

PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN FOOD AND BAVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA)

The Influence of Liquidity, Profitability, and Leverage on Firm Value: The Moderating Role of Firm Size

Sanri Audelia Mikidori^{1,a)}, Petrus E. de Rozari^{2,b)}, Yuri S. Fa'ah^{3,c)}, Paulina Y. Amtiran^{4,d)}

^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} sanrimikidori@gmail.com, ^{b)} petrus.rozari@staf.undana.ac.id,
^{c)} yurifaah@staf.undana.ac.id, ^{d)} paulinaamtiran@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023 dan mempublikasikan laporan keuangan perusahaannya. Sampel penelitian berjumlah 16 perusahaan dengan metode purposive sampling. Data di analisis menggunakan e-views 10 yakni meliputi uji pemilihan model, uji asumsi klasik, uji analisis linear berganda dan uji moderated regression analysis (MRA). Bahwa Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Leverage memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan tidak memoderasi pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh Rasio profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Bursa Efek Indonesia

PENDAHULUAN

Perusahaan memiliki tujuan dalam menjalankan proses operasionalnya, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien dan memaksimalkan keuntungan disetiap periodenya, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah menjaga kelangsungan usaha, meningkatkan nilai perusahaan, dan mensejahterahkan pemegang saham (Suwardika & Mustanda, 2017). Nilai perusahaan atau dikenal juga dengan *firm value* merupakan konsep penting bagi investor, hal ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Zakiah et al., 2023).

(Anggorowati & Ilyas, 2022). Faktor yang harus diperhatikan dalam nilai perusahaan terdapat faktor eksternal maupun faktor internal, dimana faktor eksternal itu sendiri yaitu faktor dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan tersebut, misalnya nilai kurs, inflasi dan pertumbuhan pasar. Peningkatan nilai perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan, karena faktor internal perusahaan dapat berupa rasio-rasio yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan seperti likuiditas, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan dimana menjadi tolak ukur kesejahteraan suatu skala dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan, sedangkan faktor eksternal perusahaan yaitu faktor-faktor dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan itu sendiri, seperti inflasi, citra perusahaan, pertumbuhan pasar, dan nilai kurs (Barnades, 2018)

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas merupakan suatu kemampuan perusahaan didalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek yang dimiliki (Sukarya & Baskara, 2018). Rasio likuiditas juga dapat dikenal dengan istilah rasio modal kerja yang memiliki salah satu tujuan, yaitu sebagai alat untuk mengukur tingkat ketersediaan uang kas perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek (Zakiah et al., 2023)

Faktor berikut yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu serta memberikan gambaran mengenai tingkat efektifitas manajemen didalam melaksanakan kegiatan operasinya (Anisa et al., 2021). Profitabilitas merupakan sebuah gambaran bagaimana suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari asset ataupun modal yang mereka miliki. Bisnis sangat memperhatikan profitabilitas karena dapat menunjukkan seberapa efektif suatu perusahaan dalam memperoleh laba dan menunjukkan seberapa baik kinerjanya.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*, Leverage Menurut Welly (2019), menyatakan bahwa rasio *leverage* adalah ukuran penilaian kinerja perusahaan yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan hutang. *Leverage* digunakan untuk membandingkan hutang perusahaan dengan asetnya dan untuk menentukan berapa banyak aset perusahaan yang diperlukan untuk memenuhi seluruh kewajibannya (Arum et al., 2023).

Faktor yang terakhir adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan (Indriaty et al., 2024). Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan dan mempunyai lebih banyak sumber daya (Anisa et al., 2021). Alasan menggunakan ukuran perusahaan karena dinilai ukuran perusahaan ini mempunyai keunggulan dalam tingkat kestabilan dari periode ke periode berikutnya dibandingkan dengan proksi lainnya. Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yaitu ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal (Zurriah & Prayogi, 2023).

KAJIAN TEORI

Agensi Teori

Menurut Brigham & Houston (2019) Teori keagenan menunjukkan bahwa kondisi informasi yang tidak lengkap dan penuh ketidakpastian akan memunculkan masalah keagenan, yaitu *adverse selection* dan *moral hazard*. *Adverse selection* adalah kondisi yang menunjukkan posisi principal tidak mendapatkan Informasi secara cermat mengenai kinerja manajemen yang telah menetapkan pembayaran gaji bagi agen (manajemen) atau program kompensasi lain. *Moral Hazard* berkaitan dengan kondisi principal tidak mendapatkan kepastian bahwa agen telah berupaya bekerja maksimal untuk kepentingan pemilik.

Menurut Anarwita (2021) Pemilik perusahaan atau principals mendelegasikan pertanggung jawaban atas decision making kepada manajemen atau agent, hal ini dapat pula dikatakan bahwa principals memberikan suatu amanah kepada agent untuk melaksanakan tugas tertentu sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Wewenang dan tanggung jawab agent maupun principals diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Brigham & Houston (2019) teori sinyal atau *Signalling theory* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor terkait pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan kedepannya. Sinyal yang diberikan berupa informasi yang mengenai apa saja yang telah dilakukan manajemen dalam mewujudkan apa yang diinginkan pemilik perusahaan. Informasi yang diberikan oleh perusahaan bersifat penting karena akan berhubungan dengan keputusan investasi oleh para investor. *Signalling theory* mendorong perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Karena perusahaan lebih banyak informasi dari pada pihak eksternal (investor dan kreditor).

Nilai Perusahaan

Menurut Mardikanto & Poerwoko (2013) nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Menurut Sudana (2011) mengatakan bahwa rasio penilaian merupakan rasio yang berhubungan dengan penilaian kinerja saham yang telah diperdagangkan go public di pasar modal. Rasio penilaian memberikan informasi tentang besarnya masyarakat menghargai suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat menarik minat masyarakat untuk membeli saham dengan harga di atas nilai bukunya.

Kinerja Keuangan

Menurut Mardikanto & Poerwoko (2013) nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Menurut Sudana (2011) mengatakan bahwa rasio penilaian merupakan rasio yang berhubungan dengan penilaian kinerja saham yang telah diperdagangkan go public di pasar modal. Rasio penilaian memberikan informasi tentang besarnya masyarakat menghargai suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat menarik minat masyarakat untuk membeli saham dengan harga di atas nilai bukunya.

Analisis Rasio Keuangan

Menurut Kasmir (2017) rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada di dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada di antara laporan keuangan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode. Menurut Sutrisno (2017) terdapat beberapa ratio keuangan diantaranya :

1. Rasio Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajibannya yang segera harus dipenuhi. Kewajiban yang segera harus dipenuhi adalah hutang jangka pendek, oleh karena itu rasio ini bisa digunakan untuk mengukur tingkat keamanan kreditor jangka pendek, serta mengukur apakah operasi perusahaan tidak akan terganggu bila kewajiban jangka pendek ini segera ditagih.

$$CR = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{hutang lancar}}$$

2. Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan hasil dari kebijaksanaan yang diambil oleh manajemen. Rasio profitabilitas untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan. Semakin besar tingkat keuntungan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan.

$$ROA = \frac{EAT}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3. Rasio Leverage

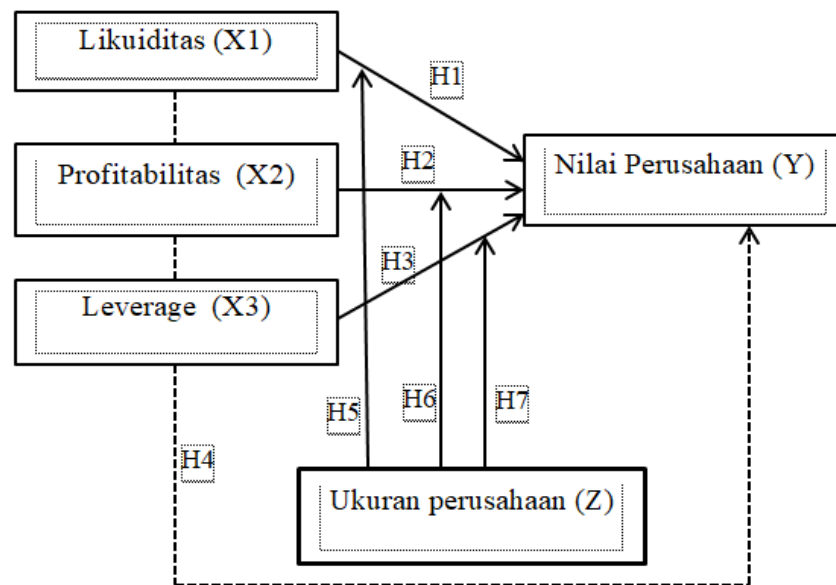
Rasio *leverage* menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanja dengan hutang. Apabila perusahaan tidak mempunyai *leverage* atau *leverage factornya* = 0 artinya perusahaan dalam beroperasi sepenuhnya menggunakan modal sendiri atau tanpa menggunakan hutang.

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Pengertian dari ukuran perusahaan menurut (Bambang Riyanto, 2001) yaitu : Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan, atau nilai total aktiva.

Kerangka Berpikir



Gambar 1.

Kerangka Berpikir

Keterangan :

————— : Berpengaruh secara Parsial

————— : Berpengaruh secara Simultan

Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan food and baverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023
- H2 : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and baverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023
- H3 : Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and baverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023
- H4 : Likuiditas, profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and baverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023

- H5 : Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and baverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023
- H6 : Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and baverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023
- H7 : Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and baverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif menurut Sugiyono (2018) merupakan data berbentuk angka dengan jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung, namun melalui perantara berupa data yang telah dikumpulkan, diolah dan dipublikasikan oleh pihak lain berupa laporan keuangan pada perusahaan food and baverage yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2019-2023. Penelitian ini data yang digunakan melalui sumber data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan yang telah diaudit serta dipublikasikan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji pemilihan model, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji MRA, uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F dan uji R^2 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Pemilihan Model

Pengujian pertama adalah menentukan model estimasi terbaik untuk melihat pengaruh variabel independen X1, X2, X3 dan Z terhadap variabel dependen Y. Pengujian dilakukan dengan urutan sebagai berikut :

Uji Chow

Uji Chow dilakukan untuk memilih antara model *common effect* atau *fixed effect* dalam regresi data panel. Jika nilai probabilitas > 0.05 maka model regresi yang digunakan adalah model *common effect*. Sebaliknya jika nilai probabilitas < 0.05 maka model regresi yang tepat digunakan adalah model *fixed effect*.

Tabel 1.

Hasil Uji Analisis Agresi Linear Berganda

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	36.571332	(15,60)	0.0000
Cross-section Chi-square	185.341387	15	0.0000

(Sumber : diolah, 2025)

Hasil uji chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross-section Chi-Square $0.0000 < 0.05$, maka model yang tepat digunakan dalam regresi data panel adalah model *Fixed Effect*

Uji Hausman

Uji hausman dilakukan untuk memilih antara model *fixed effect* dengan model *random effect* dalam regresi data panel. Jika nilai probabilitas > 0.05 maka model regresi yang digunakan adalah model *random effect*, sebaliknya jika nilai probabilitas < 0.05 maka model regresi yang tepat digunakan adalah model *fixed effect*

Tabel 2.

Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	8.768046	4	0.0672

(Sumber : diolah, 2025)

Hasil uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross-section $0.0672 > 0.05$, maka model yang tepat digunakan dalam regresi data panel adalah model *Random effect*

Uji Lagrange Multiplier

Uji Lagrange Multiplier dilakukan untuk memilih antara model *common effect* atau *random effect* dalam regresi data panel. Jika nilai probabilitas > 0.05 maka model regresi yang digunakan adalah model *common effect*. Sebaliknya jika nilai probabilitas < 0.05 maka model regresi yang tepat digunakan adalah model *random effect*.

Tabel 3.

Uji Lagrange Multiplier

Lagrange multiplier (LM) test for panel data
Date: 10/23/25 Time: 23:10
Sample: 2019 2023
Total panel observations: 80
Probability in ()

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	111.6856 (0.0000)	1.699716 (0.1923)	113.3853 (0.0000)
Honda	10.56814 (0.0000)	-1.303732 (0.9038)	6.550928 (0.0000)
King-Wu	10.56814 (0.0000)	-1.303732 (0.9038)	3.690600 (0.0001)
GHM	-- --	-- --	111.6856 (0.0000)

(Sumber : diolah, 2025)

Hasil Uji Lagrange Multiplier menunjukkan bahwa nilai probabilitas Breusch-Pagan $0.0000 < 0.05$, maka model yang tepat digunakan dalam regresi data panel adalah model *random effect*.

Pengujian kedua adalah menentukan model estimasi terbaik untuk melihat pengaruh variabel moderasi $X1Z$, $X2Z$, $X3Z$ terhadap variabel dependen Y . Pengujian dilakukan dengan urutan sebagai berikut :

Uji Chow

Tabel 4.
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	32.112949	(15,61)	0.0000
Cross-section Chi-square	174.853776	15	0.0000

(Sumber : diolah, 2025)

Hasil uji chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Cross-section Chi-Square* $0.0000 < 0.05$, maka model yang tepat digunakan dalam regresi data panel adalah model *Fixed Effect*

Uji Hausman

Tabel 5.
Hasil Uji Hauman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.458240	3	0.4829

(Sumber : diolah, 2025)

Hasil uji Hausman menunjukkan bahwa nilai probabilitas Cross-section $0.4829 > 0.05$, maka model yang tepat digunakan dalam regresi data panel adalah model *Random effect*

Uji Lagrange Multiplier

Tabel 6.
Hasil Lagrange Multiplier

Lagrange multiplier (LM) test for panel data
Date: 01/03/26 Time: 23:01
Sample: 2019 2023
Total panel observations: 80
Probability in ()

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	105.3076 (0.0000)	1.795942 (0.1802)	107.1035 (0.0000)
Honda	10.26195 (0.0000)	-1.340128 (0.9099)	6.308680 (0.0000)
King-Wu	10.26195 (0.0000)	-1.340128 (0.9099)	3.517770 (0.0002)
GHM	--	--	105.3076 (0.0000)
	--	--	

(Sumber : diolah, 2025)

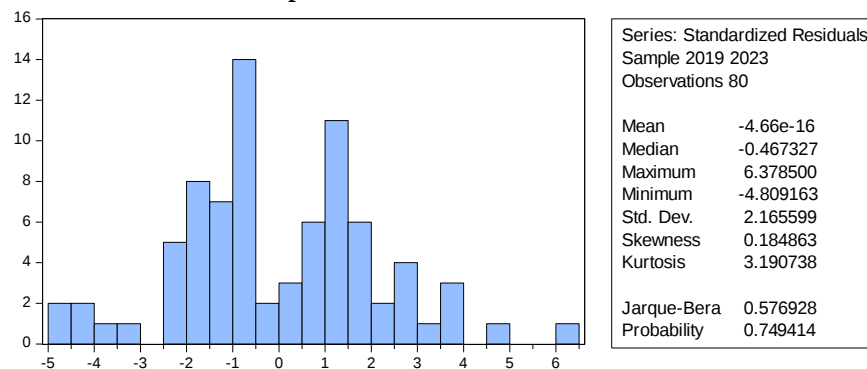
Hasil Uji Lagrange Multiplier menunjukkan bahwa nilai probabilitas Breusch-Pagan $0.0000 < 0.05$, maka model yang tepat digunakan dalam regresi data panel adalah model *random effect*.

Uji Asumsi Klasik

Menurut (Dungga et al., 2023) Pada uji asumsi klasik dengan menggunakan data panel jika model terbaik yang terpilih adalah random effect model maka uji heteroskedastisitas tidak perlu dilakukan. Hal ini dapat disimpulkan karena pada random effect model telah menggunakan metode *Generalized Least Square* (GLS). Selanjutnya menurut (Basuki & Nano, 2019) Autokorelasi hanya terjadi pada data time series. Pengujian autokorelasi pada data yang tidak bersifat time series (*cross section* atau panel) akan sia-sia semata atau tidaklah berarti. Sehingga pada penelitian ini hanya menggunakan uji normalitas dan multikoleniaritas

Uji Normalitas

Residual data penelitian, berdistribusi normal jika signifikansi > 0.05 . Sebaliknya jika signifikansi < 0.05 maka residual data penelitian tidak berdistribusi normal.



(Sumber : diolah, 2025)

Gambar 2.

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan Uji Jarque-Bera menunjukkan bahwa signifikansi $0.749414 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa residual data penelitian berdistribusi normal

Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Sugiyono, 2019). Jika korelasi antar variabel ≥ 0.85 maka terjadi korelasi antar variabel independen atau model regresi mengalami gejala multikolinearitas

Tabel 7.

Hasil Uji Multokoleniaritas

	X1	X2	X3	Z
X1	1.000000	0.007869	-0.117876	-0.227871
X2	0.007869	1.000000	-0.279621	-0.227192
X3	-0.117876	-0.279621	1.000000	0.417678
Z	-0.227871	-0.227192	0.417678	1.000000

(Sumber : diolah, 2025)

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel menunjukkan koefisien korelasi antar variabel independen dengan semua koefisien > 0.85 . Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Dapat disimpulkan bahwa model regresi data panel tidak mengandung gejala multikolinearitas.

Analisis Linear Berganda

Pengujian pertama merupakan teknik analisis untuk mengetahui pengaruh Likuiditas (X1), Profitabilitas (X2), Leverage (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y), menghasilkan uji regresi linear sebagai berikut :

Tabel 8.
Uji Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y					
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)					
Date: 11/14/25 Time: 14:28					
Sample: 2019 2023					
Periods included: 5					
Cross-sections included: 16					
Total panel (balanced) observations: 80					
Swamy and Arora estimator of component variances					
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	
C	28.38573	8.520680	3.331393	0.0013	
X1	0.026189	0.044669	0.586285	0.5594	
X2	0.037024	0.010739	3.447698	0.0009	
X3	0.019456	0.000947	20.53547	0.0000	
Z	-0.954953	0.291629	-3.274552	0.0016	
Effects Specification				S.D.	Rho
Cross-section random			2.214033	0.8999	
Idiosyncratic random			0.738466	0.1001	
Weighted Statistics					
R-squared	0.841578	Mean dependent var		0.351401	
Adjusted R-squared	0.833129	S.D. dependent var		1.864336	
S.E. of regression	0.761578	Sum squared resid		43.50009	
F-statistic	99.60496	Durbin-Watson stat		1.814458	
Prob(F-statistic)	0.000000				
Unweighted Statistics					
R-squared	0.314200	Mean dependent var		2.381881	
Sum squared resid	397.7564	Durbin-Watson stat		0.198436	

(Sumber : diolah, 2025)

Berikut adalah hasil analisis regresi dalam penelitian ini :

$$Y = 28.3857 + 0.0261X1 + 0.03702X2 + 0.0194X3 - 0.9549Z + [CX=R]$$

Dari persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, maka interpretasi hasil dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil persamaan regresi data panel diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 28.38 dimana jika variabel Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 28.38

2. Hasil persamaan regresi data panel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Likuiditas sebesar 0.026 hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel Likuiditas meningkat maka Nilai perusahaan akan adanya meningkat sebesar 0.026 dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.
3. Hasil persamaan regresi data panel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Profitabilitas sebesar 0.037 hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel profitabilitas meningkat maka Nilai perusahaan akan adanya meningkat sebesar 0.037 dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.
4. Hasil persamaan regresi data panel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Leverage sebesar 0.019 hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel Leverage meningkat maka Nilai perusahaan akan adanya menurun sebesar 0.019 dengan asumsi bahwa variabel lain tetap.
5. Hasil persamaan regresi data panel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebesar -0.9549. hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel Ukuran perusahaan meningkat maka Nilai perusahaan akan adanya menurun sebesar -0.9549 dengan asumsi bahwa variabel lain tetap

Pengujian kedua merupakan teknik analisis untuk mengetahui pengaruh Likuiditas (X1), Profitabilitas (X2), Leverage (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y) dengan Ukuran Perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi, menghasilkan uji regresi linear berganda berikut :

Tabel 9.

Hasil Uji Moderated Regression Analysis

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 11/10/25 Time: 21:31				
Sample: 2019 2023				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 16				
Total panel (balanced) observations: 80				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	48.33526	8.648780	5.588680	0.0000
X1	-0.405656	0.910418	-0.445571	0.6572
X2	-1.749739	0.601733	-2.907831	0.0048
X3	-0.081648	0.018846	-4.332304	0.0000
Z	-1.622731	0.295313	-5.494957	0.0000
X1Z	0.013558	0.030674	0.442009	0.6598
X2Z	0.062184	0.021234	2.928488	0.0046
X3Z	0.003171	0.000590	5.376761	0.0000
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			2.129663	0.9240
Idiosyncratic random			0.610629	0.0760
Weighted Statistics				
R-squared	0.894960	Mean dependent var	0.302942	
Adjusted R-squared	0.884748	S.D. dependent var	1.858403	
S.E. of regression	0.630905	Sum squared resid	28.65894	
F-statistic	87.63647	Durbin-Watson stat	1.427427	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Unweighted Statistics

R-squared	0.425699	Mean dependent var	2.381881
Sum squared resid	333.0883	Durbin-Watson stat	0.122816

Berikut adalah hasil analisis regresi data panel kedua dalam penelitian ini :

$$Y = 48.335260849 - 0.4056X_1 - 1.7497X_2 - 0.0816X_3 - 1.6227Z + 0.0135X_1 \times Z + 0.0621X_2 \times Z + 0.0031X_3 \times Z + [CX=R]$$

Dari persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, maka interpretasi hasil dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 48.335 menunjukkan apabila variabel independen likuiditas, profitabilitas dan leverage bernilai nol maka nilai perusahaan diperkirakan sebesar 48,335
2. Nilai koefisien variabel Likuiditas (X_1) sebesar -0.405 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada likuiditas akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,405 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap
3. Nilai koefisien variabel Profitabilitas (X_2) sebesar -1.749 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan leverage akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1,749 satuan dengan asumsi variabel lain tetap
4. Nilai koefisien variabel Leverage (X_3) sebesar -0.081 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,081 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap
5. Nilai koefisien variabel Ukuran Perusahaan (Z) sebesar -1.622 menunjukkan bahwa ketika ukuran perusahaan meningkat satu satuan, nilai perusahaan menurun sebesar 1,622 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap
6. Nilai koefisien variabel moderasi (X_1Z) sebesar 0.0135 menunjukkan bahwa variabel moderasi (interaksi ukuran perusahaan dan likuiditas) berhubungan positif dengan variabel nilai perusahaan. Artinya, jika variabel moderasi (X_1Z) meningkat satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.0135 dengan asumsi variabel lain tetap
7. Nilai koefisien variabel moderasi (X_2Z) sebesar 0.0621 menunjukkan bahwa variabel moderasi (interaksi ukuran perusahaan dan profitabilitas) berhubungan positif dengan variabel nilai perusahaan. Artinya, jika variabel moderasi (X_2Z) meningkat satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.0621 dengan asumsi variabel lain tetap
8. Nilai koefisien variabel moderasi (X_3Z) sebesar 0.0031 menunjukkan bahwa variabel moderasi (interaksi ukuran perusahaan dan leverage) berhubungan positif dengan variabel nilai perusahaan. Artinya, jika variabel moderasi (X_3Z) meningkat satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.0031 dengan asumsi variabel lain tetap

Moderated Regression Analysis (MRA)

Berdasarkan uji moderasi diatas maka :

1. Nilai probabilitas koefisien variabel ukuran perusahaan (Z) sebesar $0.0000 < 0.05$ yang artinya berpengaruh signifikan \
2. Nilai probabilitas interaksi variabel independent dan variabel moderasi secara berurutan yaitu :

- a. Nilai probabilitas koefisien variabel interaksi Likuiditas (X1) dengan Ukuran Perusahaan (Z) sebesar $0.6598 > 0.005$ yang artinya tidak signifikan
- b. Nilai probabilitas koefisien variabel interaksi Profitabilitas (X2) dengan Ukuran Perusahaan (Z) sebesar $0.0046 < 0.005$ yang artinya signifikan
- c. Nilai probabilitas koefisien variabel interaksi Leverage (X3) dengan Ukuran Perusahaan (Z) sebesar $0.0000 < 0.005$ yang artinya signifikan

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji signifikan regresi dilakukan untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen. Pengujian ini untuk mengetahui signifikan hubungan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

1. Pengujian Pertama

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi (Uji t) pengujian pertama tabel 9 dengan menggunakan persamaan random effect :

- a. Hasil pengujian variabel Likuiditas (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0.5594 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Hipotesis penelitian pertama ditolak
- b. Hasil pengujian variabel Profitabilitas (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0.0009 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Hipotesis penelitian kedua diterima
- c. Hasil pengujian variabel leverage (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0.0000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel leverage (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Hipotesis penelitian ketiga ditolak

2. Pengujian Kedua (Moderasi)

Berdasarkan hasil uji variabel moderasi pada pengujian kedua yang ditunjukkan pada tabel 10 dengan menggunakan persamaan random effect :

- a. Nilai signifikansi variabel Likuiditas (X1) dengan ukuran perusahaan (Z) sebesar $0.6598 > 0.05$ yang artinya signifikan. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (Z) tidak memoderasi Likuiditas (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hipotesis penelitian ditolak
- b. Nilai signifikansi variabel profitabilitas (X2) dengan ukuran perusahaan (Z) sebesar $0.0046 < 0.05$ yang artinya signifikan. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (Z) memoderasi profitabilitas (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hipotesis penelitian diterima
- c. Nilai signifikansi variabel leverage (X3) dengan ukuran perusahaan (Z) sebesar $0.0000 < 0.05$ yang artinya signifikan. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (Z) memoderasi leverage (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hipotesis penelitian diterima

Uji F

Pengujian kelayakan model (Uji F) dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen (bebas) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat). Uji kelayakan

model ini berguna untuk mengetahui hubungan-hubungan variabel independent secara bersamaan terhadap variabel dependen, maka menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,5. Jika nilai signifikan F lebih besar dari 0,05 maka model regresinya tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Hasil uji signifikansi simultan uji f pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi F-statistik sebesar $0.000000 < 0.05$. dapat disimpulkan bahwa variabel Likuiditas, Profitabilitas, dan Leverage berpengaruh terhadap variabel Nilai Perusahaan

Uji R^2

Menurut (Arum et al., 2023) Koefisien determinasi adalah sebuah koefisien yang menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya maka semakin baik variabel independen yang dalam menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi mempunyai kelemahan karena bias terhadap jumlah variabel bebas yang di masukan ke dalam model. Berikut hasil uji koefisien R^2 :

1. Pengujian Pertama

Pengujian pertama dilakukan untuk melihat berapa persen variabel-variabel independen dalam model regresi pertama menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pengujian pertama tabel 9 menunjukkan nilai R-squared sebesar 0.841678 atau 84.16% artinya bahwa variabel likuiditas, profitabilitas dan leverage mampu menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan sebesar 84.16% sedangkan sisanya 15.84% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

2. Pengujian Kedua

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pengujian kedua pada tabel 10 menunjukkan nilai R-squared sebesar 0.894960 atau 89.49% artinya bahwa variabel likuiditas, profitabilitas dan leverage mampu menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan sebesar 81.22% sedangkan sisanya 18.78% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil ini menunjukkan bahwa Rasio Likuiditas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak.

Hal ini dapat diartikan bahwa investor atau pemangku kepentingan tidak melihat likuiditas sebagai faktor utama yang mempengaruhi penilaian atau nilai pasar perusahaan melainkan lebih berfokus pada potensi pertumbuhan jangka panjang yang lebih memiliki nilai atas pengembalian investasinya daripada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Likuiditas pada umumnya dipandang sebagai indikator kesehatan keuangan jangka pendek, namun tidak selalu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai jangka panjang. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rahmadani & Avriyana, 2024) dan (Khasbulloh et al., 2023) yang juga menyimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Aprilia, 2024) dan (Putri, 2014) yang menyatakan likuiditas berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. Dalam teori keagenan, antara manajemen dan pemegang saham dapat menyebabkan investor tidak sepenuhnya mengandalkan rasio likuiditas. Investor memahami bahwa rasio likuiditas dapat dengan mudah dimanipulasi menjelang periode pelaporan (*window dressing*), sehingga mereka lebih mempercayai indikator kinerja lain yang lebih sulit dimanipulasi

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil ini menunjukkan bahwa Rasio profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

Hal ini menyatakan bahwa semakin besar pertumbuhan profit pada suatu perusahaan maka akan semakin meningkat nilai suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menjadi nilai positif bagi reaksi pasar sehingga dapat meningkatkan harga saham suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan nilai perusahaan dalam keadaan baik (meningkat) karena harga saham yang meningkat mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik sehingga menjadi daya tarik bagi investor untuk melakukan kegiatan investasi dengan perusahaan tersebut. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dari pihak luar, seperti kreditur dan mitra bisnis, yang berujung pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Resti Maya Sari & Ade Candra, 2024) dan (Nurhasanah & Kahfi, 2023) yang menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Siwi Nur Khotimah, 2020) dan (Qatrunnada & Triyonowati, 2022) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ditinjau dari teori agensi, temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa laba merupakan indikator penting dalam menyelaraskan kepentingan antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*). Tujuan utama pemegang saham adalah memaksimalkan kesejahteraan melalui peningkatan nilai perusahaan. Ketika manajer mampu menghasilkan tingkat profitabilitas yang tinggi, hal tersebut mencerminkan bahwa manajer telah menjalankan fungsinya sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan, sehingga konflik agensi dapat diminimalkan. Dalam konteks teori agensi, laba yang tinggi dapat menjadi mekanisme pengendalian tidak langsung terhadap perilaku manajer, karena kinerja yang baik akan meningkatkan kepercayaan investor serta menurunkan biaya pengawasan (*agency cost*).

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil ini menunjukkan bahwa Rasio *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak.

Pengelolaan leverage secara efisien dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan modal dan memperluas kapasitas operasional perusahaan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan yang lebih besar atau yang telah mapan biasanya memiliki akses yang lebih baik ke sumber pendanaan eksternal, seperti pinjaman bank atau obligasi, dengan biaya yang lebih rendah. Peningkatan hutang diartikan oleh pihak luar tentang kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban dimasa yang akan datang, hal tersebut akan merespon positif oleh pasar karena peningkatan hutang menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola kinerja perusahaan dengan baik sehingga mampu membayar kewajibannya dengan baik. Ini sejalan dengan hasil penelitian (Carolyn & Susilawati, 2024)

dan (Nurhidaiyah, 2022). Namun penelitian lain yang dilakukan oleh (Hera & Pinem, 2017) dan (Sunarya et al., 2025) menyatakan leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dalam teori agensi penggunaan utang dapat mengurangi konflik keagenan antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*), karena kewajiban pembayaran bunga dan pokok utang memaksa manajer untuk mengelola perusahaan secara lebih efisien dan berhati-hati.

Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil ini menunjukkan bahwa Rasio likuiditas (X1), profitabilitas (X2), dan *leverage* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

Secara simultan, likuiditas, leverage, dan profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan karena ketiga variabel tersebut mencerminkan aspek penting dari stabilitas keuangan perusahaan. Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, leverage mencerminkan penggunaan utang dalam pembiayaan, dan profitabilitas menggambarkan kemampuan menghasilkan laba. Nilai likuiditas, leverage, dan profitabilitas yang semakin baik menunjukkan bahwa perusahaan dalam keadaan sehat dan stabil, yang pada gilirannya dapat meningkatkan permintaan terhadap saham serta meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Ini sejalan dengan hasil penelitian (Rahmadani & Avriyana, 2024) dan (Eric & Huda, 2021) namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Panjaitan et al., 2020) yang menyatakan Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage secara simultan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Dalam teori agensi, hasil ini menunjukkan bahwa pengelolaan likuiditas, profitabilitas, dan leverage yang optimal dapat menjadi mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*). Konflik agensi timbul akibat perbedaan tujuan dan asimetri informasi antara manajer dan pemilik perusahaan. Melalui pengelolaan kinerja keuangan yang baik yang tercermin dari likuiditas yang memadai, profitabilitas yang tinggi, serta penggunaan utang yang optimal manajer dapat menunjukkan kinerjanya dalam memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga konflik agensi dan biaya keagenan dapat ditekan. Kombinasi sinyal dari likuiditas, profitabilitas, dan leverage memberikan gambaran yang lengkap kepada investor mengenai kesehatan finansial dan prospek masa depan perusahaan. Sinyal positif dari ketiga variabel ini memperkuat kepercayaan investor terhadap perusahaan, sehingga meningkatkan permintaan saham dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji yang telah dilakukan disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara likuiditas dengan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan cenderung memiliki aktiva lancar besar dan terkesan dana dibiarkan menganggur hanya untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Perusahaan tidak memanfaatkan dana yang tersedia secara optimal untuk meningkatkan kinerja, sehingga mempengaruhi kemampuan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Hal

ini memberikan persepsi kurang baik bagi investor dan nilai perusahaan akan menurun. Ditinjau dari teori agensi, hasil ini dapat dijelaskan melalui pandangan bahwa masalah keagenan terkait pengelolaan likuiditas tidak bergantung pada ukuran perusahaan. Konflik kepentingan antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) dapat terjadi pada seluruh perusahaan, baik perusahaan besar maupun kecil. Selain itu, dari perspektif teori sinyal, likuiditas pada dasarnya merupakan sinyal terkait kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memperkuat sinyal tersebut. Investor cenderung menilai likuiditas sebagai sinyal dasar kesehatan keuangan, bukan sebagai sinyal strategis yang nilainya berbeda antara perusahaan besar dan kecil.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hal menunjukkan bahwa Rasio profitabilitas yang dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, hipotesis H5 dapat **diterima**.

Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki peran sebagai moderator dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan yang lebih besar dapat meningkatkan hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, karena kepemilikan aset yang lebih besar berpotensi menghasilkan laba yang lebih tinggi serta menarik minat lebih banyak investor. Oleh karena itu, pengelolaan aset secara efisien di perusahaan besar dapat memperkuat dampak positif dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar dianggap memiliki kemampuan untuk meningkatkan tingkat pencapaian profitabilitasnya, yang diharapkan akan mendapatkan tanggapan positif dari pelaku pasar seperti investor dan kreditur, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan akan berdampak pada perkembangan perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pondrinal et al., 2022) dan (Khoirunisa & Meliza, 2024). Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sandany et al., 2024) dan (Wulandari & Wardani, 2024) yang menyatakan ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, pengelolaan aset yang optimal juga dapat mengurangi potensi konflik antara agen dan prinsipal karena kepentingan kedua pihak dapat lebih selaras melalui peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengoptimalkan pengelolaan asetnya guna meningkatkan profitabilitas agar investor semakin yakin untuk berinvestasi dan nilai perusahaan terus bertambah. Dalam kerangka teori signaling, ukuran perusahaan berperan sebagai sinyal tambahan bagi investor dalam menilai kualitas informasi yang disampaikan melalui profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil menunjukkan bahwa Rasio leverage yang dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, hipotesis H7 dapat diterima.

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa Leverage mampu memoderasi hubungan antara Nilai Perusahaan terhadap Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola resiko keuangan yang terkait dengan penggunaan utang. Perusahaan besar, dengan aset yang lebih signifikan dan aliran

pendapatan yang stabil, cenderung memiliki kapasitas lebih besar untuk membayar kewajiban utang dan mengelola leverage finansial. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alyani & Machmuddah, 2025) dan (Nelly Ervina et al., 2024) namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aisyah & Sartika, 2022) dan (Izzah, 2017) yang menyatakan ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan. Dalam teori agensi bahwa utang dapat mengurangi konflik keagenan antara manajer (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) dengan membatasi *free cash flow* yang dapat digunakan manajer secara oportunistik. Pada perusahaan besar, pengawasan dari kreditur, regulator, dan publik lebih kuat, sehingga penggunaan *leverage* mampu menekan konflik agensi secara lebih efektif dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, pada perusahaan kecil, pengawasan yang relatif lebih lemah membuat risiko agensi dan risiko keuangan menjadi lebih besar, sehingga pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan menjadi berbeda.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor utama yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Berikut kesimpulan dari penelitian :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Likuiditas, Profitabilitas Dan *Leverage* apabila diuji secara bersamaan akan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
7. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

Saran

Penelitian yang dilakukan ini tidak luput dari kesalahan penulis, Penelitian ini mengenai faktor-faktor utama yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menghasilkan temuan yang lebih optimal dan berkualitas dengan mempertimbangkan beberapa masukan, antara lain sebagai berikut :

1. Diharapkan pada penelitian berikutnya peneliti dapat mempertimbangkan penggunaan variabel lain selain yang ada dipenelitian ini.

2. Pada penelitian berikutnya diharapkan dapat memperbarui periode data dan meningkatkan jumlah sampel agar hasil penelitian lebih dapat diandalkan

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. R., & Sartika, F. (2022). Noviani Rihhadatul Aisyah¹, Farahiyah Sartika, Pengaruh Profitabilitas Dan Financial Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 10, N(1), 97–108. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/view/20810>
- Alyani, N. P., & Machmuddah, Z. (2025). Jurnal Akuntansi dan Keuangan FEB Universitas Budi Luhur. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 14(1), 112–128. https://www.researchgate.net/publication/391631016_
- Anarwita. (2021). *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. CV Insan Cendekia Mandiri.
- Anggorowati, M. D., & Ilyas, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Modal, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Satya Mandiri Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 32–44. <https://doi.org/10.54964/satyamandiri.v8i1.362>
- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(2), 321–335. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i2.707>
- Aprilia, I. (2024). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI*. September. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6273/4978>
- Arum, W., Hidayat, W. W., & Supardi, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022). *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(2), 147–161.
- Bambang Riyanto. (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). BPFE Yogyakarta.
- Barnades, A. N. (2018). 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*, 9(6). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/3067/3083/>
- Basuki, A. T., & Nano, P. (2019). Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In *PT Rajagrafindo Persada, Depok* (Vol. 18).
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* 15 Edition. In *Cengage Learning*. Cengage Learning.
- Carolin, J. Y., & Susilawati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya*, 7(1), 588–597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1447>
- Dungga, E. F., Indiarti, Y., Kedokteran, P. S., Kedokteran, F., & Negeri, U. (2023). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENYERAPAN TENAGA KERJA PADA*

- SEKTOR INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT. 20(1), 156–174. https://www.researchgate.net/publication/391631016_
- Eric, R., & Huda, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia *YUME: Journal of Management*, 2(2), 1–14. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/2769%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/download/2769/1927>
- Hera, M. D. E., & Pinem, D. B. (2017). Pengaruh Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equity*, 20(1), 35–50. <https://doi.org/10.34209/equ.v20i1.486>
- Indriaty, L., Reiman, P., & Thomas, G. N. (2024). Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 220–232. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307>
- Izzah, S. (2017). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2012-2015). *Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 136. <http://etheses.uin-malang.ac.id/5951/1/13510175.pdf>
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi 1). Raja Grafindo Persada.
- Khasbulloh, M. W., Khasanah, M., & Qusaeri, M. A. AL. (2023). Analisis Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 1186–1200. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12662>
- Khoirunisa, F., & Meliza, M. (2024). *Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi*. 5(3). <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur/article/view/11958>
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIaku)*, 1(3), 295–312. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3.5509>
- Mardikanto, T., & Poerwoko, S. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.
- Nelly Ervina, Riny, Muhammad Affar, Abdul Rosid, & Adindah Novihartina Jafar. (2024). Analisis Pengaruh Dividen dan Debt-to-Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(12), 5699–5713. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i12.6003>
- Nurhasanah, A., & Kahfi, Z. (2023). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.37531/biemr.v3i2.685>

- Nurhidaiyah, A. (2022). *PENGARUH PROFITABILITAS, RASIO AKTIVITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Sektor Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)*.
- Panjaitan, P., Amanda, S., & Liviani, C. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(3), 908. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i3.1073>
- Pondrinal, M., Suryadi, D., & Kumbara, V. B. (2022). Profitabilitas, Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ekobistek*, 86–91. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i2.319>
- Putri, S. K. (2014). *PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP VARIABEL MODERASI* Pusat Statistik (BPS) mencatat PDB industri makanan dan minuman sebesar Rp 849,40 triliun pada 2023. Nilai itu naik 4,47% dibandingkan pada tahun sebelumnya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Qatrunnada, S. V., & Triyonowati. (2022). *PENGARUH PROFITABILITAS* Triyonowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–14.
- Rahmadani, D., & Avriyana, D. (2024). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Analisis Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di BEI 2019-2023. *Jurnal Interdisipliner*, 1(2), 55–72. <https://www.eksopoda-publisher.com/index.php/JUNTER/article/view/176>
- Resti Maya Sari, & Ade Candra. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 48–59. <https://doi.org/10.35797/jab.14.1.48-59>
- Sandany, R., Wahyuni, I., & Pramitasari, T. D. (2024). Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023. *Sinars*, 106–113.
- Siwi Nur Khotimah. (2020). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8, No. 2(2), 1–13. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/3067/3083/>
- Sudana, I. made. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik*. Erlangga.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sukarya, I. P., & Baskara, I. G. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 439. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p16>
- Sunarya, A. P., Sundarta, M. I., & Syukur, R. D. A. (2025). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Sub Sektor Jasa Perindustrian di BEI Tahun 2019-2023). *ECo-Buss*, 7(3), 1672–1681. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.1830>
- Sutrisno. (2017). *manajemen keuangan teori konsep & aplikasi*.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh leverage, ukuran perusahaan,*

pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti. 6(3), 1248–1277.

- Welly, Y. et al. (2019). FINANCIAL: Jurnal Akuntansi LDAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI DAN MINUMAN LEVERAGE AND PROFITABILITY OF CORPORATE VALUES WITH COMPANY Article History : yang menjadikan industri makanan dan ini menggunakan Price to Book Value (PBV). Alasan memori. *Accounting Analysis Journal*, 5, 1–10. <https://www.financial.ac.id/index.php/financial/article/view/115>
- Wulandari, N. R., & Wardani, L. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bei Tahun 2017-2022. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 111–118. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i1.582>
- Zakiah, Mawardi, W., & Hasanatina, F. H. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2021). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/41771>
- Zurriah, R., & Prayogi, M. A. (2023). Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 899–910. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3141>