

# PENGARUH COMPANY GROWTH, COMPANY SIZE, PRICE EARNING RATIO, DAN KEBIJAKAN ACCOUNT PAYABLE TERHADAP FIRM VALUE PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2020-2022

Oleh:

Nur Maulidiyah Chasana

Nihlatul Qudus Sukma Nirwana

Progam Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

September, 2024

# Pendahuluan

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual

Fenomena terkait nilai perusahaan dalam data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, per 3 April 2020, rata-rata nilai transaksi harian saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang 2020 hanya sebesar Rp 6,96 triliun. Jika dibandingkan dengan rata-rata nilai transaksi harian tahun sebelumnya, yakni per 5 April 2019 yang mencapai Rp 9,67 triliun, maka jumlah tersebut terkoreksi 28 persen. Sementara itu, dengan menggunakan perbandingan waktu yang sama, rata-rata volume transaksi harian di BEI sepanjang 2020 merosot 49 persen menjadi 7,39 miliar unit saham. Padahal, rata-rata volume transaksi harian tahun sebelumnya adalah sebanyak 14,5 miliar saham.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk meningkatkan *Firm Value*. Factor yang pertama yaitu *Company Growth.*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan *Kebijakan Account Payable*

# Rumusan Masalah

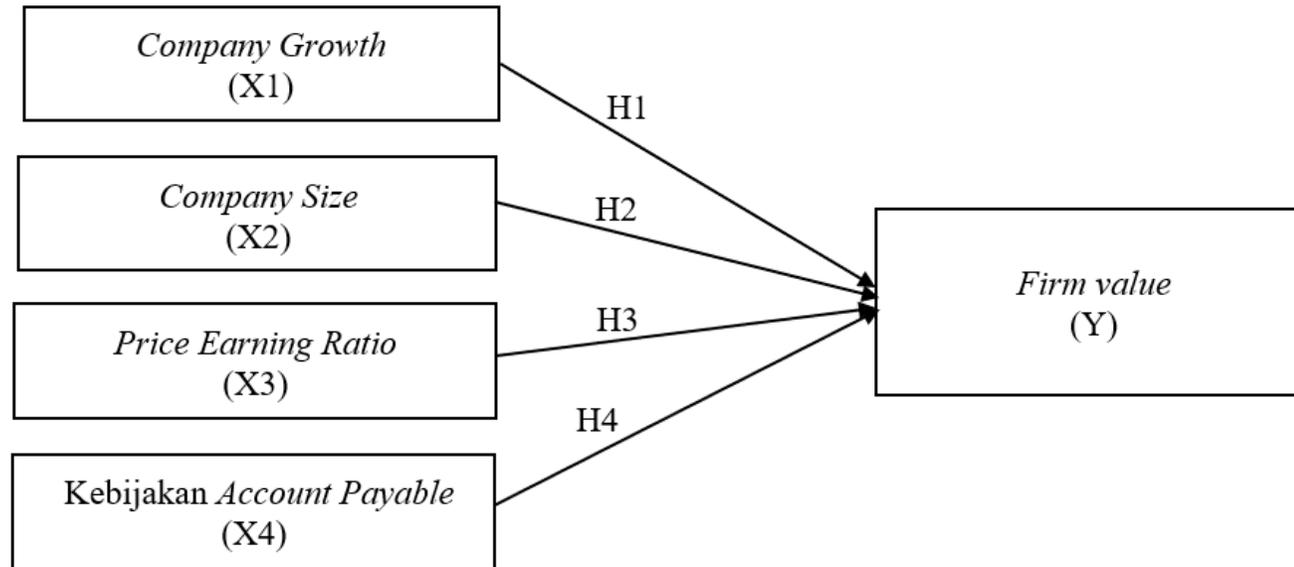
Apakah  
*Company Growth*  
Berpengaruh  
Terhadap *Firm*  
*Value* ?

Apakah  
*Company Size*  
Berpengaruh  
Terhadap *Firm*  
*Value* ?

Apakah *Price*  
*Earning Ratio*  
Berpengaruh  
Terhadap *Firm*  
*Value* ?

Apakah  
Kebijakan  
*Account Payable*  
Berpengaruh  
Terhadap *Firm*  
*Value*?

# Kerangka Konseptual



# Hipotesis

H1 = *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

H2 = *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

H3 = *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

H4 = Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

# Metode



# Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan data sekunder sebagai sumber data (Hermawan & Amirullah, 2016). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan tahunan pada perusahaan *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022.

# Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
1	<i>Company Growth</i> yaitu Pertumbuhan penjualan merupakan indikator dari keberhasilan periode investasi sebelumnya dan dapat dijadikan sebagai prediksi dimasa mendatang (Kasmir, 2019)	<b>Net Sales Growth Ratio</b> $= \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Sales } t-1} \times 100\%$	Rasio	(Kasmir, 2019); (Pujianti, 2023); (Addiningrum, 2021); (Nurfauzan Aziz, 2022); (Kurniawan et al., 2019); (Wijaya, 2019)
2	<i>Company Size</i> yaitu Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan (Jufrizen & Al Fatin, 2020).	Ukuran Perusahaan= <i>Ln Total Asset</i>	Rasio	(Jufrizen & Al Fatin, 2020); (Farizki & Masitoh, 2021); (Kartika Dewi & Abundanti, 2019); (Zulfa et al., 2022); (Muharramah & Hakim, 2021)

3	<i>Price Earning Ratio</i> (PER) adalah rasio yang menggambarkan harga saham sebuah perusahaan dibandingkan dengan keuntungan atau laba yang dihasilkan perusahaan tersebut (EPS) (Hutapea et al., 2021).	<b>Price Earning Ratio</b> $= \frac{\text{Harga penutupan saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$	Rasio	(Hutapea et al., 2021); (Setiono & Nugroho, 2018); (Rusdania, 2021); (Wansani & Mispriyanti, 2022); (Citra et al., 2020); (Aswat & Ardiansyah, 2023)
4	<i>Account Payable</i> yaitu Kebijakan hutang merupakan kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal perusahaan (Fahlevi & Nazar, 2023).	<b>Debt To Equity Ratio</b> = $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$	Rasio	(Fahlevi & Nazar, 2023); (Rudiyanto Hartono et al., 2023); (Suardana et al., 2020); (Hertina et al., 2019)

5	<i>Firm Value</i> yaitu Nilai perusahaan merupakan persepsi dari investor akan suatu perusahaan yang sering kali dikaitkan dengan harga sahamnya (Brigham & Houston, 2018).	<b>Price Book Value</b> $= \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$	Rasio	(Brigham & Houston, 2018); (Agustina & Suryandari, 2017); (Ketut et al., 2023); (Rudiyanto Hartono et al., 2023)
---	---	---	-------	--

# Populasi dan Sampel

## Populasi

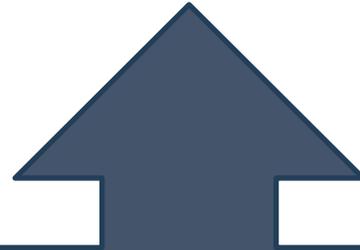
- Jumlah Perusahaan *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2020-2022 berjumlah 40 perusahaan.

## Sampel

- Perusahaan yang menjadi sampel dari penelitian ini dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu atau karakteristik tertentu.

	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
	Perusahaan Manufaktur Sektor Food & Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo periode tahun 2020-2022	40
	Menyajikan laporan keuangan lengkap pada periode tahun 2020-2022	(18)
	Perusahaan yang tidak suspend pada tahun penelitian	(3)
	Jumlah perusahaan yang diteliti	19
	Jumlah observasi 19 x 3 tahun (2020-2022)	57

# Teknik Analisis



Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) Versi 27 sebagai alat untuk menganalisis data. Analisis ini diawali dengan statistik deskriptif dan Uji Asumsi Klasik. Uji asumsi klasik ini terdiri dari Uji Multikolinearitas, Uji Normalitas, Uji Heterokedasitas, dan Uji Autokorelasi. Selanjutnya data yang terkumpul dilakukan analisis regresi berganda dan uji hipotesis yang berupa koefisien determinasi ( $R^2$ ), Koefisien korelasi ( $R$ ) dan uji t.

# HASIL



# Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Company Growth</i>	57	-0,85	1,75	5,1144	0,32302
<i>Company Size</i>	57	27,37	32,82	29,2237	1,58551
<i>Price Earning Ratio</i>	57	4,58	2057,40	94,1893	3,75456
<i>Kebijakan Account Payable</i>	57	-0,11	27,03	11,3565	3,52597
<i>Firm Value</i>	57	0,01	755,05	61,7772	0,95344
Valid N (listwise)	57				

Sumber: Hasil Out Put SPSS versi 27 (diolah)

## *Company Growth*

- Hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar -0,85. Nilai terbesar (maksimum) sebesar 1,75. Rata-rata *Company Growth* yang dimiliki 19 perusahaan menunjukkan hasil yang positif sebesar 5,1144. artinya secara umum *Company Growth* yang diterima positif (mengalami kenaikan). Nilai standar deviasi *Company Growth* adalah sebesar 0,32302 (dibawah rata-rata) artinya *Company Growth* memiliki tingkat variasi data yang rendah

## *Company Size*

- Hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan variabel *Company Size* memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 27,37. Nilai terbesar (maksimum) sebesar 32,82. Rata-rata *Company Size* yang dimiliki 19 perusahaan menunjukkan hasil yang positif sebesar 29,2237. artinya secara umum *Company Size* yang diterima positif (mengalami kenaikan). Nilai standar deviasi *Company Size* adalah sebesar 1,58551 (dibawah rata-rata) artinya *Company Size* memiliki tingkat variasi data yang rendah

## *Price Earning Ratio*

- Hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan variabel *Price Earning Ratio* memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 4,58. Nilai terbesar (maksimum) sebesar 2057,40. Rata-rata *Price Earning Ratio* yang dimiliki 19 perusahaan menunjukkan hasil yang positif sebesar 94,1893. artinya secara umum *Price Earning Ratio* yang diterima positif (mengalami kenaikan). Nilai standar deviasi *Price Earning Ratio* adalah sebesar 3,75456 (dibawah rata-rata) artinya *Price Earning Ratio* memiliki tingkat variasi data yang rendah

## *Kebijakan Account Payable*

- Hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan variabel *Kebijakan Account Payable* memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar -0,11. Nilai terbesar (maksimum) sebesar 27,03. Rata-rata *Kebijakan Account Payable* yang dimiliki 19 perusahaan menunjukkan hasil yang positif sebesar 11,3565. artinya secara umum *Kebijakan Account Payable* yang diterima positif (mengalami kenaikan). Nilai standar deviasi *Kebijakan Account Payable* adalah sebesar 3,52597 (dibawah rata-rata) artinya *Kebijakan Account Payable* memiliki tingkat variasi data yang rendah

## *Firm Value*

- Hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan variabel *Firm Value* memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 0,01. Nilai terbesar (maksimum) sebesar 755,05. Rata-rata *Firm Value* yang dimiliki 19 perusahaan menunjukkan hasil yang positif sebesar 61,7772. artinya secara umum *Firm Value* yang diterima positif (mengalami kenaikan). Nilai standar deviasi *Firm Value* adalah sebesar 0,95344 (dibawah rata-rata) artinya *Firm Value* memiliki tingkat variasi data yang rendah

# Uji Asumsi Klasik



# Uji Normalitas

		Company Growth	Company Size	
N		57	57	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,1144	29,2237	
	Std. Deviation	0,32302	1,58551	
Most Extreme Differences	Absolute	0,214	0,150	
	Positive	0,214	0,150	
	Negative	-0,151	-0,121	
Test Statistic		0,214	0,150	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		0,700	0,265	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	0,000	0,003	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,000	0,001
		Upper Bound	0,000	0,004

		Price Earning Ratio	Kebijakan Account Payable	
N		57	57	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	94,1893	1,3565	
	Std. Deviation	313,754	3,52597	
Most Extreme Differences	Absolute	0,441	0,360	
	Positive	0,441	0,360	
	Negative	-0,388	-0,343	
Test Statistic		0,441	0,360	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		0,872	0,229	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	0,000	0,000	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,000	0,000
		Upper Bound	0,000	0,000

		Firm Value	
N		57	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	61,7772	
	Std. Deviation	160,95344	
Most Extreme Differences	Absolute	0,400	
	Positive	0,400	
	Negative	-0,351	
Test Statistic		0,400	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		0,913	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	0,000	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,000
		Upper Bound	0,000

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diketahui bahwa angka signifikan setiap variabel menunjukkan angka lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya

# Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Company Growth	0,878	1,139
	Company Size	0,943	1,060
	Price Earning Ratio	0,932	1,073
	Kebijakan Account Payable	0,888	1,126

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas, nilai *tolerance* masing-masing variable-variabel independen  $>0,10$  sedangkan nilai VIF  $< 10$ . Dengan demikian, hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi

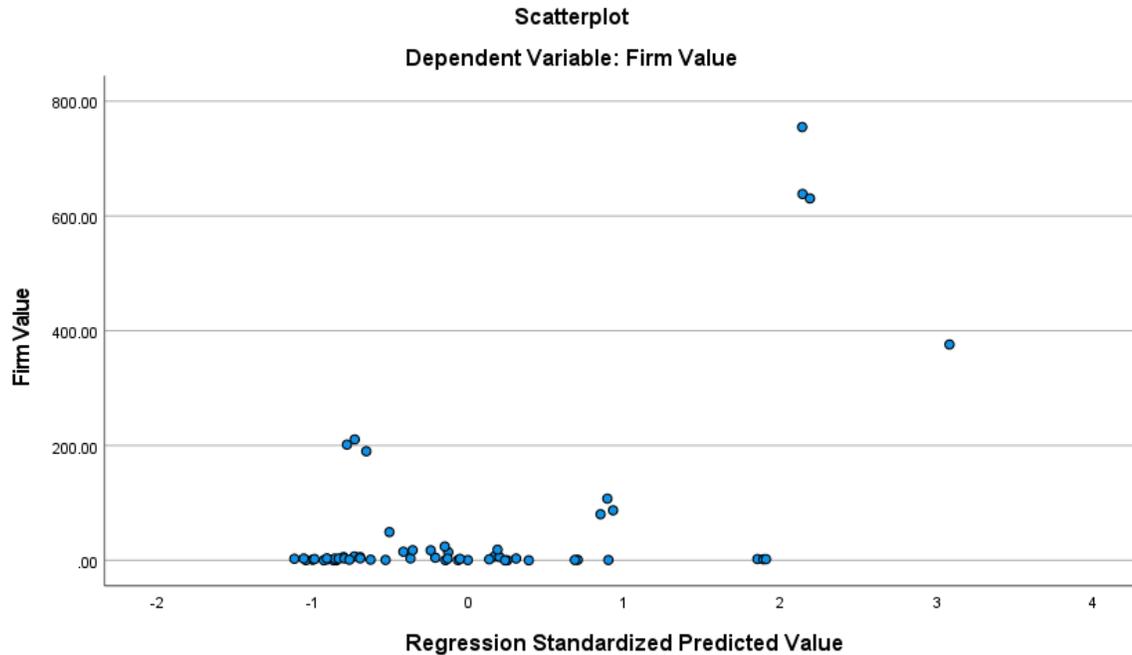
# Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,833 <sup>a</sup>	0,840	0,895	135,67432	1,941

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Account Payable , Company Size , Price Earning Ratio , Company Growth  
b. Dependent Variable: Firm Value

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,941. Sehingga nilai DW antara 1,55 s/d 2,46. Hal ini menunjukkan tidak terjadi autokorelasi

# Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar 4.1 *scatter plot* terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak ada kecenderungan untuk membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

# Hasil Uji Linearitas

	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Deviation from Linearity	39,568	3,321	2,390	0,993

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai Sig. Deviation From Linearity  $>$  Alpha ( $0,993 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan Kebijakan *Account Payable* terhadap *Firm value* adalah linier

# Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1625,229	342,310		4,748	0,000
	Company Growth	32,204	59,901	-0,065	2,538	0,003
	Company Size	57,864	11,775	0,570	4,914	0,000
	Price Earning Ratio	0,054	0,060	0,106	2,906	0,009
	Kebijakan Account Payable	3,983	5,457	-0,087	2,730	0,009

$$Y = 1625,229 + 32,204X_1 + 57,864X_2 + 0,054X_3 + 3,983X_4$$

Konstanta adalah sebesar 1625,229. Hal ini berarti jika tidak dipengaruhi *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan *Kebijakan Account Payable* maka besarnya *Firm value* sebesar 1625,229

Koefisien variabel *Company Growth* sebesar 32,204. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan *Company Growth* sebesar satu satuan maka *Firm value* juga mengalami peningkatan sebesar 32,204 dengan asumsi bahwa faktor lainnya adalah konstan atau tetap

Koefisien variabel *Company Size* sebesar 57,864. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan *Company Size* sebesar satu satuan maka *Firm value* juga mengalami peningkatan sebesar 57,864 dengan asumsi bahwa faktor lainnya adalah konstan atau tetap

Koefisien variabel *Price Earning Ratio* sebesar 0,054. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan *Price Earning Ratio* sebesar satu satuan maka *Firm value* juga mengalami peningkatan sebesar 0,054 dengan asumsi bahwa faktor lainnya adalah konstan atau tetap

Koefisien variabel *Kebijakan Account Payable* sebesar 3,983. Hal ini berarti jika terjadi peningkatan *Kebijakan Account Payable* sebesar satu satuan maka *Firm value* juga mengalami peningkatan sebesar 3,983 dengan asumsi bahwa faktor lainnya adalah konstan atau tetap

# Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,833 <sup>a</sup>	0,840	0,895	135,6743 <sup>2</sup>	1,941

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Account Payable , Company Size , Price Earning Ratio , Company Growth  
b. Dependent Variable: Firm Value

Pada table diatas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R adalah 0,833 atau mendekati 1. Artinya terdapat hubungan (korelasi) yang **kuat** antara variabel bebas yang meliputi *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan *Kebijakan Account Payable* terhadap *Firm value*.

Adapun analisis determinasi berganda, dari tabel diatas diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukan oleh nilai R square adalah 0,840 maka koefisien determinasi berganda  $0,840 \times 100\% = 84\%$  dan sisanya  $100\% - 84\% = 16\%$ . Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan *Kebijakan Account Payable* sebesar 84%. Sedangkan sisanya sebesar 16% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

# Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1625,229	342,310		4,748	0,000
	Company Growth	32,204	59,901	-0,065	2,538	0,003
	Company Size	57,864	11,775	0,570	4,914	0,000
	Price Earning Ratio	0,054	0,060	0,106	2,906	0,009
	Kebijakan Account Payable	3,983	5,457	-0,087	2,730	0,009

Pengujian pada hipotesa *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,003, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,003 < 0,05$ , sehingga **H1** yang menyatakan bahwa variabel *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* **diterima**

Pengujian pada hipotesa *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga **H1** yang menyatakan bahwa variabel *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* **diterima**

Pengujian pada hipotesa *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,009, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,009 < 0,05$ , sehingga **H1** yang menyatakan bahwa variabel *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* **diterima**

Pengujian pada hipotesa Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,009, lebih kecil dari 0,05. Karena tingkat signifikan  $0,009 < 0,05$ , sehingga **H1** yang menyatakan bahwa variabel Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* **diterima**

# Pembahasan

## *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

- Berdasarkan teori sinyal yang dikembangkan oleh (Artha, 2019) yang menyatakan bahwa para eksekutif perusahaan akan terdorong untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaan kepada calon investor, maka informasi yang andal mengenai penjualan setiap tahun sangat diperlukan pihak eksternal untuk mengetahui nilai perusahaan dan prospek masa depan perusahaan. Memberikan sinyal kepada pihak eksternal dengan menggunakan informasi keuangan yang andal merupakan salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi, karena informasi keuangan yang andal akan mengurangi ketidakpastian tentang propek masa depan perusahaan.

## *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

- Ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan di mana semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar juga nilai perusahaan dan jika ukuran perusahaan semakin kecil maka semakin kecil juga nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar lebih cenderung memiliki kondisi yang baik dan lebih stabil, kondisi inilah yang menyebabkan harga saham perusahaan naik di pasar modal

## *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

- *Price earning ratio* menjadi salah satu rasio favorit yang cukup mudah untuk digunakan oleh calon investor maupun investor itu sendiri. Akibat *price earning ratio* bagi perusahaan akan memberikan indikator yang baik dalam penentuan *stock return* di masa yang akan datang, tingginya harga per lembar saham perusahaan akan mengikuti nilai *price earning ratio*. Keadaan seperti ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tersebut bagus, sehingga dapat dikatakan bahwa saham perusahaan tersebut *blue chip* di pasar modal.

## Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

- Menurut teori agensi, manajer dianggap tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Untuk itu perlu adanya mekanisme agar manajer mau bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Salah satu mekanismenya adalah dengan menambah porsi hutang. Apabila perusahaan menggunakan modal pinjaman (hutang), berarti perusahaan telah melakukan leverage. Financial leverage dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menggunakan sumber dana pinjaman yang mempunyai beban tetap untuk memperbesar tingkat penghasilan bagi pemegang saham

# PENUTUP

Simpulan

*Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

*Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

*Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*.

Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

# Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel independen dan 1 variabel dependen dan variabel yang berpengaruh 84%, penelitian ini hanya mengambil 3 periode saja dari tahun 2020-2022, penelitian ini hanya menggunakan objek 1 negara yaitu Indonesia, dan hanya menguji hubungan variabel independen terhadap variabel dependen

# Saran

Adapun saran yang dapat di berikan oleh peneliti yaitu penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan menggunakan variabel independen lain yang mungkin mempengaruhi *Firm Value*, misalkan: *Current Ratio*, Profitabilitas, Struktur Modal, Keputusan *Finansial*, *Investment Opportunity Set*, Keputusan Pendanaan, kebijakan dividen dan lain sebagainya. Memperpanjang periode penelitian sehingga dapat melihat kecenderungan yang terjadi dalam jangka panjang sehingga menggambarkan kondisi yang sesungguhnya terjadi. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan objek lebih dari 1 negara. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel moderasi maupun mediasi

