,441	,445	,077	,990	,324
	LEVERAGE	,044	,103	,033	,427	,670
	LIKUIDITAS	-,622	,631	-,076	-,986	,326
	UKURAN PERUSAHAAN	4,732	,675	,543	,707	,176

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Olah Data,2025

Berdasarkan hasil uji Glejser pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi (Sig.) di atas 0,05, yaitu: Profitabilitas (0,324), Leverage (0,670), Likuiditas (0,326), dan Ukuran Perusahaan (0,176). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual (ABS_RES), yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga hasil estimasi dapat dikatakan reliabel dan tidak bias akibat variansi residual yang tidak konstan.

5.2.4 Uji Autokorelasi

Tabel 5.5
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,000 ^a	1,000	1,000	,85133	2,211

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber : Olah Data, 2025

Berdasarkan output *model summary*, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 1,000 menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan mampu menjelaskan Nilai Perusahaan secara sempurna. Nilai Adjusted R Square yang juga 1,000 mengindikasikan konsistensi model meskipun telah disesuaikan. Selain itu, nilai Durbin-Watson sebesar 2,211 berada dalam rentang 1,5 hingga 2,5, yang berarti tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian, model regresi dinilai sangat baik dan layak digunakan.

5.3 Uji Hipotesis

5.3.1 Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-136,657	1,436		-95,149	,000
	PROFITABILITAS	-1,589	,059	-,887	-26,905	,000
	LEVERAGE	-,178	,035	-,199	-5,023	,000
	LIKUIDITAS	,945	,073	,528	13,000	,000
	UKURAN PERUSAHAAN	210,890	,263	,834	801,930	,000

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan hasil output regresi berganda pada tabel *Coefficients*, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -136,657 - 1,589 - 0,178 + 0,945 + 210,890$$

Hasil ini menunjukkan bahwa:

1. Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, ditunjukkan oleh koefisien sebesar -1,589 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti semakin tinggi profitabilitas justru cenderung menurunkan nilai perusahaan.
2. *Leverage* juga berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan koefisien -0,178 dan signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa peningkatan leverage akan menurunkan nilai perusahaan.
3. Sebaliknya, Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien 0,945 dan signifikansi 0,000, artinya semakin tinggi likuiditas perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan.
4. Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif yang sangat kuat dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan koefisien sebesar 210,890 dan signifikansi 0,000, menandakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan juga meningkat secara signifikan.

5.3.2 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-136,657	1,436		-95,149	,000
	PROFITABILITAS	-1,589	,059	-,887	-26,905	,000
	LEVERAGE	-,178	,035	-,199	-5,023	,000
	LIKUIDITAS	,945	,073	,528	13,000	,000
	UKURAN PERUSAHAAN	210,890	,263	,834	801,930	,000

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan hasil uji t yang ditunjukkan dalam tabel Coefficients, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu Nilai Perusahaan. Variabel Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t sebesar -26,905, yang berarti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Demikian pula, variabel Leverage menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan dengan nilai t sebesar -5,023 dan signifikansi 0,000. Sebaliknya, variabel Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, ditunjukkan oleh nilai t sebesar 13,000 dan signifikansi 0,000. Sementara itu, Ukuran Perusahaan memberikan pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai t sebesar 801,930 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, seluruh variabel independen dalam model ini terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial pada tingkat signifikansi 5%.

5.3.3 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	688622,259	4	172155,565	237534,989	,000 ^b
	Residual	83,347	115	,725		
	Total	688705,606	119			

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

b. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS

Berdasarkan hasil uji F (ANOVA) yang ditampilkan dalam tabel, diperoleh nilai F sebesar 237.534,989 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibentuk secara simultan signifikan. Artinya, secara bersama-sama variabel independen yang terdiri dari Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk memprediksi Nilai Perusahaan berdasarkan keempat variabel tersebut.

5.3.4 Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,754	,745	37,39493

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan hasil output Model Summary, diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,754, yang berarti bahwa 75,4% variasi dalam variabel dependen yaitu nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Sementara itu, sisanya sebesar 24,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,745 menunjukkan bahwa model ini tetap baik dan tidak mengalami penyimpangan signifikan meskipun telah disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor. Dengan demikian, model regresi yang digunakan cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel independen terhadap nilai perusahaan.

5.4 Pembahasan

5.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji regresi parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas secara statistik berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Koefisien

regresi yang dihasilkan sebesar -1,589 dengan nilai t hitung -26,905, sedangkan t tabel berada di sekitar $\pm 1,980$ (untuk $n = 120$ dan $df = 115$). Karena t hitung berada jauh di luar rentang tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruhnya sangat signifikan. Namun demikian, arah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah negatif, sebagaimana ditunjukkan oleh tanda negatif pada koefisien regresi.

Temuan ini menarik karena secara teori, profitabilitas yang tinggi biasanya menunjukkan kinerja keuangan yang baik dan dapat meningkatkan kepercayaan investor, sehingga seharusnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun dalam penelitian ini, hasilnya menunjukkan arah yang berlawanan. Hal ini dapat dijelaskan dari beberapa kemungkinan. Pertama, perusahaan yang sangat fokus pada peningkatan profitabilitas mungkin mengorbankan investasi jangka panjang atau inovasi, yang justru bisa menurunkan persepsi investor terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Kedua, kondisi industri atau sektor usaha dari sampel perusahaan mungkin memiliki karakteristik khusus, seperti sektor yang sangat padat modal, di mana profitabilitas jangka pendek kurang mencerminkan nilai intrinsik perusahaan.

Selain itu, investor juga dapat melihat faktor-faktor lain seperti risiko keuangan, struktur modal, dan prospek pertumbuhan yang lebih

menentukan dalam pembentukan nilai perusahaan dibandingkan sekadar profitabilitas. Oleh karena itu, meskipun profitabilitas merupakan indikator penting dalam analisis keuangan, hasil penelitian ini menekankan bahwa pengaruhnya terhadap nilai perusahaan tidak selalu positif, dan sangat tergantung pada konteks dan persepsi investor terhadap strategi keuangan dan bisnis perusahaan secara menyeluruh.

5.4.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi parsial (uji *t*), variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi *leverage* sebesar -0,178 dengan nilai *t* hitung sebesar **-5,023**, yang berada di luar batas kritis *t* tabel ($\pm 1,980$), sehingga hipotesis bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

Namun, arah koefisien *leverage* menunjukkan nilai negatif, artinya *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang terhadap total aset atau modal), maka semakin rendah nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan teori *Trade Off Theory*, yang menyatakan bahwa penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan (financial

distress) sehingga berdampak negatif terhadap persepsi investor dan nilai perusahaan.

Tingginya beban bunga akibat utang dapat menekan laba bersih perusahaan, yang pada akhirnya menurunkan daya tarik perusahaan di mata investor. Selain itu, struktur modal yang terlalu didominasi oleh utang dapat dianggap sebagai sinyal negatif karena memperbesar risiko kebangkrutan, terutama jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menegaskan pentingnya pengelolaan struktur modal yang optimal agar perusahaan dapat menjaga keseimbangan antara penggunaan dana eksternal (utang) dan internal (ekuitas), guna meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

5.4.3 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t, variabel likuiditas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, koefisien regresi likuiditas sebesar 0,945 dengan nilai t hitung 13,000 yang jauh melebihi t tabel ($\pm 1,980$), memperkuat

bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Arah hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan adalah positif, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien yang positif. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, dan tingginya likuiditas umumnya menunjukkan kondisi keuangan yang sehat. Hal ini memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan mampu mengelola arus kasnya secara efisien dan memiliki fleksibilitas keuangan yang baik.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Santoso dan Junaeni (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Temuan ini konsisten, di mana perusahaan dengan likuiditas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang stabil dan memiliki risiko kebangkrutan yang rendah. Kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya akan meningkatkan minat terhadap saham perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perlu menjaga tingkat likuiditas dalam batas optimal untuk mendukung stabilitas operasional dan meningkatkan kepercayaan investor.

5.4.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi yang dihasilkan sebesar 181,866 dengan nilai t hitung sebesar 801,930, yang sangat tinggi dan jauh melebihi nilai t tabel, menandakan bahwa pengaruh variabel ini sangat kuat dan signifikan secara statistik.

Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan biasanya diukur berdasarkan total aset atau pendapatan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar, akses pendanaan yang lebih luas, reputasi yang lebih kuat, serta kemampuan bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak

menentu, sehingga lebih menarik di mata investor.

Beberapa hasil penelitian dari Sari (2016), Dewi dan Sudiarta (2017), Gilang dan Vaya (2018), dan Prasetyorini (2018) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan di mana perusahaan besar dinilai lebih mampu mengatasi masalah keagenan dan memberikan sinyal positif terhadap keberlangsungan dan stabilitas kinerja perusahaan. Investor umumnya menilai perusahaan besar sebagai entitas yang lebih mapan dan mampu menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, strategi untuk meningkatkan skala usaha dan memperluas aset dapat menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya di mata pemegang saham dan investor.

BAV VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas, justru nilai perusahaan pada sub sektor Hotels, Resort, dan Cruise Line di BEI periode 2019–2023 cenderung menurun. Fenomena ini bisa disebabkan oleh persepsi investor yang mungkin menilai bahwa peningkatan laba belum tentu mencerminkan prospek jangka panjang yang stabil, atau karena strategi laba yang mengorbankan investasi jangka panjang.

2. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tingginya tingkat utang dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan, sehingga menurunkan minat investor dan berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan struktur modal yang optimal.

3. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Investor melihat

perusahaan yang likuid sebagai entitas yang sehat dan minim risiko finansial.

4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki daya saing, stabilitas, dan akses pendanaan yang lebih baik, yang membuat perusahaan tersebut dinilai lebih menarik oleh investor.
5. Profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut merupakan indikator penting dalam membentuk persepsi investor terhadap nilai perusahaan, khususnya di sektor pariwisata yang fluktuatif dan sangat terdampak oleh faktor eksternal seperti pandemi.

6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

Penelitian hanya menggunakan data kuantitatif dari laporan keuangan dan tidak mempertimbangkan faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro atau kebijakan pemerintah.

Ruang lingkup penelitian terbatas pada sub sektor Hotels, Resort, dan Cruise Line di BEI, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke seluruh sektor industri lainnya.

Periode penelitian dibatasi dari tahun 2019–2023 yang sebagian besar mencakup masa pandemi COVID-19, sehingga hasilnya mungkin terpengaruh oleh kondisi khusus tersebut.

6.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tidak semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Leverage.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage memiliki pengaruh yang rendah atau tidak signifikan.

2. Bagi investor, perlu mempertimbangkan secara menyeluruh faktor-faktor keuangan seperti likuiditas dan ukuran perusahaan sebelum membuat keputusan investasi, khususnya di sektor yang rentan terhadap krisis seperti sektor pariwisata.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti struktur kepemilikan, pertumbuhan pendapatan, atau faktor eksternal seperti inflasi dan suku bunga. Selain itu, penelitian kualitatif juga dapat dilakukan untuk melengkapi hasil dari pendekatan kuantitatif ini.

DAFTAR PUSTAKA

- APRIANTINI, N. (2022). *PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS, KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR).
- Noviawan, LA, Umam, K., & Agustiningsih, W. (2024). Kinerja Keuangan Hotel, Resort, dan Cruise Line Selama dan Setelah COVID-19. *Jurnal Aplikasi Perpajakan* , 5 (1), 57-70.
- Nafi'ah, Z., & Kurniawati, R. (2023, Desember). PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022. Dalam *E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)* (Vol. 3, No. 1, pp. 317-327).
- Terbitan, A., APC, BP, Jurnal, JIKB, & Jurnal, TR (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Article Sidebar.
- Anita, D., & Sembiring, GA (2016). Analisis pengaruh profitabilitas, pertumbuhan aset, risiko bisnis, tingkat likuditas dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal perusahaan jasa (sektor hotel, restoran dan pariwisata) yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2010-2014. *Pengadaan: Jurnal Ilmiah Manajemen* , 4 (4), 415-433.
- Santoso, BA, & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Pemilik: Riset Dan Jurnal Akuntansi* , 6 (2), 1597-1609.
- Satriawan, B. I. N., & Bagana, B. D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek

Indonesia Tahun 2018-2021). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8049-8059.

Lutfita, A., & Takarini, N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 319-329.

Barnades, A. N., & Suprihhadi, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI periode (2014-2018). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).

Ardiansah, F., & Idayati, F. (2024). PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN, DAN KEBIJAKAN HUTANG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 13 (1).

MONICAWIYANTO, S. (2024). *PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR PARIWISATAYANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022* (Doctoral dissertation, STIESIA SURABAYA).

Septiani, D. (2024). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Likuiditas Terhadap Financial Distress (Sub Sektor Hotel, Restoran, Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10 (1), 279-292.

Fortuna, PDFPD, & Sulistyowati, E. (2024). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 13 (8).

Akendy, D., & Digdowiseiso, K. (2023). Nilai Perusahaan Food & Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2018-2022 Yang Dipengaruhi Oleh Rasio Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Dan Rasio *Leverage*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (COSTING)*, 6 (2), 2483-2493.

Santa Dwipa, IK, Kepramareni, P., & Yulastuti, IAN (2020). Pengaruh *leverage*, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2 (1).

Herawan, F., & Dewi, SP (2021). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi* , 3 (1), 137-145.

Ardiansyah, GGK (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi* , 2 (1), 367-375.