

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI NILAI PERUSAHAAN

ERICA SAFIRA OCTAVIANI
MARIA

Trisakti School of Management, Jl. Kyai Tapa No. 20, Tomang, Grogol, Jakarta 11440
ericasafira11@gmail.com; djongmaria@yahoo.com

Received: March 7, 2024; Revised: March 7, 2024; Accepted: March 7, 2024

Abstract: *The purposes of this study is to obtain empirical evidence on the factors that influence the variables of profitability, firm size, leverage, price earnings ratio, corporate social responsibility, and audit committee on firm value. This study is used samples from consumer non cyclicals and consumer cyclicals companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2020 to 2022. The sample selection method was carried out using purposive sampling method, as a result there were 54 companies with a total of 162 dataused. This study used multiple regression analysis to analyze the data. The results of this study indicate that there is an influence between profitability and price earnings ratio on firm value. Meanwhile, firm size, leverage, corporate social responsibility and audit committee have no effect on firm value.*

Keywords: *Firm Value, Profitability, Firm Size, Leverage, Price Earnings Ratio, Corporate Social Responsibility, Audit Committee.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi dari variabel *profitability, firm size, leverage, price earnings ratio, corporate social responsibility*, dan *audit committee* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan *consumer non cyclicals* dan *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode tahun 2020 sampai dengan 2022. Metode pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling method*, sehingga terdapat 54 perusahaan dengan total data yang digunakan yaitu 162. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menganalisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *profitability* dan *price earnings ratio* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *firm size, leverage, corporate social responsibility*, dan *audit committee* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Nilai Perusahaan, Profitability, Firm Size, Leverage, Price Earnings Ratio, Corporate Social Responsibility, Audit Committee.*

PENDAHULUAN

Nilai sebuah perusahaan, seperti yang dipersepsikan oleh investor, seringkali dikaitkan dengan kinerja keuangan dan tercermin dalam harga sahamnya. Bagi perusahaan yang berorientasi laba, tujuan utamanya adalah meningkatkan nilai perusahaan, memastikan kemakmuran pemegang sahamnya. Tingginya nilai perusahaan sejalan dengan harga saham yang tinggi, yang berfungsi sebagai indikator kesejahteraan pemegang saham. Perusahaan diharapkan untuk menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Fokus tujuan jangka pendek adalah mengoptimalkan laba melalui penggunaan efektif sumber daya yang ada. Sebaliknya, tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan ([Bailey 1989](#)).

Nilai perusahaan menunjukkan keadaan yang dicapai perusahaan, yang memberikan kepercayaan kepada masyarakat setelah beberapa tahun operasi ([Rasyid 2015](#)). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi publik tentang sebuah perusahaan ditentukan oleh nilainya. Semakin besar nilai sebuah perusahaan, semakin kuat kepercayaan publik terhadap kinerjanya, yang mengarah pada peningkatan investasi dari publik.

Dalam situs berita CNBC Indonesia diketahui bahwa pada tahun 2021 perusahaan Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. (GOOD) telah melakukan pemecahan saham (*stock split*) dengan rasio 1:5, yang mulai diperdagangkan pada 9 Juli 2021, setelah mendapat persetujuan dari Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) pada 16 Juni 2021. Harga saham GOOD yang sebelumnya sebesar Rp 2.010 per saham telah disesuaikan menjadi harga teoritis Rp 402 per saham setelah *stock split* pada 8 September 2021, menurut data BEI. Harga saham yang baru ditetapkan sebesar Rp 402 didasarkan pada harga penutupan di pasar reguler pada tanggal 8 Juli 2021. Hari terakhir di mana investor dapat menjadi pemegang saham disebut "*cum date*". Oleh karena itu, per tanggal 9 Juli 2021, Bursa Efek Indonesia (BEI) melakukan penyesuaian harga teoritis, pengurangan jumlah saham yang dihasilkan dari *stock split*, dan perubahan pada parameter saham GOOD dalam sistem *Jakarta Automated Trading System* (JATS).

Perusahaan yang memproduksi wafer Gerry,

kacang Garuda, dan Chocolatos telah mengalami peningkatan signifikan sebesar 56,54% selama 33 bulan perdagangan sejak pencatatan perdananya di level Rp 1.284, menurut data BEI. GOOD memiliki nilai transaksi total sebesar Rp 8,6 miliar, dengan volume perdagangan 22,24 juta saham, dan kapitalisasi pasar sebesar Rp 14,39 triliun. Pada 8 Juli 2021, harga saham turun sebesar 2,99% dan ditutup pada harga Rp 390 per saham dari harga pembukaan Rp 402.

Berdasarkan fenomena kasus di atas, dapat dilihat dengan jelas bahwa harga saham memengaruhi nilai perusahaan. Investor akan tertarik untuk menanamkan saham mereka di perusahaan yang menunjukkan nilai tinggi. Penelitian ini mereplikasi dan memperluas penelitian sebelumnya terkait nilai perusahaan yang dilakukan oleh [Latief dan Prasetyo \(2022\)](#) yaitu pengaruh *profitability*, *firm size*, *leverage* dan *price earnings ratio* terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh [Latief dan Prasetyo \(2022\)](#), penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu variabel *corporate social responsibility* dan *audit committee* yang berasal dari penelitian [Rosharlianti dan Pratiwi \(2022\)](#). Periode penelitian sebelumnya menggunakan data tahun 2016 sampai dengan 2018, sedangkan penelitian ini menggunakan data dari periode 2020 sampai dengan 2022. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *profitability*, *firm size*, *leverage*, *price earnings ratio*, *corporate social responsibility*, dan *audit committee*.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Agency Theory

Agency theory didasarkan pada perbedaan kepentingan antara manajer dan pemangku kepentingan. Dengan manajer bertindak sebagai agen dan pemegang saham bertindak sebagai prinsipal. Dinamika ini menunjukkan bahwa semua pihak berusaha memaksimalkan keuntungan mereka. Menurut beberapa pihak, teori keagenan berfungsi sebagai kerangka kerja untuk menjelaskan hubungan dan masalah keagenan. Dalam hal ini, hubungan keagenan melibatkan prinsipal (pemegang saham atau pengambil keputusan) dan agen (biasanya

manajemen) yang melakukan transaksi dengan pihak ketiga. Dalam hubungan keagenan, kontrol (agen) dan kepemilikan (prinsipal) terpisah. Pemisahan ini sangat penting untuk memahami dan mengatasi konflik kepentingan yang muncul dari masalah keagenan ([Lesmana dan Sany2021](#)).

Pembagian tanggung jawab antara pengambil keputusan dan pemilik perusahaan menyebabkan para manajer, dalam perannya sebagai pengambil keputusan lebih memprioritaskan kepentingan pribadi daripada kepentingan perusahaan. Investor berupaya untuk memastikan manajer tidak memanfaatkan uang untuk kepentingan pribadi. Masalah keagenan muncul sebagai akibat dari tindakan ini, yang mengarah pada terjadinya biaya keagenan ([Auditta et al. 2019](#)).

Signaling Theory

Teori sinyal membantu investor mengetahui kondisi perusahaan dan menunjukkan minat mereka pada manajemen yang bertanggung jawab ([Lanawati dan Amilin 2015](#)). Sebuah sinyal harus dikenal oleh pasar, dianggap menguntungkan, dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan dengan kualitas rendah agar efektif ([Paramita 2012](#)). Pasar modal memperhatikan hasil keuangan perusahaan, apakah menghasilkan keuntungan atau mengalami kerugian. Menurut Ratih dan Damayanthi (2016), kerugian menunjukkan sinyal negatif, sedangkan keuntungan menunjukkan sinyal positif dan menarik investor.

Firm Value

Menurut [Moniaga \(2013\)](#), nilai suatu perusahaan menunjukkan pandangan investor tentang kesuksesan organisasi secara keseluruhan, yang biasanya dikaitkan dengan harga sahamnya. Oleh karena itu, penilaian perusahaan yang lebih tinggi dianggap mengindikasikan kesuksesan yang lebih besar di mata investor, sedangkan nilai perusahaan yang lebih rendah dianggap sebagai keberhasilan yang rendah. Harga saham yang tinggi meningkatkan nilai perusahaan dan keuntungan bagi investor, sementara harga saham yang rendah membuat perusahaan terlihat buruk bagi investor ([Lusiana dan Agustina 2018](#)). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa harga

saham menunjukkan nilai aset perusahaan yang sebenarnya, yang rentan terhadap perubahan berdasarkan peluang investasi. Adanya peluang investasi menunjukkan pertumbuhan perusahaan yang menjanjikan, hal ini dapat meningkatkan harga saham ([Meidiawati dan Mildawati 2016](#)).

Profitability terhadap Firm Value

Profitability mengacu pada kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba sebesar mungkin (optimal). Jumlah total aset dan ekuitas perusahaan menentukan tingkat profitabilitasnya. Profitabilitas diukur dengan *Return On Equity* ([Anisa et al. 2022](#)).

Hasil penelitian yang dilakukan Rasyid (2015) menemukan hasil bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara umum, terdapat korelasi positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas dikaitkan dengan nilai perusahaan yang lebih tinggi ([Anisa et al. 2022](#)). Hasil ini selaras dengan penelitian [Meidiawati dan Mildawati \(2016\)](#), [Wijaya dan Sedana\(2015\)](#) dan [Denziana dan Monica \(2016\)](#).

H1: Pengaruh *profitability* terhadap *firm value*.

Firm Size terhadap Firm Value

Firm size merupakan faktor yang dianggap dapat memengaruhi sumberpendanaan perusahaan, baik perusahaan besar maupun kecil ([Febriyanto 2018](#)). Ukuran perusahaan diukur dengan melihat total aset, pajak, laba, total penjualan, dan nilai pasar saham ([Fitirawati et al. 2021](#)). Hasil penelitian yang dilakukan [Winarto \(2015\)](#) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Menurut [Anisa et al. \(2022\)](#), manajer telah menemukan bahwa mereka salah menilai jumlah total aset perusahaan, yang mengakibatkan akumulasi aset yang berlebih. Akibatnya, harga saham turun karena permintaan menurun daripada jumlah aset yang berlebihan, yang mengurangi nilai perusahaan secara keseluruhan. Hasil ini selaras dengan penelitian [Franita \(2016\)](#), yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak selaras dengan [Rahmawai et al. \(2015\)](#) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan

memengaruhi nilai perusahaan.

H2: Pengaruh *firm size* terhadap *firm value*.

Leverage terhadap Firm Value

Leverage berkaitan dengan penggunaan utang dalam aktivitas pembiayaan yang terkait dengan operasi perusahaan. Jika perusahaan hanya bergantung pada modal ekuitas yang terbatas, potensi keuntungan akan meningkat karena penggabungan utang sebagai investasi tambahan untuk mendukung asetnya. Pada dasarnya, *leverage* memiliki dampak positif pada nilai perusahaan, karena penyertaan dana yang diperoleh melalui rasio *leverage*, utang dianggap menguntungkan perusahaan (Febriyanto 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan Latief dan Prasetyo (2022) menemukan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penggunaan *leverage* yang tinggi dapat meningkatkan nilai bisnis karena manfaat perlindungan pajak yang ditawarkannya (Endri dan Fathony 2020). Hasil ini selaras dengan penelitian Febriyanto (2018), yang menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak selaras dengan Nugroho (2021) yang menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H3: Pengaruh *leverage* terhadap *firm value*.

Price Earnings Ratio terhadap Firm Value

Price earnings ratio berfungsi sebagai alat untuk menentukan apakah suatu saham murah atau ekonomis, *price earnings ratio* yang lebih rendah menunjukkan investasi yang lebih murah atau menguntungkan. Perusahaan dengan prospek pertumbuhan yang signifikan sering kali menunjukkan rasio harga pendapatan yang tinggi, yang menunjukkan ekspektasi pasar untuk pertumbuhan pendapatan di masa depan. Sebaliknya, perusahaan dengan potensi pertumbuhan yang terbatas cenderung memiliki rasio harga pendapatan yang lebih rendah (Latief dan Prasetyo 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan Frederik et al. (2015) menemukan hasil bahwa *price earnings ratio* tidak memengaruhi nilai perusahaan. Karena rasio ini diperoleh dengan membagi harga pasar saham biasa

dengan pendapatan perusahaan, rasio yang lebih tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang lebih baik. Sebaliknya, *price earnings ratio* yang terlalu tinggi dapat menunjukkan harga saham yang tidak rasional atau tinggi (Mujati dan Dzulfodah 2016). Hasil ini selaras dengan penelitian Latief dan Prasetyo (2022). Namun tidak selaras dengan Anggraeni et al. (2021) yang menunjukkan hasil bahwa *price earnings ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H4: Pengaruh *price earnings ratio* terhadap *firm value*.

Corporate Social Responsibility terhadap Firm Value

Corporate social responsibility merupakan mekanisme atau inisiatif yang melekat pada perusahaan untuk memperbaiki keuntungan besar yang dihasilkannya. Diakui bahwa pengejaran keuntungan perusahaan terkadang dapat mengakibatkan kerugian bagi pihak lain, baik secara disengaja maupun tidak disengaja. *Corporate social responsibility* digambarkan sebagai komitmen alamiah karena bagaimana operasi perusahaan dapat memengaruhi masyarakat. Oleh karena itu, demi kepentingan umum, perusahaan bertanggung jawab untuk memperbaiki kondisi masyarakat yang dipengaruhi oleh aktivitasnya (Sisdianto 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan Rosharlianti dan Pratiwi (2022) menemukan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Nahda dan Harjito (2011) yang menyebut penelitian lain menunjukkan bahwa partisipasi perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini selaras dengan penelitian Nahda dan Harjito (2011). Namun tidak selaras dengan Noviantika et al. (2022) yang menunjukkan hasil bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H5: Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *firm value*.

Audit Committee terhadap Firm Value

Audit committee sangat penting bagi sebuah perusahaan. Komite ini dibentuk oleh Dewan Komisaris dan bertanggung jawab kepadanya. Tugas komite audit adalah membantu Dewan Komisaris melakukan tugas

dan tanggung jawabnya ([Inawati et al. 2021](#)). Auditor eksternal dan komite audit internal perusahaan adalah dua entitas yang dapat melakukan proses audit. Auditor eksternal adalah auditor yang kompeten dan tidak memihak yang ditunjuk oleh standar akuntansi keuangan (SAK) untuk menilai keakuratan pelaporan keuangan. Di Indonesia, lembaga akuntan publik bertanggung jawab atas integritas laporan keuangan perusahaan melalui proses audit. Di sisi lain, laba yang dilaporkan oleh entitas internal perusahaan juga dapat dinilai oleh komite audit sebagai bagian dari tata kelola perusahaan ([Karina 2020](#)).

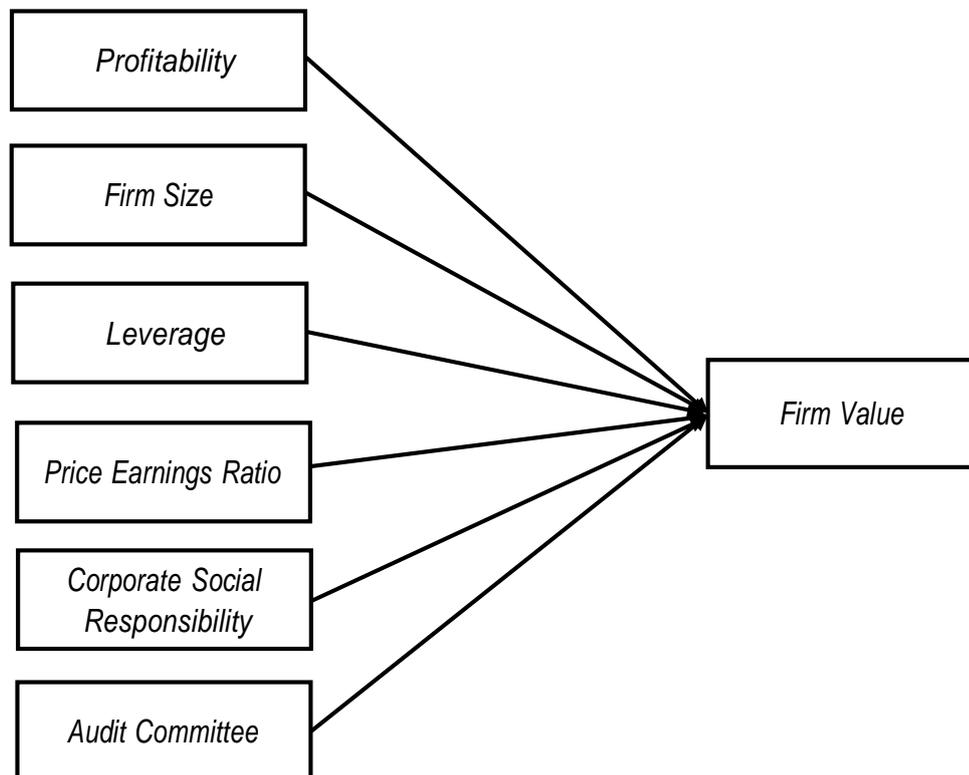
Hasil penelitian yang dilakukan [Rosharlianti dan Pratiwi \(2022\)](#) menemukan hasil bahwa *audit*

committee memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Komite audit bertanggung jawab untuk menjaga kredibilitas laporan keuangan. Dengan meningkatkan kredibilitas dan objektivitas laporan keuangan, mereka membangun kepercayaan para pemegang saham, yang menguntungkan nilai perusahaan ([Onasis dan Robin 2016](#)). Hasil ini selaras dengan penelitian [Ashrafi et al. \(2019\)](#). Namun tidak selaras dengan [Yohendra dan Susanty \(2019\)](#) dan [Ramadhan et al. \(2019\)](#) yang menunjukkan hasil bahwa *audit committee* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H6: Pengaruh *audit committee* terhadap *firm value*.

MODEL PENELITIAN

Berdasarkan rerangka teori yang telah dijelaskan di atas, maka model penelitian yang dirancang adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian ini adalah kausalitas. Penelitian kausalitas melihat bagaimana variabel independen (yang memberikan pengaruh) memengaruhi variabel dependen. Variabel dependen pada penelitian ini *firm value*, sedangkan variabel independen pada penelitian ini *profitability*, *leverage*, *price earnings ratio*, *corporate social responsibility* dan *audit committee*. Penelitian ini

menggunakan objek perusahaan *consumer non-cyclicals* dan *consumer cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2020-2022. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampel dengan total sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 54 perusahaan. Berikut kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1 Hasil Penelitian Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan	Jumlah Data
1.	Perusahaan <i>consumer non cyclicals</i> dan <i>consumer cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022.	284	852
2.	Perusahaan <i>consumer non cyclicals</i> dan <i>consumer cyclicals</i> yang tidak melaporkan laporan tahunan di BEI yang berakhir pada tanggal 31 Desember secara berturut-turut selama periode 2020-2022.	(74)	(222)
3.	Perusahaan <i>consumer non cyclicals</i> dan <i>consumer cyclicals</i> yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam bentuk mata uang rupiah selama periode 2020-2022.	(11)	(33)
4.	Perusahaan <i>consumer non cyclicals</i> dan <i>consumer cyclicals</i> yang terdaftar di BEI tidak menghasilkan laba bersih positif secara konsisten selama periode 2020-2022.	(98)	(294)
5.	Perusahaan <i>consumer non cyclicals</i> dan <i>consumercyclicals</i> yang tidak konsisten mengungkapkan kegiatan CSR selama periode 2020-2022.	(47)	(141)
Jumlah Sampel		54	162

Sumber: Hasil Pengumpulan Data (2023)

DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL

Firm Value

Firm value merupakan puncak dari perjalanan perusahaan dan merupakan manifestasi dari kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat kepadanya. Kepercayaan ini bertahan selama bertahun-tahun, mulai dari pendirian perusahaan hingga saat ini ([Denziana dan Monica 2016](#)). *Firm value* di simbolkan dengan huruf "Q". Perhitungan *firm value* pada penelitian ini mengacu pada rumus [Rasyid \(2015\)](#), sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV + Total Debt)}{(EBV + Total Debt)}$$

Keterangan:

EMV = *Equity Market Value*

EBV = *Equity Book Value*

Profitability

Profitability didefinisikan sebagai kemampuan suatu organisasi untuk menghasilkan pendapatan setinggi mungkin, yang dapat dicapai dengan mempertimbangkan semua aset dan ekuitas organisasi ([Anisa et al. 2022](#)). *Profitability* di simbolkan dengan "ROE". Perhitungan *profitability* pada penelitian ini dapat diukur menggunakan rumus berikut:

$$ROE = \frac{Earnings After Tax}{Total Equity}$$

Firm size

Firm size adalah istilah yang mengacu pada jumlah aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada saat tertentu. *Firm size* di simbolkan dengan "Size". Perhitungan *firm size* pada penelitian ini mengacu pada rumus [Winarto \(2015\)](#), sebagai berikut:

$$Size = Ln (Total Aset)$$

Leverage

Leverage melibatkan perusahaan menggunakan modal dan pendanaan, yang sebagian besar dananya berasal dari utang.

Leverage di simbolkan dengan "DER". Perhitungan *leverage* pada penelitian ini dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$DER = \frac{Total Debt}{Total Equity}$$

Price Earnings Ratio

Price earnings ratio merupakan salah satu metrik yang berguna untuk mengukur bagaimana pasar melihat kinerja saham suatu perusahaan dibandingkan dengan pendapatan per sahamnya. *Price earnings ratio* di simbolkan dengan PER. *Price earnings ratio* dapat diperoleh melalui rumus berikut:

$$PER = \frac{Price per share}{Earnings per share}$$

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) adalah inisiatif perusahaan yang menunjukkan komitmennya terhadap masalah sosial dan lingkungan di sekitar lokasi operasionalnya ([Ersi 2022](#)). *CSR* di simbolkan dengan "CSRIj". *Corporate social responsibility* diukur menggunakan *corporate social responsibility index (CSRI)*. Dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \times 100$$

Keterangan:

CSRIj = *Corporate Social Responsibility*

N_j = Jumlah kriteria pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bagi perusahaan

$\sum x_{ij}$ = Poin indikator yang diterapkan (1= jika kriteria di ungkapkan; 0= jika kriteria tidak di ungkapkan)

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini mencakup statistik deskriptif, uji kualitas data dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
TOBIN'S Q	162	0,38632	26,08161	2,1721638	2,72649350
ROE	162	0,00397	1,45088	0,1609002	0,20509780
SIZE	162	25,02990	32,82638	29,2457585	1,66944228
DER	162	0,05759	7,94070	0,9104156	0,97958603
PER	162	2,56065	539,06250	32,5262820	64,22033968
CSRIj	162	0,10000	0,76000	0,3418519	0,15025123
AUDCOM	162	0,33333	1,50000	0,8602219	0,31215673

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)

Tabel 3 Hasil Uji Statistik t

Variabel	B	Sig.	Keterangan
(Constant)	-1,818	0,581	
ROE	7,887	0,000	Ha ₁ diterima
SIZE	0,042	0,681	Ha ₂ tidak diterima
DER	-0,187	0,220	Ha ₃ tidak diterima
PER	0,026	0,000	Ha ₄ diterima
CSRIj	1,181	0,208	Ha ₅ tidak diterima
AUDCOM	0,455	0,413	Ha ₆ tidak diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2023)

Profitability memiliki nilai koefisien sebesar 7,887 dan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Ha₁ dapat diterima. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kenaikan laba menunjukkan kinerja positif perusahaan, sehingga mengirimkan sinyal positif kepada investor, yang mengakibatkan kenaikan harga saham. Ini meningkatkan persepsi nilai perusahaan di mata investor.

Firm size memiliki nilai koefisien sebesar 0,042 dan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,681 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Ha₂ ditolak. Dapat dikatakan ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Leverage memiliki nilai koefisien sebesar 0,187 dan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,220 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Ha₃ ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa

tingkat *leverage* tidak memengaruhi nilai perusahaan, dikarenakan investor tidak memperhitungkan berapa banyak utang perusahaan ketika mereka membeli sahamnya. Oleh karena itu, *leverage* tidak dapat digunakan sebagai kriteria untuk menilai sebuah perusahaan.

Price earnings ratio memiliki nilai koefisien sebesar 0,026 dan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Ha₄ dapat diterima. Hal ini disebabkan karena ada hubungan terbalik antara rasio harga terhadap laba saham dan laba per saham. Semakin tinggi *price earnings ratio*, semakin rendah *earnings per share*, dan sebaliknya. Ekspektasi sering memengaruhi investasi saham, jadi laba bersih yang digunakan dalam perhitungan biasanya sesuai dengan proyeksi laba bersih tahun sebelumnya.

Corporate social responsibility memiliki nilai

koefisien sebesar 1,181 dan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,208 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa H_{a5} ditolak. Hal ini menyiratkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan, yang disebabkan karena investor tidak cukup sadar akan pertimbangan lingkungan ketika memutuskan untuk berinvestasi. Akibatnya, terlibat ataupun tidak sebuah perusahaan dalam kegiatan CSR, hal tersebut tidak akan memengaruhi investor dalam keputusan investasi mereka, dan kurangnya pengaruh ini tidak akan berdampak pada nilai perusahaan.

Audit committee memiliki nilai koefisien sebesar 0,455 dan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,413 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa H_{a6} ditolak. Hal ini menyatakan komite audit tidak memengaruhi nilai perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari pengujian statistik dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *profitability* dan *price earnings ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *firm size*, *leverage*, *corporate social responsibility* dan *audit committee* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan di dalam penelitian ini, yaitu:

(1) Penelitian ini terbatas hanya mencakup perusahaan *consumer non cyclicals* dan *consumer cyclicals* dengan total 54 data perusahaan dalam periode 2020-2022, (2) Penelitian ini terdapat masalah dalam uji normalitas residual sehingga data yang digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi tidak normal, (3) Terjadi masalah heteroskedastisitas pada variabel *profitability* dan *price earnings ratio*.

Dari adanya keterbatasan- keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, berikut rekomendasi untuk penelitian selanjutnya: (1) Menambah jumlah sampel data perusahaan yang digunakan untuk penelitian selanjutnya,

(2) Menambahkan periode penelitian dan mempertimbangkan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan untuk mencapai hasil yang lebih kuat, (3) Mengatasi masalah heteroskedastisitas yang terjadi dalam penelitian ini dengan menggunakan transformasi logaritmik atau alat pengujian alternatif seperti uji *Rank-Spearman*, uji *Park* atau uji *Mann-Whitney*.

REFERENCES

- Anderson, David R., Dennis J. Sweeney, Thomas A. Williams, Jeffrey D. Camm, dan James J. Cochran. 1972. *Statistics for Business and Economics*. South-Western Cengage Learning. Vol. 21. Canada. <https://doi.org/10.2307/2986686>.
- Anggraeni, Lely Puspita, M. Sodik, dan Marjani Ahmad Tahir. 2021. Pengaruh Price Earning Ratio, Sales Growth, Dividend Payout Ratio, dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan. *Call for Papers WNCEB*, no. Wnceb: 503–15. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>.
- Anisa, Nur, Sri Hermuningsih, dan Alfiatul Maulida. 2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverages. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4 (3): 626–40. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.708>.
- Aryanti, Novi, Kania Nurcholisah, dan Diamonalisa Sofiyanty. 2015. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan dan Nilai Perusahaan. *Prosiding Akuntansi* 1 (2): 323–29.
- Ashrafi, Majid, Ebrahim Abbasi, Seyed Ali Hosseini, dan Mahjoobeh Poor Etemadi. 2020. The Effect of Related Parties Transactions on The Firm Value: Moderating Role of Audit Committee. *Iranian Journal of Finance* 3 (2): 25–43. <https://doi.org/10.22034/ijf.2020.208945.1089>.
- Auditta, I Gede, Sutrisno, dan M. Achsin. 2019. Agency Cost towards Policy. *Jurnal Aplikasi Manajemen* 12 (2): 284–94.
- Bailey, F.A. 1989. *Intermediate Financial Management*. The British Accounting Review. Vol. 21. [https://doi.org/10.1016/0890-8389\(89\)90100-5](https://doi.org/10.1016/0890-8389(89)90100-5).
- Barnea, Amir, dan Amir Rubin. 2010. Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders. *Journal of Business Ethics* 97 (1): 71–86. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0496-z>.
- Citra, Hardi, Lola Felicia, Yvonne Janlie, Rosniar Rosniar, dan Yois Nelsari Malau. 2020. Pengaruh Leverage, Working Capital Turnover, Kebijakan Dividen, dan Price Earnings Ratio Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Consumer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner* 4 (1): 81. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.179>.
- Denziana, Angrita, dan Winda Monica. 2016. Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Yang Tergolong LQ45 Di BEI Periode 2011-2014). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Universitas Bandar Lampung* 7 (2).
- Endri, Endri, dan Moch Fathony. 2020. Determinants of Firm's Value: Evidence from Financial Industry. *Management Science Letters* 10 (1): 111–20. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.011>.
- Ersi, Sisdianto. 2022. Analisis Pengaruh Firm Age, Firm Growth dan Firm Value Terhadap Corporate Social Responsibility (Survey pada Bank Mandiri dan Bank Mandiri Syariah di Indonesia Tahun 2014-2018). *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 3 (02): 65–73. <https://doi.org/10.35905/balanca.v3i02.1371>.
- Fatimah, Siti dan Azib. 2022. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Indeks BUMN20 Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 1 (2): 95–103. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.456>.
- Febriyanto, Fery Citra. 2018. The Effect of Leverage, Sales Growth and Liquidity to the Firm Value of Real Estate and Property Sector in Indonesia Stock Exchange. *Eaj (Economics and Accounting Journal)* 1 (3): 198. <https://doi.org/10.32493/eaj.v1i3.y2018.p198-205>.
- Felicia, dan Arwina Karmudiandri. 2019. Pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 21 (2): 195–204. Fitriawati, Fifta Dian. 2021. Analisis Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (JRMA)* IX (1).
- Fitri Prasetyorini, Bhekti. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen* 1 (1): 183–96.
- Franita, Riska. 2016. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Managerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai

- Perusahaan (Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Mediasi* 2 (5): 86–106.
- Frederik, Priscilia Gizela, Sientje C Nangoy, dan Victoria N Untu. 2015. Analisis Profitabilitas, Kebijakan Hutang dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Retail Trade Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA* 3 (1): 1242–53.
- Gill, Amarjit, dan John D. Obradovich. 2013. The Impact of Corporate Governance and Financial Leverage on the Value of American Firms. 91: 1–14. <http://www.internationalresearchjournaloffinanceandconomics.com>
- Harsono, Anwar. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 20 (2): 117–26.
- Inawati, Wahdan Arum, Muhamad Muslih, dan Kurnia. 2021. Pengaruh Kompetensi Komite Audit, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 23 (1): 121–32.
- Isnaini, Nurizza Arsyi, dan Kurnia. 2017. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 6 (2): 631–51.
- Juhandi, Nendi, Made Sudarma, Siti Aisjah, dan Rofiaty. 2013. The Effects of Internal Factors and Stock Ownership Structure on Dividend Policy on Company's Value A Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). *International Journal of Business and Management Invention* 2 (11): 6–18.
- Karina, Ria. 2020. Pengaruh Karakteristik Komite Audit dan Auditor Eksternal Terhadap Praktik Manajemen Laba di Indonesia The Effect of the Characteristics of the Audit Committee and External Auditor on Earnings Management Practices in Indonesia. *Forum Ekonomi* 22 (2): 307–18.
- Lambey, Robert. 2021. The Effect of Profitability, Firm Size, Equity Ownership and Firm Age on Firm Value. *Archives of Business Research* 9 (1): 128–39.
- Lanawati, Lanawati, dan Amilin Amilin. 2015. Cash Ratio, Debt to Equity Ratio, Return on Asset, Firm Size, Growth dan Dividen Payout Ratio Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)* 2 (01): 55–64. <https://doi.org/10.35838/jrap.v2i01.95>.
- Latief, Azhar, dan Reynaldy Prasetyo. 2022. Factors Affected the Firm Value of the Mining Sector That Go Public in Indonesia. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 6 (3): 433– 43. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i3.1863>.
- Lesmana, Kevin Surya. 2021. Pengaruh Ownership Structure Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bei. *Journal Untar* 7 (5): 343-18.
- Lusiana, Dewi, dan Dewi Agustina. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 19 (1): 81– 91. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.67>.
- Meidiawati, Karina, dan Titik Mildawati. 2016. Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5 (2): 1–16.
- Moniaga, Fernandes. 2013. Struktur Modal, Profitabilitas, Struktur Biaya dan Nilai Perusahaan. *Jurnal MBA* 1 (4):433–42. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/index>.
- Muharramah, Rizqia, dan Mohamad Zulman Hakim. 2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *UM Jember Press* 2017: 569– 76. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5210>.
- Mujati S. Yuniep, dan Meida Dzulqodah,. 2016. Pengaruh Earning Per Share Dan Price Earning Ratio Terhadap Debt To Equity Ratio dan Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 11 (1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v11i1.36>.
- Nadia, Rokhmawati, dan Edyanus H Halim. 2020. The Effect of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance on Firm Value with Financial Performance as the Mediation Variable. *International Journal of Economic, Business and Applications* 5 (1): 26-41. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>.
- Nahda, Katiya, D. Agus Harjito. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Mediasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 15 (1): 1-12. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1797>.
- Nasution, Marihot. 2007. Peran Komite Audit Dalam Pengelolaan Perusahaan. *Jurnal Ichsan Gorontalo* 2.

- Nguyen, Anh Huu, dan Duong Thuy Doan. 2020. The Impact of Intellectual Capital on Firm Value: Empirical Evidence from Vietnam. *International Journal of Financial Research* 11 (4): 74–85. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n4p74>
- Noviana, Kezia Crusita, dan Nellyana. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 19(1a): 168–76.
- Noviantika, Erlina, dan Abdhy Aulia Adnans. 2022. The Effect Of Good Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value Through Financial Performance As Mediation Variables in Palm Oil Plantation Companies Listed on Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration* 2 (5) 611–20. <http://radjapublika.com/index.php/IJEBAS/article/view/364%0Ahttp://radjapublika.com/index.php/IJEBAS/article/download/364/328>.
- Nugroho, Dwiyanjana Santyo. 2021. The Effect of Financial Condition on Firm Value: A Comparative Study. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 16 (2): 199. <https://doi.org/10.24843/jiab.2021.v16.i02.p02>.
- Nuraina, Elva. 2012. Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei).” *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* 10 (2): 132. <https://doi.org/10.26740/jaj.v4n1.p51-70>.
- Onasis, Kristie, dan Robin. 2016. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di BEI. *Bina Ekonomi* 20 (1): 1–22.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. 2012. Pengaruh Leverage, Firm Size dan Voluntary Disclosure Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal WIGA* 2 (2): 103–18.
- Ponziani, Regi Muzio, dan Risma Azizah. 2017. Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 19 (1a): 200–211.
- Putra, AA Ngurah Dharma Adi, dan Putu Vivi Lestari. 2016. Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5 (7): 1338–67.
- Prastuti Ni, I gede Sudiarta. 2016. Pengaruh Struktur Modal Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen Unud* 5 (3): 1572–98.
- Raharjo. 2006. An Accounting Perspective. *The Management of Intellectual Property*, 40–65. <https://doi.org/10.4337/9781847201553.00009>.
- Rahmawati, Amalia Dewi, Topowijono, dan Sri Sulasmiyati. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan ((Studi Pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, Dan Building Construction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis* 23 (2): 7. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Ramadhan, Iqbal Ryan, Irene Rini, Demi Pangestuti, dan Baskara Bayu Wisesa. 2022. The Effect of Corporate Governance on Firm Value in Non-Financial Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2019 Period. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 5 (1): 2904–17. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.3920>.
- Ramadhan, Joninho Arima, dan Deasy Ariyanti Rahayuningsih. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Perusahaan Non Keuangan di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 21 (1a-2), 153-62. <https://doi.org/10.34208/Jba.V21i1a-2.752>.
- Rasyid, Abdul. 2015. Effects of Ownership Structure, Capital Structure, Profitability and Company’s Growth towards Firm Value. *International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online)* 4 (4): 23198028.
- Ratih, D, dan G Damayanthi. 2016. Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayanan* 14 (2): 1510–38.
- Rosharlianti, Zulfa, dan Aziza Pratiwi. 2022. The Impact of Corporate Social Responsibility, Audit Committee, and Financial Performance on Firm Value. *Jurnal Akuntansi Trisakti* 9 (1): 57–70. <https://doi.org/10.25105/jat.v9i1.10645>.
- Rudito, Bambang, dan Melia Famiola. 2019. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains.

- Rusnaeni, N, Hari Gursinda, Hendro Sasongko, dan Dani Rahman Hakim. 2022. Financial Performance, Institutional Ownership, Size, and Firm Value: A Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 6 (1): 799. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i1.3856>.
- Sabrina, Evlin, Arista Hakiki, Yulia Saftiana, dan Umi Kalsum. 2020. Fraudulent Financial Reporting: Fraud Pentagon Analysis in Banking and Financial Sector Companies. *Issues in Business Management and Economics* 8 (2): 12–24.
- Sari, Dwi Putri Kartika, dan Riki Sanjaya. 2018. Pengaruh Good Corporate Governance, dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 20 (1): 21–32. <https://doi.org/10.34208/jba.v20i1.404>.
- Sembiring, Selvi, dan Ita Trisnawati. 2019. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Malahayati* 10 (2): 97–103. <https://doi.org/10.33024/jrm.v10i2.4902>.
- Suffah, Roviqotus, dan Akhmad Riduwan. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5 (2): 1–17.
- Sugiyono, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharli, Michell. 2010. Studi Empiris Mengenai Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Harga Saham Terhadap Jumlah Dividen Tunai (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2002-2003). *Jurnal Manajemen, Akuntansi & Sistem Informasi* 6 (2): 243–56.
- Suryana, Nadya, dan Frestin Chrisnanti. 2022. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi TSM* 2 (3): 1–12. <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v2i3.1529>.
- Umar, Umar, Rasmi Nur Anggraeni, dan Sri Haryani. 2020. The Influence of Capital Structure and Profitability on Firm Value on Property and Real Estate Sector in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)* 2 (3): 184–95.
- Wicaksono, Dading Damas, dan Brigita Tarisa. 2022. The Moderating Role of Environmental Management Accounting on Firm Value. *Jurnal Akuntansi Trisakti* 9 (2): 283–308. <https://doi.org/10.25105/jat.v9i2.14005>.
- Wijaya, Bayu Irfandi, dan I.B Panji Sedana. 2015. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud* 4 (12): 4477–4500.
- Wijayaningsih, Shinta, dan Agung Yulianto. 2021. Accounting Analysis Journal The Effect of Capital Structure, Firm Size, and Profitability on Firm Value with Investment Decisions as Moderating. *Accounting Analysis Journal* 10 (3): 150–57. <https://doi.org/10.15294/aa.v10i3.50744>.
- Winarto, Jacinta. 2015. The Determinants of Manufacturer Firm Value in Indonesia StockExchange. *International Journal of Information, Business and Management* 7 (3): 323–355. http://ijibm.site666.com/IJIBM_Vol7No4_Nov2015.pdf#page=206.
- Yohendra, Cynthia L. dan Meinie S. 2019. Tata Kelola Perusahaan dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 21 (1): 113–28. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i1.505>.

Halaman ini sengaja dikosongkan.