

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TEHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR
CONSUMER CYCLICALS YANG TERDAFTAR
DI BEI TAHUN 2021-2023**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

NASYIFA
NPM: 2102110048



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2025**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 06 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

NASYIFA
NPM: 2102110048

Dengan judul:

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TEHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER CYCLICALS
YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2023**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Akuntansi

Budi Safatul Anam, S.E., M.Si
NIK. 19740607 201709 1 001

Pembimbing I

H. Zulkifli Umar, S.E., M.Si.Ak, CA
NIK. 19711019 200405 1 001

Pembimbing II

Budi Safatul Anam, S.E., M.Si
NIK. 19740607 201709 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 06 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

NASYIFA
NPM: 2102110048

Dengan judul:

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TEHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER CYCLICALS
YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2023**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal, 29 Juli 2025

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua


H. Zulkifli Umar, S.E., M.Si.Ak, CA
NIK. 19711019 200405 1 001

Sekretaris


Budi Safatul Anam, S.E., M.Si
NIK. 19740607 201709 1 001

Anggota


Elviza, S.E., M.Si
NIK. 19840405 201112 2 001

Anggota


Fitri Yunina, S.E., M.Si
NIP. 19860610 201504 2 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Akuntansi


Budi Safatul Anam, S.E., M.Si., Ak
NIK. 19740607 201709 1 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”

Banda Aceh, 6 Agustus 2025
Yang Menyatakan



Nasyifa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Nasyifa**
NPM : 2102110048
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN CONSUMER CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2023

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 6 Agustus 2025

Banda Aceh, 6 Agustus 2025
Yang Menyatakan,



Nasyifa

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Consumer Cyclical Yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2023 ”**.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh. Selanjutnya shalawat beserta salam disampaikan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, sebagai utusan Allah yang senantiasa berusaha memperbaiki akhlaq umat manusia menjadi insan yang berpendidikan dan berilmu pengetahuan.

Meski tulisan ini telah dilakukan dengan maksimal, namun penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk membantu menyempurnakan skripsi ini di masa yang akan datang.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan kemurahan dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Marlizar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Ibu Syamsidar, SE,M.Si,Ak Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Bapak Rusanaidi, S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Bapak Zulkifli Umar, SE,M.Si,Ak,CA Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
5. Ibu Elviza, S.E., M.Si Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
6. Bapak Zulkifli Umar SE,M.Si.,AK.,CA Selaku Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan banyak waktu dan menyumbangkan pikiran serta tenaga dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Budi Safatul Anam SE,M,Si. AK Selaku Ketua jurusan program studi Akuntansi dan juga sebagai Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan banyak waktu dan menyumbangkan pikiran serta tenaga dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang selalu memberikan arahan, wawasan dan pengetahuan kepada penulis dengan tulus hati.
9. Staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang selalu memberikan bantuan dan partisipasinya bagi penulis selama menjalankan kuliah hingga selesai.

10. Teruntuk Ayahku, Ayah adalah langit luas yang diam-diam meneduhkan, walau seringkali tak tampak sendunya. Di tengah hidup yang tak selalu ramah, ayah tetap melangkah tanpa henti walau langkahnya lelah, walau rezeki datang tak pasti. Dalam diamnya, tersimpan ribuan doa dan harapan agar aku bisa menapaki dunia pendidikan tanpa beban. Terima kasih Ayah, untuk setiap tetes peluh yang tak pernah kau hitung, untuk setiap rintik hujan yang kau redam sendiri, demi melihatku sampai di titik ini. Aku tahu, di balik wajah tegasmu, ada cinta yang tak pernah putus mengalir seperti sungai ke lautan.
11. Teruntuk ibuku tercinta, terima kasih karena telah menjadi pelindung paling lembut dalam hidupku. Dalam diammu, ada cinta yang tak pernah habis. Dalam lelahmu, ada ketulusan yang tak meminta balas. Aku tahu, tak ada satu malam pun yang benar-benar kau gunakan untuk tidur penuh, karena sebagian dari waktumu kau habiskan untuk bersimpuh, memohon pada Tuhan agar anakmu ini kuat dan berhasil. Di saat dunia memejamkan mata, kau justru terjaga demi masa depanku. Dan untuk nenekku tercinta, terima kasih karena selalu menyisipkan namaku dalam doa-doa panjangmu. Bersama ibu, engkau telah menjadi penjaga langit hatiku yang tanpa suara, selalu memohonkan kebaikan untuk langkahku. Semoga cinta kalian menjadi cahaya yang tak pernah padam dalam hidupku.
12. Teruntuk calon suamiku M. Rizky Yusuf Nasution, Di balik kelulusanku hari ini, ada luka yang tak pernah aku lupa, bukan hanya lelahmu, tapi kakimu yang kini patah karena terus berjuang demi masa depan kita. Di saat

semangatku habis, saat aku nyaris menghentikan langkahku di tengah jalan, tanganmu adalah yang pertama terulur menarikku kembali dari jurang putus asa. Dan lebih dari semua itu, aku tau semua yang kau berikan untuk kuliahku bukanlah hal kecil. Kau mengorbankan banyak hal, waktu, tenaga, bahkan materi yang tak sedikit demi masa depanku, tanpa pernah menagih balas apa pun. Kau rela menahan sakitmu sendiri, jauh di perantauan, bahkan saat tubuhmu terluka. kalau hari ini aku berdiri dengan bangga, maka ada kamu yang selama ini menopang diam diam dari balik layar perjuangan ini. Aku lulus bukan hanya karena belajarku tapi karena pengorbananmu yang tak pernah bisa aku hitung dengan angka.

13. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kawan seperjuanganku tersayang (umay dan ira) Terima kasih atas dukungan, kerja sama, dan kebersamaan yang telah terjalin, khususnya dalam melewati setiap suka dan duka selama menempuh studi, Terima kasih atas tawa dan pelukan di saat lelah, semoga kita terus bersama sampai kapanpun.
14. Untuk Husna, sahabatku tersayang, yang tumbuh bersamaku sejak kecil, Di tengah dinginnya perantauan, saat aku jauh dari pelukan ibu, kaulah yang menjadi tempatku bersandar. Terima kasih karena hadir bukan hanya saat tawa, tapi juga saat tubuhku lemah dan hati sedang payah. Kau yang diam diam menjagaku, yang tak lelah menyemangati, yang mengulurkan tangan tanpa diminta. Aku tahu, di balik kesederhanaan sikapmu, ada kasih yang tak bisa diukur dengan kata. Kehadiranmu di sini adalah pengingat bahwa aku

tidak benar-benar sendiri. Kau bukan hanya sahabat, tapi bagian dari alasan aku mampu melewati semua ini.

15. Di tengah perjuangan panjang ini, saat langit terasa berat dan rumah begitu jauh, Tuhan menghadirkan dua sosok yang tak pernah aku sangka, Bunda dan Bapak. Meski tak lahir darimu, kalian memelukku seolah aku darah daging sendiri. Saat rinduku pada orang tua tak bisa lagi kutahan, kalian hadir membawa kehangatan yang menenangkan. Kalian tak hanya menyempatkan waktu untuk datang, tapi juga menyisakan ruang di hati untukku tinggal. Terima kasih karena selalu menyempatkan waktu untukku, memberi semangat di kala aku rapuh, dan tak pernah lupa menyelipkan namaku dalam setiap harapan baik kalian. Kalian bukan hanya pelengkap di hidupku, kalian adalah bukti bahwa keluarga bisa hadir dari cinta, bukan hanya dari darah.
16. Serta kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT dengan kebaikan yang berlipat ganda.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan, wawasan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan, bagi penulis khususnya dan umumnya bagi yang membaca skripsi ini.

Banda Aceh, 06 Agustus 2025

Nasyifa

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	8
 BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	 9
2.1. Landasan Teoritis	9
2.1.1 Nilai Perusahaan.....	9
2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan.....	9
2.1.1.2 Jenis- Jenis Nilai Perusahaan.....	10
2.1.1.3 Indikator Nilai Perusahaan	11
2.1.2 Profitabilitas.....	12
2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas	12
2.1.2.2 Jenis-Jenis Profitabilitas	13
2.1.2.3 Manfaat Profitabilitas	14
2.1.2.4 Indikator Profitabilitas	14
2.1.3 Likuiditas.....	16
2.1.3.1 Pengertian Likuiditas.....	16
2.1.3.2 Indikator Likuiditas	17
2.1.4 Ukuran Perusahaan	17
2.1.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan	17
2.1.4.2 Indikator Ukuran Perusahaan.....	18
2.2 Penelitian Sebelumnya	19
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.3.1 Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	23
2.3.2 Hubungan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.....	24
2.3.3 Hubungan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan Antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.....	24
2.3.4 Hubungan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan Antara Likuiditas dan Nilai Perusahaan.....	25
2.4 Hipotesis	26

BAB III. METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.1.1 Tujuan Penelitian	27
3.1.2 Jenis Penelitian.....	27
3.1.3 Horizon Waktu	27
3.1.4 Unit Analisis.....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.1 Sumber Data.....	29
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4 Definisi dan Oprasional Variabel	29
3.5 Analisis Statistik.....	32
3.6 Uji Regeresi Panel	34
3.7 Pemilihan Model Estimasi Regresi Data Panel	37
3.8 Uji Hipotesis	37
3.8.1 Uji Keberartian Regresi (Uji f)	37
3.8.2 Uji Keberartian Regresi (Uji t).....	38
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (adjusted R ²).....	38
3.8.4 Uji Variabel Moderasi.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif	40
4.1.2 Pengujian Asumsi Klasik	41
4.1.3 Analisis Regresi Data Panel	45
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	48
4.1.5 Koefisien Determinasi (R ²)	50
4.1.6 Uji Moderasi.....	51
4.4 Pembahasan.....	53
4.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	53
4.4.2 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.....	54
4.4.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan	55
4.4.4 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data rata-rata profitabilitas, likuiditas dan nilai Perusahaan pada Perusahaan sektor <i>consumer cylical</i> yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	22
Tabel 3.1 Kriteria Populasi Penelitian	29
Tabel 3.3 Definisi Oprasional Variabel	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Heterokendastisitas	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Autokorelasi	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.4 Uji Chow	46
Tabel 4.5 Uji Husman	47
Tabel 4.6 Uji LM.....	47
Tabel 4.7 Uji F.....	48
Tabel 4.8 Uji t.....	49
Tabel 4.9 Uji Adj R2 dan Undjusted R2	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Moderasi.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Nama-nama Perusahaan Sektor <i>Consumer Cyclical</i> Yang Menjadi Pengamatan Penelitian.....	43
Lampiran 2 Oprasionalisasi Variabel Nilai Perusahaan.....	44
Lampiran 3 Oprasionalisasi Variabel Nilai Profitabilitas.....	45
Lampiran 4 Oprasionalisasi Variabel Nilai Likuiditas.....	46
Lampiran 5 Oprasionalisasi Variabel Nilai Ukuran Perusahaan.....	47
Lampiran 6 Analisis Statistik Deskriptif.....	57
Lampiran 7 Hasil Pengujian Hipotesis.....	58

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TEHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER
CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2023**

**NASYIFA
NPM : 2102110048**

**Pembimbing :1) Zulfikli Umar, S,E M.Si, AK, CA
2) Budi Safatul Anam S,E M,Si. AK**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Metode analisis data yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Penelitian ini memasukan semua elemen sampel yang telah memenuhi kriteria yaitu sebanyak 30 perusahaan yang menjadi pengamatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan sebagai variabel *homologizer moderasi*. Ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan dan sebagai variabel *homologizer moderasi*.

Kata kunci : Profitabilitas, Likuiditas, Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan
Perusahaan *Consumer Cyclicals* tahun 2021-2023

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TEHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER
CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2023**

NASYIFA
NPM : 2102110048

Pembimbing :1) Zulfikli Umar, S,E M.Si, AK, CA
2) Budi Safatul Anam S,E M,Si. AK

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of profitability and liquidity on firm value with firm size as a moderating variable in consumer cyclicals sector companies listed on the IDX in 2021-2023. The data analysis method used is Moderated Regression Analysis (MRA). This study includes all sample elements that have met the criteria, namely 30 companies that are observed. The results of the study show that profitability affects firm value, liquidity affects firm value, firm size weakens the relationship between profitability and firm value and as a moderating homologizer variable. Firm size weakens the relationship between liquidity and firm value and as a moderating homologizer variable

**Keywords: Profitability, Liquidity, Firm Value, Firm Size and Consumer
Cyclicals Companies in 2021-2023**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tujuan jangka panjang dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham (Novari dan Lestari, 2016:55). Memaksimalkan nilai perusahaan berarti meningkatkan semua nilai keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Salah satu yang akan dipengaruhi oleh nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan

Nilai perusahaan adalah sebuah kondisi yang dicapai oleh perusahaan sebagai kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan setelah melalui proses kegiatan yang dilakukan dalam beberapa tahun, dari awal berdirinya sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan dapat memberikan gambaran bagi investor untuk melihat kinerja dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang,

Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham dalam jangka panjang, secara maksimal apabila hasil saham meningkat, yang bisa disebut dengan *Enterprise Value* (EV) atau dikenal juga sebagai *Firm Value* (nilai perusahaan) yang merupakan konsep penting bagi investor, sebagai indikator dalam menilai perusahaan secara keseluruhan, semakin meningkat harga saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Ibrahim, 2017)

Tobin's Q salah satu alternative yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston, C, 2010:76). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengambilan dari setiap dolar investasi incremental.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sejumlah kebijakan yang telah ditentukan oleh manajemen perusahaan dan faktor penting dalam perusahaan yang akan berkaitan dengan hasil yang didapat melalui aktifitas yang dilakukan perusahaan. Rasio profitabilitas menggambarkan mengenai efektifitas pengelolaan dalam perusahaan. Dimana semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka perusahaan akan semakin baik (perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih baik dalam penjualan maupun modal sendiri). Dengan meningkatnya laba maka memberikan dampak positif terhadap peningkatan harga saham di pasar modal.

Menurut (Ayu dan Bagas, 2017) profitabilitas dapat meningkatkan atau berdampak positif terhadap nilai perusahaan (dengan tingginya profitabilitas maka nilai perusahaan akan baik di mata para investor). Respon positif para investor akan meningkatkan harga saham dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Apabila kondisi perusahaan dikategorikan menjanjikan atau menguntungkan di masa yang akan datang maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya membeli saham pada perusahaan tersebut (Ayu dan Bagas, 2017). Semakin tinggi laba yang didapatkan maka menandakan semakin besar pula return dari pada modal investor, hal ini akan lebih memikat atau tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Apabila semakin banyak permintaan investasi maka akan semakin tinggi harga saham perusahaan tersebut. Jika harga saham suatu perusahaan naik maka hal itu menandakan bahwa nilai perusahaan tersebut juga akan naik.

Menurut (Kasmir, 2015) *Return On Asset* merupakan rasio profitabilitas yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. (Brigham dan Huston, 2010) bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio laba

bersih terhadap total aset untuk mengukur pengambilan atas total asset. *Return On Asset* (ROA) dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi perusahaan untuk mengukur efisiensi dalam penggunaan aktiva yang ada untuk memperoleh keuntungan atau laba. Semakin tinggi rasio ini, maka akan semakin baik produktivitas *asset* dalam memperoleh keuntungan

Likuiditas adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang dimiliki. utang jangka pendek perusahaan tersebut meliputi utang usaha, pajak, dividen, dan lain sebagainya. Likuiditas juga dapat diartikan sebagai kemampuan individu atau perusahaan dalam melunasi utang dengan segera menggunakan harta lancar yang dimiliki. Tanpa memiliki kemampuan tersebut, perusahaan tidak akan mampu melakukan kegiatan operasional bisnis seperti biasa. Rasio likuiditas merupakan perbandingan aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Rasio ini dapat menjadi alat atau informasi yang dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan manajemennya. Rasio likuiditas merupakan indikator performa perusahaan dan situasi keuangan.

Menurut Satriana (2017) tingkat likuiditas dapat dihitung dengan *current ratio*. *Current ratio* adalah perbandingan antara aktiva lancar dengan total kewajiban lancar. Rasio ini digunakan untuk mengukur keadaan likuiditas suatu perusahaan sebagai petunjuk untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan total aktiva lancar yang dimiliki

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan untuk menentukan suatu nilai perusahaan, disisi lain ukuran perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Semakin besar ukuran

perusahaan maka semakin semakin besar keyakinan investor akan kemampuan dalam memberikan tingkat pengembalian investasi, dikarenakan semakin meningkatnya atau besar perusahaan maka kondisi perusahaan akan semakin stabil.

Kestabilan tersebut menarik para investor untuk memahami suatu saham perusahaan. Untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi para investor lebih memilih akan bekerjasama dengan perusahaan terbesar. Akan adanya banyak peminat akan meningkatkan harga saham perusahaan. Jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan akan mengikuti peningkatan tersebut. Ukuran perusahaan mampu digunakan sebagai patokan para investor dalam memberikan investasinya dalam perusahaan. Perusahaan yang baik mampu bertanggung jawab dalam pengembalian investasi.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor penting untuk mengukur efektivitas pengaruh profitabilitas dan likuiditas. Ukuran perusahaan dengan tingkat profitabilitas dan likuiditas yang tinggi maka perusahaan akan semakin baik. Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan manufaktur karena sektor manufaktur masih menjadi kontributor terbesar bagi perekonomian nasional, diantaranya melalui peningkatan pada nilai tambah bahan baku dalam negeri, penyerapan tenaga kerja lokal, dan penerimaan devisa dari ekspor. Jadi perusahaan manufaktur masih menjadi kontributor terbesar bagi perekonomian nasional

Berdasarkan pengamatan awal rata-rata *Return On Asset*, *Curent Ratio* dan *Tobins'Q* dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Rata-Rata Profitabilitas, Likuiditas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor *Consumer Cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

Variabel	Tahun		
	2021	2022	2023
Nilai Perusahaan	2.42	2.51	2.48
Profitabilitas	0.11	0.06	0.09
Likuiditas	2.23	0.86	1.88
Ukuran Perusahaan	27.79	27.81	27.75

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat rasio *profitabilitas* pada perusahaan consumer cyclicals tahun 2021-2023 keduanya memiliki rata-rata rasionya berfluktuatif. Pada tahun 2021 nilai rata-rata profitabilitas terjadi penurunan dari 0.11 menjadi 0.06 di tahun 2022, namun pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 0.09, Demikian juga pada nilai rata-rata likuiditas pada tahun 2021 mengalami penurunan dari 2.23 menjadi 0.86 di tahun 2022 kemudian di tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 1.88. Pada tahun 2021 nilai rata-rata nilai perusahaan terjadi penurunan dari 2.42 menjadi 2.51 di tahun 2022, namun pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 2.48.

Sesuai dengan penelitian (Sunhaji, 2019:53) ketika profitabilitas mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan juga dan ketika profitabilitas menurun maka nilai perusahaan akan menurun. Namun berdasarkan tabel 1.1 profitabilitas tahun 2022 mengalami penurunan tetapi membuat nilai perusahaan meningkat di tahun 2022. Hal ini terlihat profitabilitas pada tahun 2022 mengalami penurunan hingga 0.06 dari 0.11 tahun 2021. Profitabilitas justru menaikkan nilai perusahaan di tahun 2022. Seharusnya penurunan profitabilitas akan mengakibatkan nilai perusahaan meningkat.

Sesuai dengan penelitian Santosa, (2023:206) ketika likuiditas mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan juga dan ketika profitabilitas menurun maka nilai perusahaan akan menurun. Namun berdasarkan tabel 1.1 likuiditas tahun 2022 mengalami penurunan tetapi membuat nilai perusahaan di tahun 2022 meningkat. Hal ini terlihat likuiditas pada tahun 2022 mengalami penurunan hingga 0.86 dari 2.23 tahun 2021. likuiditas justru meningkatkan nilai perusahaan di tahun 2022, yang seharusnya penurunan likuiditas akan mengakibatkan nilai perusahaan meningkat.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor *Consumer Cyclicalss* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer cyclicalss* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer cyclicalss* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023
3. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer cyclicalss* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

4. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain adalah untuk mengetahui;

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh likuiditas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh likuiditas pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan informasi yang

berkaitan dengan mengoptimalkan penggunaan sumber pendanaan pada struktur modal perusahaan.

b. Bagi Investor dan Kreditor

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Untuk kreditor dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangannya dalam memberikan pinjaman.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih bagi penulis terutama dalam hal yang berkaitan dengan analisis terhadap factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini merupakan aplikasi dari teori yang di dapat dari perkuliahan umum.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang Profitabilitas dan likuiditas sebagai factor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan adanya variabel yang memperkuat yaitu ukuran perusahaan dan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan referensi bagi penulis. Serta penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan nilai perusahaan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi mengenai masalah Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan *Consumer Cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Nilai Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Mahendra, (2011) "nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan". Fahmi, (2015) "nilai perusahaan adalah rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar". Menurut Hery, (2017) "nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini".

Menurut Indrarini, (2019) "nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham". Menurut (Ibrahim, 2017) "nilai perusahaan merupakan gambaran para investor untuk melihat kinerja masalalu dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang", semakin meningkat harga saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Rosikah, et al (2018) "nilai perusahaan merupakan keseluruhan nilai asset yang dimiliki oleh perusahaan, yang terdiri dari nilai pasar modal dan nilai". Menurut (Novianti dan Romansyah, 2013) "nilai perusahaan merupakan presepsi investor terhadap perusahaan yang dapat diukur melalui nilai harga saham. Terbentuknya harga saham perusahaan di pasar yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara rill. Dikatakan secara rill karena

terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara penjual (emiten) dan investor. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham dipasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan (Harmono, 2016)

Berdasarkan beberapa pengertian di atas nilai perusahaan adalah gambaran para investor untuk melihat kinerja terdahulu dan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang

2.1.1.2 Jenis- Jenis Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan erat kaitannya dengan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham (nilai saham), maka nilai perusahaan akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Adapun jenis-jenis nilai perusahaan menurut (Gitman, 2010) berdasarkan metode perhitungan yang digunakan yaitu:

1. Nilai Kelangsungan Usaha
Nilai kelangsungan usaha adalah nilai perusahaan jika dijual sebagai operasi usaha yang berlanjut. Kelangsungan usaha adalah prinsip dasar dalam penyusunan laporan keuangan, selain itu entitas (perusahaan) biasanya dilihat sebagai kelanjutan dalam bisnis dimasa akan datang
2. Nilai Pasar (*market value*)
Nilai pasar adalah harga pasar yang digunakan untuk memperdagangkan aktiva. Sering juga disebut kurs merupakan harga yang terjadi dari proses tawar menawar dipasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual dipasar saham.
3. Nilai Intrinsik (*intrinsic value*)
Nilai intrinsic merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsic ini bukan sekedar harga dari sekumpulan asset melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.
4. Nilai Buku (*book value*)
Nilai buku suatu perusahaan adalah total aktiva dikurangi kewajiban dan saham preferen seperti tercantum di neraca. Nilai buku juga merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara

sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total hutang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuiditas (*liquidation value*)

Nilai likuiditas adalah jumlah uang yang dapat direalisasikan jika sebuah aktivitas atau sekelompok aktiva (contohnya perusahaan yang dijual secara terpisah dari obligasi yang menjalankannya). Nilai likuidasi merupakan nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban.

2.1.1.3 Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil (Harmono, 2014). Adapun jenis-jenis pengukuran nilai perusahaan menurut Irham Fahmi (2015) adalah sebagai berikut:

1. *Price Earning Ratio (PER)*
2. *Price to Book Value (PBV)*
3. *Tobins Q*

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut :

1. *Price Earning Ratio (PER)*

PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. PER dapat dihitung dengan rumus:

$$PER = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

2. *Price to Book Value (PBV)*

Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

3. *Tobin's Q*

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2004). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. *Tobin's Q* dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut.

$$Tobin's\ Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q : nilai perusahaan

EMV : *closing price* saham x jumlah saham yang beredar

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total asset

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing di pasar. Setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal. Laba merupakan alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan oleh perusahaan.

Menurut Sutrisno dalam Setiyawati (2009) “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya”. Profitabilitas Menurut Sofyan Syafri Harahap dalam Rahayu, (2009) adalah “menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua

kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain sebagainya”.

Sedangkan Menurut Brigham dan Houston (2009) “Profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan”. Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan adalah kemampuan perusahaan dalam mengerjakan laba dengan menggunakan sumber daya yang ada di dalam perusahaan itu sendiri

2.1.2.2 Jenis-jenis Profitabilitas

Adapun jeni-jenis profitabilitas dalam buku Agus Sartono (2010), sebagai berikut:

- a. *Gross Profit Margin*
Gross Profit Margin merupakan laba kotor, yang mempertimbangkan hubungan antara penjualan dengan pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan.
- b. *Net Profit Margin*
 Menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Dengan kata lain rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan.
- c. *Profit Margin (Margin Laba Bersih)*
Profit Marginon Sale atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan profit margin.
- d. *Return On Investment*
Return On Investment melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pemngembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.
- e. *Return On Asset (ROA)*
Return On Asset merupakan rasio profitabilitas yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (kasmir, 2014). Brigham dan Hustom (2010) mengakatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio laba bersih terhadap total aset untuk mengukur pengambilan atas total asset.
- f. *Earning Per Share*

Rasio perlembar saham (Earning Per Share) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen untuk mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi.

2.1.2.3 Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015) manfaat profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi laba perusahaan sebelumnya dengan tahun sekarang
2. Mengetahui pertumbuhan laba dari waktu ke waktu
3. Menginformasikan jumlah laba bersih perusahaan setelah dipotong pajak
4. Mengetahui produktivitas semua dana milik perusahaan yang digunakan baik dari modal pinjaman maupun modal sendiri

Menurut Fahmi (2013) menyebutkan bahwa manfaat dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan serta bagi pihak luar perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memperkirakan dan menghitung pendapatan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.
2. Mengevaluasi dan mengetahui status laba perusahaan untuk tahun-tahun berjalan dan tahun-tahun sebelumnya.
3. Mengevaluasi dan mengetahui evolusi profitabilitas perusahaan secara berkala.
4. Untuk menilai serta mengetahui efektivitas seluruh dana perusahaan, termasuk modal sendiri dan modal kredit.

2.1.2.4 Indikator Profitabilitas

Menurut Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim (2016) Indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah:

1. *Return on Assets (ROA)*
Return on Assets (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2012:201). Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aktiva. Semakin besar rasio ini semakin baik, karena apabila ROA meningkat maka profitabilitas perusahaan juga meningkat yang artinya kinerja perusahaan semakin baik yang dampaknya mampu memberikan

pengembalian keuntungan dengan baik bagi pemilik maupun investor (pemegang obligasi dan saham) dalam keseluruhan aset yang ditanamkan.

2. *Profit Margin*

Profit margin merupakan rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Sedangkan rasio yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen karena *profit margin* yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut.

3. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal tertentu. Rasio ini memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri sebagai pemegang saham Perusahaan.

Menurut Hanafi, (2017) “*Return On Asset (ROA)* merupakan salah satu jenis dari rasio yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. *Return On Asset (ROA)* dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi perusahaan untuk mengukur efisiensi dalam penggunaan aktiva yang ada untuk memperoleh keuntungan atau laba. Semakin tinggi rasio ini, maka akan semakin baik produktivitas *asset* dalam memperoleh keuntungan. Peningkatan profitabilitas dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi investor. Apabila *Return On Asset (ROA)* mengalami peningkatan, tentunya profitabilitas perusahaan juga meningkat dan dampak akhirnya dapat dinikmati oleh para investor. *Return On Asset (ROA)* dapat dirumuskan sebagai berikut (Hanafi, 2017:42):

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

2.1.3 Likuiditas

2.1.3.1 Pengertian Likuiditas

Menurut Hery, (2015) “rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya”. Dengan kata lain, likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang likuid.

Menurut Munawir, (2017) “likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih”. Menurut Fatmawati (2017) “likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya”. Jangka pendek secara konvensional dianggap periode hingga satu tahun. Hal ini dikaitkan dengan siklus operasi normal perusahaan yaitu mencakup siklus pembelian-produksi-penjualan-penagihan. Likuiditas merupakan salah satu faktor yang menentukan sukses atau kegagalan perusahaan. Penyediaan kebutuhan uang tunai dan sumber-sumber untuk memenuhi kebutuhan tersebut ikut menentukan sejauh mana perusahaan itu menanggung risiko.

Menurut Syahril dan Purba (2013) “likuiditas adalah kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek (utang lancar) pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar”. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik aktiva lancar dapat menutupi kewajiban lancar yang disebut likuid. Akan tetapi

terlalu tinggi rasio ini juga tidak baik, karena perusahaan tidak dapat mengelola aktiva lancar yang dimilikinya

2.1.3.2 Indikator Likuiditas

Menurut Kasmir (2019) Indikator rasio likuiditas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Rasio Cepat (*Quick Ratio* atau *Acid Test*)
Quick ratio merupakan rasio uji cepat yang menunjukkan kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan

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

2. Rasio Kas (*Cash Ratio*)
Rasio kas (*cash ratio*) adalah rasio yang membandingkan antara kas dengan aktiva lancar yang bisa segera menjadi uang kas dengan hutang lancar

$$\text{Cash Ratio} = \frac{(\text{Kas} + \text{Setara Kas})}{\text{Hutang Lancar}}$$

3. Rasio lancar (*current ratio*)
Rasio lancar (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan

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

2.1.4 Ukuran Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Yunita & Indah (2011) ”ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara

antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain". Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan.

Menurut Ali ,(2014) "ukuran perusahaan adalah suatu ukuran atau besarnya sebuah perusahaan yang dapat di lihat dengan besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan". Menurut Gilda, (2019) "ukuran perusahaan menggambarkan besarnya suatu perusahaan yang diukur berdasarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan". Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan natural logaritma (ln) dari total aset

2.1.4.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu:

1. Ukuran Perusahaan = $\text{Ln} . \text{Total Aset}$.
Menurut Fahad & Aulia (2015) "Asset adalah kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar asset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk". Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profabilitas perusahaan.
2. Ukuran Perusahaan = $\text{Ln Total Penjualan}$
Menurut Fahad & Aulia (2015) "Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba". Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Menurut Werner R. Murhadi (2013) Firm Size diukur dengan mentrasformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan

menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya.

Dalam penelitian ini pengukuran ukuran perusahaan yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Size} = \text{LN}(\text{Total Aktiva})$$

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Siska Putri, (2023) Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan, Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Alghia Ghifari, (2023) Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Sektor Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2022. Metode pada penelitian ini menggunakan deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan begitu juga dengan likuiditas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian berdasarkan uji MRA, variabel ukuran perusahaan secara signifikan mampu bertindak sebagai variabel pemoderasi. Ukuran perusahaan mampu

memperkuat pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan memperkuat pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Santosa, (2023) Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas mampu mempengaruhi Nilai perusahaan, sedangkan struktur modal tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi profitabilitas, struktur modal dan likuiditas terhadap nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Afni, (2023) Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *return on assets* berpengaruh positif signifikan terhadap *price to book value*, ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *price to book value*, dan *Current Ratio* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *Price to Book* nilai. Struktur modal tidak dapat memoderasi hubungan antara keduanya profitabilitas dan harga terhadap nilai buku, struktur modal tidak dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dan harga terhadap nilai buku, dan modal struktur tidak dapat memoderasi hubungan antara rasio lancar dan harga terhadap nilai buku.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul, (2024) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian ukuran perusahaan mampu memoderasi antara profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Judul/ Peneliti (tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Abdul, (2024)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian ukuran perusahaan mampu memoderasi antara profitabilitas terhadap nilai Perusahaan	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan,	Likuiditas Waktu dan Lokasi Penelitian
2	Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan, Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif Siska Putri, (2023)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2) Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 3) Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. 4) Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai Perusahaan	Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan	Waktu dan Lokasi penelitian
3	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Sektor Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2022, Alghia Ghifari, (2023)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan begitu juga dengan likuiditas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian berdasarkan uji MRA, variabel ukuran perusahaan secara signifikan mampu bertindak Sebagai variabel pemoderasi. Ukuran perusahaan mampu memperkuat pengaruh rofitabilitas terhadap nilai perusahaan dan memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas, nilai perusahaan, ukuran perusahaan,	Waktu dan Lokasi penelitian

4	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi Nur Afni, (2023)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel <i>return on assets</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>price to book value</i> , ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap <i>price to book</i>	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Nilai Perusahaan,	Stuktur Modal, Waktu dan Lokasi Penelitian
No	Judul/ Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<i>Value</i> , dan current ratio berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap <i>Price to Book</i> nilai. Struktur modal tidak dapat memoderasi hubungan antara keduanya profitabilitas dan harga terhadap nilai buku, struktur modal tidak dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dan struktur modal		
4	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi Nur Afni, (2023)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel <i>return on assets</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>price to book value</i> , ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap <i>price to book Value</i> , dan current ratio berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap <i>Price to Book</i> nilai. Struktur modal tidak dapat memoderasi hubungan antara keduanya profitabilitas dan harga terhadap nilai buku, struktur modal tidak dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dan	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Nilai Perusahaan,	Stuktur Modal, Waktu dan Lokasi Penelitian
5	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI) Sentosa, (2023)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas mampu mempengaruhi Nilai perusahaan, sedangkan struktur modal tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi profitabilitas, struktur modal dan likuiditas terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Nilai Perusahaan,	Stuktur Modal, Waktu dan Lokasi Penelitian

Sumber: Data diolah, 2025

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2014) “kerangka pemikiran merupakan kerangka konseptual tentang bagaimana landasan teori yang telah dijabarkan berhubungan secara logis dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variabel yang akan diteliti, jadi teoritis perlu dijelaskan antara variabel independen dan dependen

2.3.1 Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Rahmawati, Topowijoyo dan Sulasmiyati, (2015) “profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sejumlah kebijakan yang telah ditetapkan oleh manajemen Perusahaan”. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan berarti semakin baik, karena kemakmuran pemegang atau pemilik saham meningkat dengan semakin tingginya profitabilitas perusahaan tersebut (Wahyudi, 2016)

Perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak investor. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor);

Nilai perusahaan adalah kondisi yang di capai oleh perusahaan sebagai kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan setelah melalui proses kegiatan yang dilakukan dalam beberapa tahun, dari awal berdirinya sampai dengan saat ini.

Pernyataan diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hertina, 2019) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian nilai dari suatu perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, karena semakin besarnya profitabilitas akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi dan membuat investor berani berinvestasi di perusahaan tersebut

2.3.2 Hubungan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas adalah kemampuan untuk memenuhi seluruh kewajiban yang harus dilunasi segera dalam waktu yang singkat, sebuah perusahaan dikatakan likuid apabila mempunyai alat pembayaran berupa harta lancar yang lebih besar dibandingkan dengan seluruh kewajibannya.

Hubungan teori sinyal dengan likuiditas, yang menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik akan memberikan sinyal positif berupa informasi yang baik dengan demikian investor diharapkan dapat membedakan perusahaan yang non-financial distress dan atau perusahaan yang financial distress.

Nilai perusahaan adalah bahwa nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor. Semakin baik nilai perusahaan akan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Pernyataan diatas didukung penelitian yang dilakukan oleh Nur, (2019) bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

2.3.3 Hubungan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Antara profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba yang merupakan hasil akhir bersih dan kebijakan dan keputusan yang diambil dari perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan efektifitas manajemen.

Hubungan signaling theory , dimana nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai baik akan cenderung diterima oleh para investor

Menurut (Noerirawan, 2015) ”nilai Perusahaan adalah keadaan yang sudah di peroleh suatu perusahaan menjadi gambaran dari keyakinan masyarakat mengenai perusahaan sesudah melewati suatu prosedur aktivitas selama beberapa tahun, yakni sejak perusahaan didirikan sampai pada saat ini”. Ukuran Perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan (Risma dan Regi, 2017).

Pernyataan diatas didukung penelitian yang dilakukan oleh (Pohan, Nasyrah, 2018) bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan

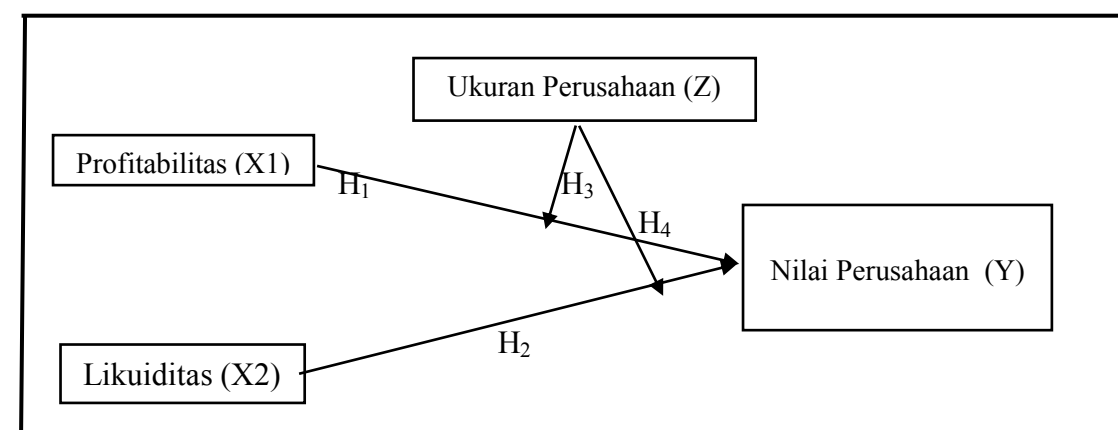
2.3.4 Hubungan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan Antara Likuiditas dan Nilai Perusahaan

Menurut Riyanti, (2010) ”likuiditas merupakan hal-hal yang berhubungan dengan masalah kemampuan pada suatu perusahaan untuk bisa memenuhi kewajiban finansialnya yang harus secepatnya dilunasi”. Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun.

Apabila perusahaan mampu membayarkan kewajibannya, perusahaan dianggap dapat menyesuaikan ukuran kemampuan perusahaan, maka hal ini akan diinterpretasikan sebagai sinyal baik. Informasi yang dipandang cukup penting bagi investor karena informasi tersebut berkenaan dengan penilaian perusahaan.

Ukuran Perusahaan menjadi suatu ukuran yang dapat menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Dengan adanya nilai likuiditas dan nilai perusahaan pada ukuran perusahaan apabila tidak memenuhi nilai likuiditasnya maka nilai perusahaan tidak baik

Pernyataan diatas didukung penelitian yang dilakukan oleh (Triasesarta Nur, 2019:67) bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan signifikan memperkuat baik pengaruh profitabilitas maupun likuiditas terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.



Sumber: Data diolah, 2025

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan hubungan antara variabel yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H₁ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan
- H₂ : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan
- H₃ : Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan
- H₄ : Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut (Umar dalam Ridwan, 2017) desain penelitian dapat diartikan sebagai suatu rencana kerja yang terstruktur dalam hal hubungan-hubungan antara variable secara komprehensif sedemikian rupa agar hasil risetnya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan riset. Rencana tersebut mencakup hal-hal yang akan dilakukan preset, mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai analisis akhir.

3.1.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai Perusahaan, serta untuk menguji apakah ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini di pakai jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Penelitian ini dilaksanakan untuk mencari tahu ada tidaknya pengaruh dari profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang tergabung di Bursa Efek Indonesia.

3.1.3 Horizon Waktu

Horizon waktu yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi cross sectional. Studi Cross sectional (*one-Shot*) adalah penelitian dimana peneliti menganalisis konteks tertentu, sekelompok orang atau fenomena sosial melalui sampel. Studi cross sectional dilakukan dengan data hanya sekali dikumpulkan, selama periode tahunan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

3.1.4 Unit Analisis

Unit analisis merujuk pada tingkat kesatuan data yang dikumpulkan selama tahap analisis data. Unit analisis atau tingkat agregasi data yang di analisis pada penelitian adalah variabel penelitian yang terdiri atas variabel independen yakni Profitabilitas dan likuiditas dengan variabel dependen yakni nilai perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variable Moderasi.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023 yang telah memenuhi kriteria berjumlah 30 data dari 10 perusahaan. Sampel penelitian dalam penelitian ini adalah memasukan semua populasi menjadi sampel. Sehingga teknik pengambilan sampel jenuh (*sensus*). Nama-nama perusahaan yang menjadi pengamatan dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3**Kriteria Populasi Penelitian**

No	Uraian	2021	2022	2023	jumlah
1	Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023	10	10	10	30
2	Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> yang tidak ada laporan keuangan nya di situs resmi BEI secara berturut-turut (https://www.idx.co.id)	0	0	0	0
3	Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> yang mengalami kerugian	0	0	0	0
Jumlah		10	10	10	30

Sumber: Data diolah, 2024

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen Perusahaan. Data tersebut berupa laporan keuangan masing-masing perusahaan per 31 desember 2021-2023. Profitabilitas dapat diketahui dari laporan laba rugi, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan dapat diketahui dari posisi laporan keuangan.

3.3.2 Teknik Pengumpulan

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini bersifat dokumentasi dengan cara mengunduh data laporan keuangan dari Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Penelitian mengumpulkan data secara tahunan melalui laporan keuangan perusahaan dan dokumen pendukung lain yang dipublikasikan perusahaan dari tahun 2021 sampai 2023.

3.4 Definisi dan Oprasional variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang dilakukan pada sifat-sifat hal yang dapat diamati. Berikut ini definisi operasional dari varibel-variabel yang terlibat dalam penelitian beserta pengukurannya :

- a. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Nilai Perusahaan. *Tobin's Q* salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Tobin's* ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston, C, 2004). Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengambilan dari setiap dolar investasi incremental:

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

$$Tobin's Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

Keterangan :

Q : nilai perusahaan

EMV : *closing price* saham x jumlah saham yang beredar

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total asset

- b. Variabel Bebas (*Independent Variable*) Variabel bebas (*Independent variable*) disebut juga variabel predictor atau variabel stimulus .Menurut Indriantoro (2014:98) variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (variabel dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Profitabilitas

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu jenis dari rasio yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. *Return On Asset* (ROA) dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi perusahaan untuk mengukur efisiensi dalam penggunaan aktiva yang ada untuk memperoleh keuntungan atau laba

Return On Asset (ROA) dapat dirumuskan sebagai berikut (Hanafi, 2017:42):

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

2. Likuiditas

Current ratio adalah perbandingan antara aktiva lancar dengan total kewajiban lancar. Rasio ini digunakan untuk mengukur keadaan likuiditas suatu perusahaan sebagai petunjuk untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan total aktiva lancar yang dimiliki. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

- c. Variabel Moderasi (*Moderating variable*) Variabel Moderasi adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen (Indriantoro, 2014:99). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan diukur

dengan menggunakan logaritma natural dari total aset dari total aset (Ln Total Asset).

$$\text{Size} = \text{LogNatural} (\text{Total Asset})$$

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Menurut Indrarini, (2019:32)	$\text{Tobin's } Q = \frac{(\text{EMV}+\text{D})}{(\text{EBV}+\text{D})}$	Rasio
2	Profitabilitas (X ₁)	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya Setiyawati, (2009:79)	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total asset}} \times 100\%$	Rasio
3	Likuiditas (X ₂)	Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih Satriana, (2017:77)	$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Total Aktiva Lancar}}{\text{Total Kewajiban Lancar}} \times 100\%$	Rasio
4	Ukuran Perusahaan (Z)	Ukuran Perusahaan diukur sebagai logaritma dari total aset karena nilai total aset biasanya bernilai sangat besar. (Wahyu, 2014:158)	$\text{Size} = \text{LN Total Asset}$	Rasio

3.5 Analisis Statistik

1. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan uji asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui suatu kelayakan dari penggunaan model regresi pada sebuah penelitian. Pada pengujian asumsi klasik bersifat linier dan normal dan bebas dari multikorelasi, heteroskedastisitas, serta autokorelasi

Pengujian pada penelitian ini terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah model yang memiliki distribusi data yang normal. Untuk menguji normalitas data menggunakan *evIEWS* ada dua cara, yaitu dengan menggunakan histogram dan uji *Jarque-Bera*. *Jarque-Bera* adalah uji statistik untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Gujarati (2013) deteksi dengan melihat *Jarque Bera* yang merupakan asimtotis (sampel besar dan didasarkan atas residual *Ordinary Least Square*). Uji ini dengan melihat probabilitas *Jarque Bera* (JB) sebagai berikut:

- Bila probabilitas > 0.05 maka data berdistribusi normal
- Bila probabilitas < 0.05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi kesamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. sehingga, jika varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka itu termasuk homoskedastisitas dan jika berbeda itu termasuk heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas tidak terjadi heteroskedastisitas

Pengujian dilakukan dengan uji Glejser dengan kriteria pengujian:

- a) Data tidak terjadi masalah heteroskedasitas, jika nilai Prob. Obs*R

squared > tingkat alpha 0.05 atau

- b) Data mengalami masalah heteroskedasitas, jika nilai Prob. Obs*R squared < tingkat alpha 0.05

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). maka jika terjadi korelasi, itu dinamakan dengan adanya autokorelasi. Sehingga, autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu dengan lainnya. Model regresi yang baik, yakni model regresi yang bebas autokorelasi.

Berikut alat ukur dengan tes Durbin Watson (D-W) untuk mendeteksi autokorelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Terjadi autokorelasi positif, jika DW di bawah -2 ($DW < -2$)
- b) Tidak terjadi autokorelasi, jika DW di antara -2 dan +2 ($-2 \leq DW \leq +2$)
- c) Terjadi autokorelasi negatif, jika DW di atas +2 ($DW > +2$)

d. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018) pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Untuk menguji masalah multikolinieritas dapat melihat matriks korelasi dari variabel

bebas, jika terjadi koefisien korelasi lebih dari 0.05 maka terdapat multikolinieritas.

3.6 Uji Regresi Data Panel

Menurut Basuki (2016) analisis regresi data panel adalah analisis yang sangat sederhana karena hanya menggabungkan data runtutan waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*) sehingga membentuk data panel. Dalam penelitian ini, data yang digabungkan yaitu data gabungan antara unit (*cross section*) yang meliputi 10 perusahaan pada *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI dan (*time series*) sebanyak 3 tahun, yaitu tahun 2021-2023.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas dengan menggunakan indikator return on assets (ROA) dan likuiditas dengan menggunakan indikator *current ratio* (CR). Variabel-variabel tersebut akan dianalisa dan diuji untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan dengan menggunakan indikator *tobins q* serta variabel ukuran perusahaan dengan indikator size sebagai variabel moderasi untuk mengetahui apakah variabel ukuran perusahaan dapat memberikan pengaruh hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam mengolah data pada penelitian ini menggunakan software eviews 13. Menurut Basuki (2016), dalam mengestimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan dengan tiga pendekatan, yaitu:

1. *Common Effect Model* (CEM)

Menurut Baltagi (2005), model tanpa pengaruh individu (*common effect model*) adalah pendugaan yang menggabungkan seluruh data *time series*

dan cross section dan menggunakan pendekatan OLS (*Ordinary Least Square*) untuk menduga parameternya. Metode OLS merupakan salah satu metode populer untuk menduga nilai parameter dalam persamaan regresi linear

2. *Fixed Effect Model* (FEM)

Merupakan model yang dapat menunjukkan perbedaan konstan antar objek, meskipun dengan koefisien regresi yang sama. Model ini disebut dengan efek tetap. Efek tetap disini maksudnya adalah bahwa satu objek, memiliki konstanta yang tetap besarnya untuk berbagai periode waktu. Demikian juga dengan koefisien regresinya, tetap besarnya dari waktu ke waktu

3. *Random Effect Model* (REM)

Model random effect adalah model yang akan mengestimasi data panel dimana variabel pengganggu mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Namun untuk menganalisis dengan metode efek random ini ada satu syarat, yaitu objek data silang harus lebih besar dari banyaknya koefisien. *Random effect* digunakan untuk mengatasi kelemahan metode efek tetap yang menggunakan variabel semu, sehingga model mengalami ketidakpastian. Tanpa menggunakan variabel semu, metode *random effect* menggunakan residual, yang diduga memiliki hubungan antar waktu dan antar objek. Perusahaan yang digunakan mirip dengan persamaan untuk efek tetap.

3.7 Pemilihan Model Estimasi Regresi Data Panel

1. Uji Chow

Uji ini digunakan membandingkan atau memilih mana yang terbaik antara *common effect model* atau *fixed effect model*. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas (p) untuk *cross-section* f. jika nilai $p > 0.05$ maka model yang dipilih *commen effect model*. Tetapi jika $p < 0.05$ maka model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

2. Uji Hausman

Uji *hausman* dilakukan untuk membandingkan atau memilih mana model yang terbaik antara *fixed effect model*. Pengambilan keputusan melihat nilai probabilitas (p) untuk *cross-section random*. Jika nilai $p > 0.05$ maka model yang terpilih adalah *random effect model*. Tetapi jika < 0.05 maka model yang terpilih adalah *fixed effect model*.

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji LM untuk mengetahui model *random effect* lebih baik daripada metode *common effect* (OLS) dan juga digunakan untuk memastikan model *hasol fixed effect* dan *random effect* yang tidak konsisten pada pengujian sebelumnya. Pada kasus menggunakan uji LM, sebab pada saat dilakukan uji *hausman* model yang cocok adalah *fix effect* dan uji *chow* yang cocok adalah *fixed effect*. Sehingga untuk memutuskan uji LM tidak perlu dilakukan. Dasar pengambilan keputusan melihat nilai probabilitas (p) untuk *cross-section random*.

Jika nilai probability *Breusch-Pagan* > 0.05 maka model yang terpilih yaitu *common effect* (CEM)

Jika nilai probability *Breusch-Pagan* < 0.05 maka model yang terpilih yaitu *Random Effect* (ROM)

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Keberartian Regresi (Uji F)

Uji f dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independen yang diamati (profitabilitas dan likuiditas) memberikan keberartian terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Kriteria dalam uji f ini menggunakan probabilitas (*F statistic*), jika probabilitas (*F statistic*) $\leq 5\%$, maka variabel independen dapat memberikan keberartian (pengaruh) kepada variabel dependen. Namun jika probabilitas (*F statistic*) $\geq 5\%$, maka variabel independen tidak memberikan keberartian (pengaruh) secara simultan terhadap variabel dependen.

3.8.2 Uji Keberartian Koefisien Regresi (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Variabel independen dapat memberikan pengaruh yang signifikan kepada variabel dependen apabila nilai probabilitas (*t statistic*) $\leq 5\%$. Jika didapatkan hasil pengujian sebuah hipotesis signifikan, berarti hipotesis tersebut (H_a) meyakinkan sehingga dapat diterima dan dapat dibuktikan secara ilmiah. Sedangkan variabel independen dapat memberikan pengaruh positif apabila nilai koefisien > 0 dan akan memberikan pengaruh negatif apabila nilai koefisien < 0 .

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Menurut Ghazali (2016) koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) berada di antara angka 0 hingga 1, dimana nilai R^2 yang mendekati 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menerangkan variabel dependen sangat terbatas, sedangkan jika nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.8.4 Uji Variabel Moderasi

Pengujian variabel moderasi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen (profitabilitas dan likuiditas) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Terdapat tiga cara dalam pengujian regresi menggunakan variabel moderasi yaitu

1. Uji Interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA)
2. Uji Selisih Mutlak
3. Uji Residual

Pengujian variabel moderasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan moderated regression analysis (MRA). Menurut Ghazali (2013) MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi atau perkalian antara dua atau lebih variabel independen. MRA digunakan untuk mengetahui apakah variabel pemoderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen

Analisis MRA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + \beta_5 X_2 Z + e$$

Dimana:

Y : PBV
 A : Konstanta
 X1 : ROA
 X2 : CR
 Z : Size

e :*Standar Error*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif dilakukan terhadap variabel-variabel penelitian yang terdiri dari profitabilitas, likuiditas, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan. Tabel 4.1 di bawah ini menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai *mean* dari masing-masing variabel.

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
Nilai Perusahaan	30	1.18	5.20	2.4057
Profitabilitas	30	.00	.37	.0850
Likuiditas	30	.01	8.75	1.6583
Ukuran Perusahaan	30	26.11	30.61	27.7860
Valid N (listwise)	30			

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI selama 3 tahun pengamatan menghasilkan nilai minimum variabel nilai perusahaan sebesar 1.18 dan nilai maksimum variabel nilai perusahaan sebesar 5.20. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar nilai perusahaan perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang menjadi sampel penelitian berkisar antara 1.18 hingga 5.20. Nilai rata-rata (*mean*) nilai perusahaan sebesar 2.4057.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI selama 3 tahun pengamatan

menghasilkan nilai minimum variabel profitabilitas sebesar 0.00 dan nilai maksimum variabel profitabilitas sebesar 0.37. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar profitabilitas perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang menjadi sampel penelitian berkisar antara 0.00 hingga 0.37. Nilai rata-rata (*mean*) profitabilitas sebesar 0.0850.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI selama 3 tahun pengamatan menghasilkan nilai minimum variabel likuiditas sebesar 0.01 dan nilai maksimum variabel likuiditas sebesar 8.75. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar likuiditas perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang menjadi sampel penelitian berkisar antara 0.01 hingga 8.75. Nilai rata-rata (*mean*) likuiditas sebesar 1.6583

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI selama 3 tahun pengamatan menghasilkan nilai minimum variabel ukuran perusahaan sebesar 26.11 dan nilai maksimum variabel ukuran perusahaan sebesar 30.61. Hasil tersebut menunjukkan bahwa besar ukuran perusahaan perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang menjadi sampel penelitian berkisar antara 26.11 hingga 30.61. Nilai rata-rata (*mean*) profitabilitas sebesar 27.7860

4.1.2 Pengujian Asumsi Klasik

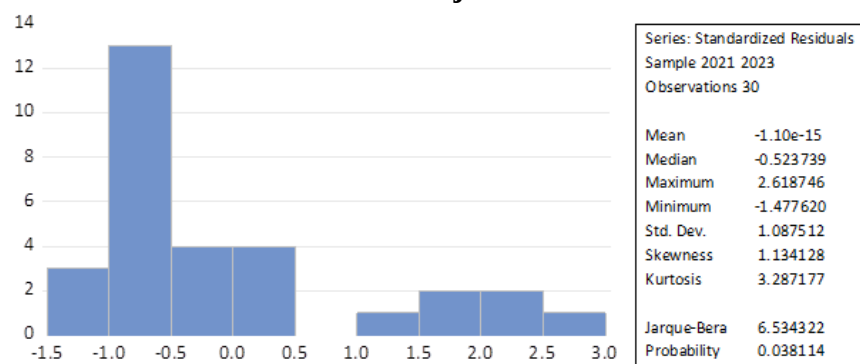
4.1.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Model yang

baik adalah model yang memiliki distribusi data yang normal. Untuk menguji normalitas data menggunakan *evIEWS* ada dua cara, yaitu dengan menggunakan histogram dan *uji Jarque-bera*. *Jarque-bera* adalah uji statistik untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Gujarati (2013) deteksi dengan melihat Jarque Bera yang merupakan asimtotis (sampel besar dan didasarkan atas residual *Ordinary Least Square*). Uji ini dengan melihat probabilitas *Jarque Bera* (JB) sebagai berikut:

- a. Bila probabilitas > 0.05 maka data berdistribusi normal
- b. Bila probabilitas < 0.05 maka data tidak berdistribusi normal

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Olahan Eviews 13, 2025

Pada gambar 4.1 dapat dilihat nilai *Jarque-bera* sebesar 6.534322 dengan nilai probability 0,038114. Maka dapat disimpulkan model pada penelitian ini berdistribusi tidak normal, karena nilai probability 0,038114 lebih kecil dari 0,05

4.1.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika variance tidak konstan atau berubah ubah disebut dengan Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan uji Glejser yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan absolute residual sebagai variabel dependen. Residual adalah selisih antara nilai observasi dengan nilai prediksi, sedangkan absolute adalah nilai mutlak. Uji Glejser digunakan untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika hasil tingkat kepercayaan uji Glejser $> 0,05$ maka tidak terkandung heteroskedastisitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas Gletser
 Heteroskedasticity Test: Glejser
 Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	0.312335	Prob. F(3,26)	0.8163
Obs*R-squared	1.043553	Prob. Chi-Square(3)	0.7907
Scaled explained SS	0.968982	Prob. Chi-Square(3)	0.8088

Sumber: Data Olahan Eviews 13, 2025

Pada tabel 4.1 dapat dilihat nilai probability chi-square dari Obs*R-squared sebesar 0.7907 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan pada model ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara anggota seri dari observasi-observasi yang diurutkan berdasarkan waktu (data *time series*) atau tempat (data

cross section) (Gujarati, 2013). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu uji yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah uji *Breusch Godfrey* atau disebut dengan *Lagrange Multiplier*. Apabila nilai probabilitas $> \alpha = 5\%$ berarti tidak terjadi autokorelasi. Sebaliknya nilai probabilitas $< \alpha = 5\%$ berarti terjadi autokorelasi

Tabel 4.2
Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	11.19946	Prob. F(2,24)	0.0004
Obs*R-squared	14.48240	Prob. Chi-Square(2)	0.0007

Sumber: Data Olahan Eviews 13, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 4.2 dapat dilihat nilai probability *chi-square* sebesar 0,007 lebih besar dari 0,05. Artinya pada model regresi yang digunakan terjadi autokorelasi

4.1.2.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pengujian ini menggunakan matriks korelasi antar variable bebas untuk melihat besarnya korelasi antar variable independen. Hasil tabel 4.3 menunjukkan nilai koefisien korelasi antar variable lebih besar dari 10 maka terdapat gejala multikolinieritas yang serius antar variable bebas disajikan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors

Date: 07/14/25 Time: 22:44

Sample: 1 30

Included observations: 30

Variable	Coefficient	Uncentered	Centered
	Variance	VIF	VIF
C	6.971150	196.2397	NA
X1	1.164698	1.410914	1.014197
X2	0.013236	1.921058	1.200126
Z	0.009143	204.6904	1.186153

Sumber: Data Olahan Eviews 13, 2025

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa nilai koefisien antar variabel kurang dari angka 10. Hal ini sesuai dengan kriteria pengujian bahwa hasil dari uji multikolinearitas tidak ada nilai koefisien korelasi antar variabel yang lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah multikolinearitas

4.1.3 Analisis Regresi Data Panel

Penelitian ini dilakukan untuk mengestimasi data panel terdapat tiga pendekatan alternatif model yaitu *common effect model*, *fixed effect model* dan *random effect model*. Dari ketiga model tersebut akan dipilih mana model yang terbaik/tepat

yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tahapan yang dapat memilih model terbaik yang akan digunakan dalam penelitian adalah dengan *F Test (Chow Test)* dan (*Hausman Test*). Dalam penelitian ini menggunakan dua model regresi sehingga estimasi data panel untuk memilih model mana yang terbaik akan dilakukan pada dua model regresi tersebut.

4.1.3.1 Uji Chow

Uji Chow merupakan pengujian untuk menentukan model *fixed effect* atau *Common Effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Apabila nilai F sig lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis nul ditolak yang artinya model yang tepat untuk regresi data panel adalah model *Fixed Effect*. Hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests Equation: Untitled Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	28.704523	(9,17)	0.0000
Cross-section Chi-square	83.543878	9	0.0000

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan table 4.4 uji chow di atas, kedua nilai probabilitas *cross section F* dan *Chi Square* lebih kecil dari alpha 0.05, sehingga menolak hipotesis nol. Jadi menunjukkan *fixed effect*, model yang terbaik digunakan adalah dengan menggunakan model *fixed effect*.

4.1.3.2 Uji Hausman

Uji *Hausman* digunakan untuk menentukan apakah model data panel diregresi dengan model *fixed effect* atau dengan model *random effect*. Hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
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	4.971925	3	0.1739

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 uji hausman dimana nilai $p = 0.1739 > 0.05$ menerima hipotesis 1, jadi berdasarkan uji *hausman* , model yang terbaik digunakan adalah model dengan metode *random effect*.

4.1.3.3 Uji Lagrange-Multiplier

Uji Lagrange-Multiplier yang membandingkan apakah model *Random Effect* lebih tepat digunakan dari model *Fixed Effect*. Hasil pengujian adalah sebagai berikut.

Uji LM		Tabel 4.6		
		Lagrange Multiplier Tests for Random Effects		
		Null hypotheses: No effects		
		Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives		
		Test Hypothesis		
		Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	15.31185 (0.0001)	0.868709 (0.3513)	16.18056 (0.0001)	
Honda	3.913036 (0.0000)	-0.932045 (0.8243)	2.107879 (0.0175)	
King-Wu	3.913036 (0.0000)	-0.932045 (0.8243)	0.825458 (0.2046)	
Standardized Honda	4.562607 (0.0000)	-0.643290 (0.7400)	-0.267703 (0.6055)	
Standardized King-Wu	4.562607 (0.0000)	-0.643290 (0.7400)	-1.276738 (0.8992)	
Gourieroux, et al.	--	--	15.31185 (0.0002)	

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 LM diaman uji Hasil yang diperoleh dari uji *Lagrange-Multiplier* dengan menggunakan *Breusch-Pagan* bahwa nilai probabilitas dari *Breush-Pagan* sebesar 0,0001 yang lebih kecil daripada nilai signifikan 0,05. Sehingga model yang tepat digunakan untuk penelitian ini adalah model *Fixed Effect*.

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.1.4.1 Hasil Pengujian Uji F

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini uji statistik F menunjukkan apakah profitabilitas dan likuiditas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.7

Uji F

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.948323	Mean dependent var	2.401000
Adjusted R-squared	0.911845	S.D. dependent var	1.068432
S.E. of regression	0.317228	Akaike info criterion	0.840288
Sum squared resid	1.710766	Schwarz criterion	1.447473
Log likelihood	0.395682	Hannan-Quinn criter.	1.034532
F-statistic	25.99711	Durbin-Watson stat	3.352388
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, menunjukkan bahwa *F-statistic* sebesar 1.0345 nilai probabilitas sebesar 0.0000. Sehingga bisa disimpulkan bahwa nilai probabilitas F sebesar 0.0000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05, maka dapat diartikan bahwa profitabilitas dan likuiditas secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

4.1.4.2 Hasil Pengujian Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dan untuk melihat apakah hipotesis penelitian (H_a) dapat diterima atau tidak. Pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat dikatakan signifikan dan hipotesis penelitian (H_a) dikatakan diterima apabila probabilitas variabel $< 0,05$ untuk taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.8
Uji t

Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 07/14/25 Time: 00:29				
Sample: 2021 2023				
Periods included: 3				
Cross-sections included: 10				
Total panel (balanced) observations: 30				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.084515	1.175086	2.624926	0.0177
X1	-0.557015	0.391410	-1.423098	0.1728
X2	0.070390	0.057424	1.225796	0.0369
Z	-0.025611	0.042639	-0.600639	0.5560

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil pengujian secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa probabilitas variabel profitabilitas 0.1728 yang berarti probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 0.05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.
2. Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa probabilitas variabel likuiditas 0,0369 yang berarti probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial variabel likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan.
3. Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa probabilitas variabel ukuran perusahaan 0,5560 yang berarti probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

4.1.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauhnya variabel independen dapat menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 berarti kemampuan dari variabel independen dalam menerangkan variabel dependen lemah. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi untuk menjelaskan variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini dijabarkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.9

Uji Adj R2 dan Uadjusted R2

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.948323	Mean dependent var	2.401000
Adjusted R-squared	0.911845	S.D. dependent var	1.068432
S.E. of regression	0.317228	Akaike info criterion	0.840288
Sum squared resid	1.710766	Schwarz criterion	1.447473
Log likelihood	0.395682	Hannan-Quinn criter.	1.034532
F-statistic	25.99711	Durbin-Watson stat	3.352388
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, hasil pengujian melihtakan bahwa nilai R2 sebesar 0.948 artinya seluruh variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas mampu menerangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 94,8% sedangkan 5,2% diterangkan oleh variabel atau faktor lain diluar penelitian.

4.1.6 Uji Moderasi (*Moderate Regression Analysis*)

Untuk menguji pengaruh variabel moderasi digunakan uji interaksi yang disebut *Moderate Regression Analysis* (MRA). MRA atau uji interaksi merupakan regresi linier berganda yang dalam persamaannya mengandung hubungan atau unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan dua model. Model pertama digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independent terhadap variabel harga saham tanpa memasukkan variabel moderating. Sedangkan model kedua digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan memasukkan variable moderating.

Tabel 4.10
Hasil Uji
(interaksi)

Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 07/14/25 Time: 00:56
Sample: 2021 2023
Periods included: 3
Cross-sections included: 10
Total panel (balanced) observations: 30

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.034223	3.567710	-1.691344	0.1114
X1	3.237475	9.743179	0.332281	0.7443
X2	3.658948	1.341226	2.728062	0.0156
Z	0.298376	0.126969	2.349987	0.0329
X1Z	-0.131418	0.346945	-0.378788	0.7102
X2Z	-0.122946	0.045916	-2.677606	0.0172

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.965053	Mean dependent var	2.401000
Adjusted R-squared	0.932435	S.D. dependent var	1.068432
S.E. of regression	0.277720	Akaike info criterion	0.582447
Sum squared resid	1.156927	Schwarz criterion	1.283046
Log likelihood	6.263289	Hannan-Quinn criter.	0.806575
F-statistic	29.58694	Durbin-Watson stat	2.970407
Prob(F-statistic)	0.000000		

Moderasi

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji moderasi (interaksi) menunjukkan bahwa :

1. Interpretasi variabel utama

- a. Variabel coef. Prob interpretasi x_1 3.237475 dan nilai probabilitas sebesar 0.7443 tidak signifikan ($p > 0.05$), artinya x_1 tidak berpengaruh langsung terhadap y atau profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b. Variabel coef. Prob interpretasi x_2 3.658948 dan nilai probabilitas 0.0156 signifikan ($p < 0.05$), artinya x_2 berpengaruh positif terhadap y atau likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. Uji interaksi

- a. Interaksi coef. Prob. Interpretasi X_1^*Z (X_1Z) -0.131418 dan nilai probabilitas sebesar 0.7102 dimana nilai tersebut tidak signifikan ($p > 0.05$), artinya ukuran perusahaan (z) tidak memoderasi pengaruh profitabilitas (x_1) terhadap nilai perusahaan (y).
- b. Interaksi coef. Prob. Interpretasi X_2^*Z (X_2Z) -0.122946 dan nilai probabilitas sebesar 0.0172 dimana nilai tersebut signifikan

($p < 0.05$), artinya ukuran perusahaan (z) memoderasi pengaruh likuiditas (x_2) terhadap nilai perusahaan (y) yang efeknya negative.

3. Goodness of Fit

Nilai R-squared sebesar 0.965053 dan nilai adjusted R-squared sebesar 0.932435. nilai tersebut sangat baik untuk menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan. selanjutnya nilai F-statistic prob sebesar 0.000000 dimana nilai tersebut secara keseluruhan signifikan. Dan nilai durbin-waston sebesar 2.97 dimana nilai tersebut tidak ada autokorelasi (cukup baik).

4.2 Pembahasan .

4.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Secara statistik profitabilitas menunjukkan hasil tidak signifikan 0,1728 yang menyatakan bahwa apabila nilai profitabilitas dianggap nol, maka nilai perusahaan sebesar 0,1728. profitabilitas mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0.557015, artinya setiap skala profitabilitas meningkat 1 unit maka indeks nilai perusahaan menurun sebesar -0.5570154. profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi bagi pemegang saham. ROE merupakan salah satu proksi profitabilitas dimana rasio tersebut menunjukkan tingkat pengembalian investasi bagi pemegang saham (Pratiwi & Mertha, 2017). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mendorong investor untuk menanamkan saham ke perusahaan tersebut karena dianggap memiliki

kinerja yang baik, sehingga dapat memberikan pengembalian atas investasi yang tinggi perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi bagi pemegang saham.

Berdasarkan hasil penelitian, profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas tidak dapat menjelaskan dan memprediksi nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE bisa saja tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena rasio tersebut hanya menggambarkan besarnya pengembalian atas investasi oleh investor namun tidak menggambarkan prediksi mengenai nilai perusahaan sehingga pasar tidak mempertimbangkan rasio tersebut untuk mengambil keputusan investasi

Hasil sesuai dengan penelitian Pratiwi & Mertha (2017), Rizki et al. (2018), Thaib & Dewantoro (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2.2 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Secara statistik likuiditas menunjukan hasil tidak signifikansi 0,0396 yang menyatakan bahwa apabila nilai likuiditas dianggap nol, maka nilai perusahaan sebesar 0,0369. Likuiditas mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0.070390, artinya setiap skala likuiditas meningkat 1 unit maka indeks nilai perusahaan meningkat sebesar 0.070390. Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. CR merupakan salah satu proksi likuiditas dimana rasio tersebut menunjukkan tingkat kemampuan sebuah perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek menggunakan seluruh aset

jangka pendeknya (Oktaviarni et al., 2018). Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan mendorong investor untuk menanamkan saham ke perusahaan tersebut karena dianggap memiliki kinerja yang baik.

Hal ini tercermin dari semakin tinggi likuiditas suatu perusahaan berarti semakin tinggi pula dana yang tersedia untuk membayar dividen, membiayai operasi perusahaan dan investasi sehingga dapat memberikan pengembalian atas investasi yang tinggi. Likuiditas dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan strategi investasi karena likuiditas merupakan salah satu faktor yang menentukan sehat atau tidaknya suatu perusahaan. Perusahaan akan selalu memantau likuiditas. perusahaan tersebut agar kinerja keuangan yang dicapai perusahaan dapat meningkat. Semakin likuid suatu perusahaan, maka dapat disimpulkan kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan berlangsung lama. Sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat likuiditas suatu perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Cahyani & Wirawati (2019), Oktaviarni et al. (2018), Putra & Lestari (2016), Rizki et al. (2018), dan Yanti & Darmayanti (2019), bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi yang ditampilkan pada Tabel 4.10, diketahui bahwa variabel Z tidak memoderasi hubungan antara variabel X1 dan Y. Hal ini ditunjukkan oleh nilai interaksi $X1*Z$ ($0.7102 > 0.05$) tidak

signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Z tidak memoderasi pengaruh X1 terhadap Y.

Sementara itu, pengaruh langsung variabel X1 terhadap Y tidak signifikan ($p = 0.7443$), menunjukkan bahwa X1 tidak berpengaruh langsung terhadap Y dalam model ini. Model regresi yang digunakan memiliki nilai R-squared sebesar 0.965053, yang berarti sekitar 96.5% variasi pada variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Probabilitas F-statistic sebesar 0.000000 juga menunjukkan bahwa model secara keseluruhan signifikan. Nilai Durbin-Watson sebesar 2.97 mengindikasikan tidak adanya autokorelasi dalam model, sehingga model layak untuk digunakan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi besar kecilnya profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar belum tentu akan mendapatkan profit yang besar. Sebaliknya, perusahaan yang kecil belum tentu akan mendapatkan profit yang kecil. mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas tinggi, dan perusahaan tidak mampu menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas rendah Hasil riset ini tidak didukung oleh teori signaling, karena besar kecilnya perusahaan tidak menjamin tingkat perolehan laba (Septiana & Zulkifli, 2024). Penelitian ini didukung oleh Aji dan Atun (2019) menemukan ukuran perusahaan tidak dapat mengubah dampak profitabilitas untuk nilai perusahaan

4.2.4 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi yang ditampilkan pada Tabel 4.10, diketahui bahwa variabel Z berperan sebagai moderator dalam hubungan antara variabel X2 dan Y. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas interaksi $X2*Z$ ($0.0172 < 0.05$) yang signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Z secara signifikan memoderasi pengaruh X2 terhadap Y.

Selain itu, variabel X2 dan Z juga menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap variabel dependen Y, masing-masing dengan nilai probabilitas sebesar 0.0156, yang berada di bawah batas signifikansi 0.05. Sementara itu, pengaruh langsung variabel X2 terhadap Y signifikan ($p = 0.0156$), menunjukkan bahwa X2 berpengaruh langsung terhadap Y dalam model ini.

Model regresi yang digunakan memiliki nilai R-squared sebesar 0.965053, yang berarti sekitar 96.5% variasi pada variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Probabilitas F-statistic sebesar 0.000000 juga menunjukkan bahwa model secara keseluruhan signifikan. Nilai Durbin-Watson sebesar 2.97 mengindikasikan tidak adanya autokorelasi dalam model, sehingga model layak untuk digunakan dalam pengambilan keputusan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa variabel Z memperkuat atau memperlemah pengaruh X2 terhadap Y. Temuan ini dapat dijelaskan secara teoritis bahwa variabel Z lebih relevan dalam konteks hubungan X2 dengan Y, mungkin karena secara konseptual, Z memiliki keterkaitan yang lebih erat atau konteks interaksinya lebih kuat dengan X2.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat memberikan pengaruh negatif terhadap besar kecilnya tingkat likuiditas suatu perusahaan.

Perusahaan dengan ukuran besar memiliki aktiva lancar yang besar. Aktiva lancar yang besar ini akan terkesan menganggur karena perusahaan hanya menggunakan untuk kepentingan jangka pendeknya, akibatnya perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan aktiva lancar tersebut. Hal ini akan mengurangi kepercayaan investor dan menurunkan minat saya beli investor tersebut sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan perusahaan akan mendapatkan laba yang rendah.

Riset ini sesuai dengan teori sinyal, yang menggambarkan kreditor lebih bersedia memberikan pembiayaan kepada perusahaan besar (Ayem & Ina, 2023). Hasil ini didukung oleh penelitian Yaswat et al., (2021), likuiditas dan nilai perusahaan dipengaruhi oleh size perusahaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian Vina et al., (2022)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.
2. Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.
3. Ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023
4. Ukuran perusahaan memperkuat hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti selanjutnya dapat menambah variabel independen berupa rasio keuangan ataupun faktor lainnya yang dapat mempengaruhi profitabilitas.
2. Bagi Pihak Investor Diharapkan dapat mempertimbangkan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi sehingga investor dapat meminimalisir kerugian

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono (2010). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), Hal 111.
- Algia Ghifari, (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Sektor Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2023. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). Hal 106.
- Ali, (2014). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Syntax Transformation*, Vol. 02, No. 03, Maret 2014. Hal 124.
- Ayu dan Bagas, (2017).Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Emba*, Vol. 06, No. 03, Hal. 117-120.
- Brigham dan Houston, (2011). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas,Leverage, Kebijakan Deviden dan Ukuran Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 09, No.01, 2011, Hal. 148
- Fahad & Aulia, (2015). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Food And Beverage yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2016. *Jurnal Emba*, Vol. 06, No. 04, September 2015, Hal. 90
- Fahmi, (2015). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, Vol. 05, No. 01, Februari 2015 : Hal. 45.
- Fatmawati, (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ganec Swara*, Vol. 15, No. 01, Maret 2017. Hal 88.
- Gilda, (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Bisnis Dan Mnajemen*, 11, 81– 96
- Gilda, (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan (SIZE) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bal ance*, Vol. XVI, No.01,Hal.112

- Gitman, (2010). Pengaruh Kecurangan Laporan Keuangan terhadap Nilai Perusahaan: Ditinjau dari Perspektif Fraud Pentagon (Kasus di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), Hal 93.
- Hanafi, (2017). Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), Hal 81.
- Harmono, (2016). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 08, No. 01, Januari 2016 : Hal 78.
- Hertina, (2019). Pengaruh Hutang Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Syb Sektor Semen Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2019) Cakrawala - Repositori IMWI. Hal. 124
- Hery, (2015). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, Vol.03, No. 02, Agustus 2015, PP : Hal 96.
- Hery, (2017). Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Humanika*, Vol. 09, No. 03, September – Desember 2017. Hal 99.
- Ibrahim, (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Kenijakan Deviden dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 05, No. 01, Februari 2017 : Hal 43.
- Ibrahim, n.d. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Kebijakan Hutang Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek. *Jurnal Penelitian Aluntansi* Vol. 01, No. 01 April 2017 Hal 15 – 24 ISSN 2684 – 8805 (online) . Hal 88
- Indrarini, (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal*, Vol. 08, No. 01, Juli 2019. Hal 32.
- Irham Fahmi, (2019). Analisis Laporan Keuangan (Bandung: Alfabeta, 2013), 135.
- Kasmir, (2015). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma*, Vol. 02, No. 01, Januari 2015 : Hal 157.

- Mahendra, (2011). Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal dan Profitabilitas. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, Vol. 15, No. 02, Oktober 2011. Hal 87-90.
- Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim, (2016). Pengaruh CR, TATO, NPM, dan EPS Terhadap Nilai Perusahaan di Era Bani. *Jurnal Mutiara Ilmu Akutansi (JUMIA)*, 1, 120–138
- Munawir, (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Leverage Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan Cosmetics dan House Hold yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Sekuritas*, Vol. 03, No. 01, Hal. 67
- Noerirawan, (2015). . Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Hal. 59
- Novari dan Lestari, n.d, (2016). Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica*, Vol.03, No.01 April 2016
- Novianti dan Romansyah, (2013). Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 05, No. 09, September 2013. Hal 55
- Nur Afni, (2023). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*. Hal 158
- Nur, Triasesiarta. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 22, No. 01/ 2019. Lumoly, Hal.149
- Pohan Nasyrah, (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Risiko Kredit Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada Sub Sektor Perbankan Periode 2009 – 2018). Hal 144
- Rahayu, (2009). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*. Hal 59.
- Rahmawati, Topowijoyo dan Sulasmiyati, (2015). Studi Manajemen, P., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage DI BEI. *Jurnal Prospek*,
- Risma dan Regi, (2017). Analisis Pengaruh Struktur Modal (CAR) dan Dana Pihak Ketiga (FDR) Terhadap Profitabilitas (ROA) dengan Kredit

- Bermasalah (NPF) sebagai Variabel Intervening pada Perbankan Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Unihaz-JAZ*. Hal 128
- Riyanti, (2010). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. Hal 87.
- Rosikah, et al (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), Hal 90
- Santosa, (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Sains 1244*, Vol. 04, No. 01, Juni 2023. Hal 187
- Satriana, (2017). Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Keuangan*, Vol. 07, No. 02, September 2017. Hal 77
- Setiyawati, (2009). Analisis Validasi dan Asumsi Klasik Cetakan I. Penerbit Gava Media : Yogyakarta. Hal 79
- Silvia Indrarini, (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan 52 Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, Vol. 02, No. 01, Januari 2019 : 118 – 126.
- Siska Putri, (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan pada Perusahaan textile di Indonesia dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Review*, Vol. 04, No. 01. Hal 76.
- Sofyan Syafri Harahap, (2020). Pengaruh Pengukur Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017 – 2020. *Jurnal Sains Sosio Humaniora 1244*, Vol. 04, No. 01, Juni 2020.
- Sugiyono, (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Indonesia 2010 – 2014. *Menara Ekonomi*. Hal 60
- Syahrial & Purba,(2013). Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan. *ECo-Fin*, 6(1), Hal 37.
- Triasesarta Nur, (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). Hal 67

- Umar, (2007). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38
- Wahyudi, (2016) Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Hal 158
- Werner R. Murhadi, (2013) Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, ,Financial ,Leverage ,Kebijakan Pembayaran Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Hal 156
- Yunita & Indah, (2011). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Tingkat Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Petra Business & Manajemen Review*, Vol. 04, No. 01, 2018.