

The Effect Of Company Growth, Company Size, Price Earning Ratio, And Account Payable Policy On Firm Value In Food And Beverage Companies Listed On The Idx In The 2020-2022 Period [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]

Nur Maulidiyah Chasana ¹⁾, Nihlatul Qudus Sukma Nirwana ^{*,2)}

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: nihlaqsn@umsida.ac.id

Abstract *This study aims to determine the Influence of Company Growth, Company Size, Price Earning Ratio, and Account Payable Policy on Firm Value in Food and Beverage Companies Listed on the IDX for the 2020-2022 Period. This research is a type of quantitative research. The sampling method used is the purposive sampling method. The number of companies used as samples in this study is 19 Manufacturing Companies in the Food and Beverages Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020-2022 Period. The data source used is secondary data. The data analysis method used in this study is Multiple Linear Regression with SPSS version 27 data processing tools. The results of this study indicate that Company Growth Affects Firm Value. Company Size Affects Firm Value. Price Earning Ratio Affects Firm Value. Account Payable Policy Affects Firm Value.*

Keywords - *Company Growth; Company Size; Price Earning Ratio; Account Payable Policy; Firm Value*

Abstrak *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 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. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling. Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 19 Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan alat olah data SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 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.*

Kata Kunci - *Company Growth; Company Size; Price Earning Ratio; Kebijakan Account Payable ; Firm Value*

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bidang perekonomian di Indonesia sekarang semakin maju mengakibatkan banyaknya perusahaan saling bersaing. Karena hal tersebut agar setiap perusahaan melakukan usaha terbaik untuk bertahan dalam persaingan dunia bisnis pada setiap sektornya. Umumnya setiap perusahaan selalu menginginkan adanya peningkatan nilai perusahaan sehingga perusahaan bisa dikatakan lebih maju .

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 [1].

Tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. *Price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham [2]. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya [3].

Keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena melalui *price book value*, investor dapat memprediksi saham-saham yang *over value* data *undervalued* [4]. *Price book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

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. Analisis MNC Sekuritas Herditya Wicaksana menambahkan, sektor perdagangan dan aneka industri menorehkan penurunan terdalam karena adanya pandemi virus corona. Virus yang meluas secara global ini menimbulkan dampak sangat besar pada sektor perdagangan dan aneka industri, sebab mengganggu ekspor-impor. Terlebih lagi, industri yang memakai bahan baku impor juga mendapat tekanan dari pelemahan kurs rupiah. Untuk ke depannya, Chris memperkirakan nilai transaksi di BEI akan tetap rendah. Ada kemungkinan tetap rendah karena efek penurunan serta adanya beberapa reksadana yang bermasalah dihentikan oleh OJK [5].

Pada awal tahun 2020 seluruh penjuru dunia dihebohkan oleh kehadiran penyakit baru bernama Coronavirus Disease-2019 (Covid-19). Penyakit ini disebabkan oleh jenis virus korona yang baru ditemukan (*World Health Organization* (WHO)). Virus korona penyebab Covid-19 bersifat menular dan mematikan. Akibat tingkat penyebaran dan tingkat keparahannya yang mengkhawatirkan serta perkiraan akan terjadi peningkatan semakin tinggi lagi pada jumlah kasus, jumlah kematian, dan jumlah negara terdampak, WHO menetapkan Covid-19 sebagai pandemi global pada tanggal 11 Maret 2020. Sehubungan dengan rekomendasi dari WHO tersebut, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) diberlakukan di Indonesia melalui penetapan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 pada tanggal 31 Maret 2020. Penerapan PSBB salah satunya berdampak kepada operasional perusahaan karena menyebabkan penurunan, bahkan pemberhentian, aktivitas ekonomi perusahaan selama pandemi (Kementerian Ketenagakerjaan). Selain itu, Kemnaker turut melakukan survei untuk mengetahui implikasi dari pandemi terhadap perusahaan. Hasil survei menunjukkan bahwa 88% perusahaan di Indonesia terdampak pandemi yang mengakibatkan perusahaan umumnya dalam keadaan merugi. Hal ini disebabkan oleh adanya penurunan permintaan yang berakibat pada penurunan penjualan yang menyebabkan terjadinya penurunan produksi. Di sisi lain, pengaruh Covid-19 yang cenderung negatif juga terjadi di pasar modal. Hal ini dikarenakan investor menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi mengenai dampak yang ditimbulkan oleh Covid-19, baik secara fisik maupun finansial.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk meningkatkan *Firm Value*. Factor yang pertama yaitu *Company Growth*. Pertumbuhan penjualan mencerminkan terkait kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat maka akan mendorong peningkatan nilai perusahaan sehingga membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan [6]. Semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan [7].

Faktor kedua yaitu *Company Size*. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan [8]. Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki oleh

perusahaan. Perusahaan dengan total aktiva besar dapat disebut sebagai perusahaan besar, perusahaan besar lebih berhati-hati dengan pembuatan laporan keuangan dikarenakan perusahaan banyak diperhatikan dan dijadikan objek pengawasan oleh pemerintah dan masyarakat, sehingga memengaruhi laporan yang lebih akurat. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan mendapatkan sumber dana baik dari internal maupun eksternal. Perusahaan yang lebih besar kemungkinan mendapat pinjaman dalam jumlah besar dibandingkan dengan perusahaan kecil karena nilai aktiva yang dijadikan jaminan lebih besar, sehingga tingkat kepercayaan bank akan lebih tinggi.

Faktor yang ketiga yaitu *Price Earning Ratio*. PER menunjukkan seberapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari *earnings* [9]. PER menjadi salah satu kekuatan bagi perusahaan untuk dapat menghasilkan laba dimasa mendatang (*future earning power*). Perusahaan yang mempunyai kecepatan pertumbuhan yang besar biasanya tingkat PER-nya juga tinggi, namun sebaliknya jika perusahaan memiliki PER yang rendah maka perusahaan tersebut mengalami resiko [10]. *Price earning ratio* menunjukkan besarnya harga pada setiap angka rupiah pada suatu perusahaan. Jika dilihat PER pada perusahaan merupakan sebuah ukuran relative pada setiap perusahaan. Jika pada perusahaan rasio PER nya yang lebih tinggi menunjukkan bahwa pasar bersedia membayar lebih terhadap pendapatan atau laba suatu perusahaan, serta memiliki harapan yang tinggi terhadap masa depan perusahaan tersebut sehingga bersedia untuk menghargainya dengan harga yang lebih tinggi. Pengaruh PER terhadap nilai perusahaan dapat dikatakan bahwa semakin tinggi PER maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Faktor yang keempat yaitu Kebijakan *Account Payable*. Penggunaan hutang sangat sensitive pengaruhnya terhadap perubahan naik turunnya nilai perusahaan. Penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan jika perusahaan memperoleh pendapatan atas aset lebih banyak daripada tingkat bunga yang dibayarkan untuk hutang [2]. Namun, hutang membuat perusahaan lebih berisiko dibandingkan jika perusahaan dibiayai hanya dengan modal sendiri.

Penggunaan hutang yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan berisiko besar, sedangkan penggunaan hutang yang rendah akan menunjukkan investasi yang dilakukan berisiko kecil. Namun, manajer dapat menggunakan hutang sebagai sinyal yang lebih terpercaya (*credible*) bagi para investor, karena perusahaan yang meningkatkan hutang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga, penggunaan hutang merupakan tanda atau sinyal positif [11]. Menurut *Trade-off Theory*, penggunaan hutang dapat memberikan manfaat perlindungan pajak, dimana bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan terlebih dahulu sehingga mengakibatkan perusahaan memperoleh keringanan pajak. Penggunaan hutang tersebut diharapkan perusahaan akan mendapat respon positif oleh pihak luar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Sudah banyak penelitian yang meneliti tentang *Firm Value* di Indonesia diantaranya Penelitian [12] menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan *price earning ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *earning per share* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan kinerja keuangan, *earning pershare*, *price earning ratio* dan *current ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian [7] menunjukkan bahwa profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya penggunaan struktur modal secara seimbang untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian [6] menunjukkan bahwa likuiditas dan profitabilitas mempunyai hubungan positif berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan modal struktur berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian [13] menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel kebijakan dividen, set peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif berpengaruh pada nilai perusahaan.

Penelitian [5] menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan, solvabilitas, investasi keputusan dan kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian [14] menunjukkan bahwa variabel leverage, *working capital turnover* secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen, dan *price earning ratio* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Penelitian [15] menunjukkan bahwa *price earning ratio*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal memperlemah hubungan antara *price earning ratio*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian [16] menunjukkan bahwa secara parsial ketiganya variabel independen yaitu struktur modal, perputaran modal kerja dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sekaligus Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan

terhadap Nilai Perusahaan. Nilai R square yang disesuaikan adalah 32,15% Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor properti dan real estate yang terdaftar di Indonesia Bursa Efek dapat dijelaskan dengan Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja dan Ukuran Perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 67,85% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian [17] menunjukkan bahwa hanya satu variabel yaitu Profitabilitas (ROE), berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sekaligus, nilai perusahaan (PBV) dipengaruhi oleh profitabilitas (ROE), leverage (DER), ukuran perusahaan (SIZE), likuiditas (*Current Ratio*), dan pertumbuhan perusahaan (GROWTH) sebesar 98%.

Penelitian [18] menunjukkan bahwa Kebijakan deviden berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Kebijakan hutang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perlu dilakukan adanya penelitian lanjutan yang berguna untuk mengetahui hasil temuan yang jika diterapkan pada kondisi lingkungan dan waktu yang berbeda, karena dalam fenomena di atas dan juga penelitian terdahulu masih menghasilkan temuan yang tidak konsisten. Maka dari itu dalam penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *Firm Value* dengan menggunakan periode waktu dan obyek yang berbeda dari penelitian sebelumnya, sehingga akan memberikan hasil penelitian yang berbeda pula dengan penelitian terdahulu.

Tujuan penelitian ini untuk mengkaji 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. Perlu dilakukan adanya penelitian lanjutan untuk melengkapi penelitian terdahulu mengenai *Firm value* yang pernah dilakukan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan variabel *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, Kebijakan *Account Payable* dan *Firm value*.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya pada populasi, waktu dan sampel yang digunakan yaitu Pada Perusahaan *Food And Beverages* Yang Terdaftar Di BEI Periode 2020-2022. Alasan memilih Perusahaan *Food And Beverages* yaitu karena saham tersebut merupakan saham-saham yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi, di bandingkan dengan sektor lain, karena dalam setiap situasi apapun baik kondisi saat krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap di butuhkan. Sebab produk ini merupakan kebutuhan dasar untuk masyarakat di seluruh Indonesia. *Food and beverages* merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap *food and beverages* pun terus meningkat. Masih banyak perusahaan *food and beverages* yang ekspansi, seperti memperluas pabrik, dan mencari pangsa pasar yang baru. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan *ready to eat* menyebabkan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru dibidang *food and beverages* ini. Sisi daya tahan, perusahaan *food and beverages* ini dinilai paling kuat, saham-saham makanan juga masih menarik dan cenderung likuid jika dibandingkan sektor lainnya. Selanjutnya alasan memilih tahun 2020-2022 dikarenakan tahun tersebut merupakan tiga tahun terbaru dalam pelaporan keuangan perusahaan. Dari uraian latar belakang diatas, peneliti mengambil judul **“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”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* ?
2. Apakah *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* ?
3. Apakah *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* ?
4. Apakah Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*?

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan data sekunder sebagai sumber data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan tahunan pada perusahaan *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022. Penelitian ini menganalisa dan menjelaskan Pengaruh *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan Kebijakan *Account Payable* terhadap *Firm Value*.

Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif serta menggunakan pengujian hipotesis untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Sebagai langkah awal peneliti mencari acuan studi literature dari jurnal, artikel, maupun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel pengaruh *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan Kebijakan *Account Payable* terhadap *Firm value*. Tahap kedua dan selanjutnya peneliti menetapkan rumusan masalah, menentukan hipotesis dan data-data

yang akan diperlukan. Pengumpulan data berasal dari data sekunder berupa data historis yang diperoleh dari berbagai sumber melalui media perantara. Data sekunder tersebut meliputi buku referensi, literature, laporan keuangan dan informasi *Firm value*.

Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini tidak terdapat informasi tempat penelitian, karena peneliti menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dari BEI.

Definisi Operasional, Identifikasi Variabel dan Indikator Variabel

a. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan semua variabel dan istilah yang akan digunakan dalam penelitian secara operasional sehingga akhirnya mempermudah pembaca dalam mengartikan makna penelitian.

Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1) Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen (terikat) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Firm Value*. Nilai perusahaan merupakan persepsi dari investor akan suatu perusahaan yang sering kali di kaitkan dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi menunjukkan nilai perusahaan tersebut juga tinggi. Nilai perusahaan juga terkait dengan bagaimana cara pengelolaan bisnis perusahaan, kebijakan, etika bisnis, dan kondisi lingkungan kerja perusahaan. Nilai perusahaan dapat diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio yang membandingkan antara harga pasar per saham dengan nilai buku per lembar saham, dimana nilai bukunya dapat dihitung dengan membandingkan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham perusahaan yang beredar [2].

Semakin tinggi rasio *Price to Book Value* (PBV), maka semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham dan semakin besar rasio PBV nya, semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor. Rumus *Price to Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut [2]:

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

2) Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan Kebijakan *Account Payable*.

1) *Company Growth*

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator dari keberhasilan periode investasi sebelumnya dan dapat dijadikan sebagai prediksi dimasa mendatang. Perusahaan dapat memprediksi seberapa besar *profit* yang akan didapatkan dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan jika terjadi peningkatan aktivitas yang konsisten selama operasinya. Pertumbuhan penjualan dari sudut pandangan investor menunjukkan sinyal positif dimana perusahaan mampu meningkatkan keuntungan melalui penjualannya dan dapat berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan pada masa yang akan datang [6]. *Sales growth* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur dan menilai pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun. Dengan demikian penelitian ini diukur menggunakan rumus berikut :

$$\text{Net Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Sales } t-1} \times 100\%$$

Sumber : [19]

Keterangan *Net Sales t* = Penjualan bersih di tahun sekarang

Net Sales t-1 = Penjualan bersih di tahun sebelumnya

2) *Company Size*

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan mentrasformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural, karena ukuran perusahaan yang diproksikan dengan menggunakan *Log Natural Total Asset* bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Jumlah aset yang bernilai ratusan miliar bahkan triliun dapat disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya dengan menggunakan log natural. Rumus untuk mengukur ukuran perusahaan yaitu [20]:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Asset}$$

3) *Price Earning Ratio*

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang menggambarkan harga saham sebuah perusahaan dibandingkan dengan keuntungan atau laba yang dihasilkan perusahaan tersebut (EPS). Rumus untuk menghitung PER adalah sebagai berikut [12]:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga penutupan saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

4) *Kebijakan Account Payable*

Kebijakan hutang merupakan kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal perusahaan. Kebijakan ini menggambarkan hutang jangka panjang yang dimiliki oleh perusahaan untuk membiayai operasional perusahaan. Penentuan kebijakan hutang ini berkaitan dengan struktur modal perusahaan karena hutang merupakan salah satu komposisi untuk mencapai struktur modal yang optimal.

Pada penelitian kali ini proksi yang digunakan untuk mengukur kebijakan hutang adalah dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER). Rasio ini akan memproyeksikan hasil dari total hutang perusahaan yang ditopang menggunakan total ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Penggunaan *debt to equity ratio* (DER) salah satunya karena *debt to equity ratio* merupakan rasio keuangan yang lebih sering digunakan para investor untuk mengetahui tingkat hutang perusahaan dibandingkan dengan indikator yang lain. Selain hal itu, pemilihan *debt to equity ratio* (DER) sebagai proksi kebijakan hutang dalam penelitian ini juga berdasarkan pada pemakaian proksi yang sebagian besar dilakukan penelitian terdahulu untuk memproyeksikan kebijakan hutang perusahaan. Rumus untuk menghitung *Debt To Equity Ratio* adalah sebagai berikut [21]:

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

b. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan dari Perusahaan *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022. Dari data-data yang sudah terkumpul akan dapat dibagi menjadi variabel independen dan variabel dependen. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel untuk kemudian dijadikan sebagai tolak ukur pengumpulan data.

c. Indikator Variabel

Tabel 1. 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 [19]	<i>Net Sales Growth Ratio</i> = $\frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Sales } t-1} \times 100\%$	Rasio	[19]; [22]; [4]; [23]; [24]; [25]
2	<i>Company Size</i> yaitu Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan [20].	Ukuran Perusahaan = <i>Ln Total Asset</i>	Rasio	[20]; [26]; [27]; [28]; [29]
3	<i>Price Earning Ratio</i> (PER) adalah rasio yang menggambarkan harga saham sebuah perusahaan dibandingkan dengan keuntungan atau laba yang dihasilkan	<i>Price Earning Ratio</i> = $\frac{\text{Harga penutupan saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$	Rasio	[12]; [30]; [31]; [15]; [14]; [32]

perusahaan tersebut (EPS) [12].

4	Kebijakan <i>Account Payable</i> yaitu Kebijakan hutang merupakan kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal perusahaan [21].	$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$	Rasio	[21];[33];[34];[35]
5	Firm Value yaitu Nilai perusahaan merupakan persepsi dari investor akan suatu perusahaan yang sering kali di kaitkan dengan harga sahamnya [2].	$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$	Rasio	[2];[36];[37];[33]

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk diteliti dan dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan [38]. Dalam penelitian ini data populasi yang digunakan adalah Perusahaan *Food And Beverages*. Periode pengamatan yang dilakukan dari periode 2020-2022. Jumlah Perusahaan *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2020-2022 berjumlah 40 perusahaan.

b. Sampel

Sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian [39]. Perusahaan yang menjadi sampel dari penelitian ini dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu atau karakteristik tertentu.

Kriteria dari pemilihan sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan *Food And Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2022.
2. Menyajikan laporan keuangan lengkap pada periode tahun 2020-2022
3. Perusahaan yang tidak *suspend* pada tahun penelitian

Ada 19 perusahaan yang digunakan sampel , sebagai berikut :

Tabel 2. Kriteria penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan Manufaktur Sektor <i>Food & Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo periode tahun 2020-2022	40
2.	Menyajikan laporan keuangan lengkap pada periode tahun 2020-2022	(18)
3.	Perusahaan yang tidak <i>suspend</i> pada tahun penelitian	(3)
4	Jumlah perusahaan yang diteliti	19
5	Jumlah observasi 19 x 3 tahun (2020-2022)	57

Dari kriteria yang telah ditetapkan diatas, maka ditentukan daftar perusahaan yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Daftar Sampel Penelitian

No.	Nama Perusahaan	Kode
1	PT. Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
2	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
3	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
4	PT Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
5	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA
6	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
7	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI
8	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
9	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
10	PT. <i>Multi Bintang Indonesia</i> Tbk	MLBI
11	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
12	PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	PANI
13	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
14	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM
15	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
16	PT Siantar Top Tbk	STTP
17	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk	ULTJ
18	PT Tunas Baru Lampung Tbk	TBLA
19	PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk	BTEK

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, data kuantitatif adalah data penelitian yang berupa angka yang di analisis dengan menggunakan statistik. Data yang diperoleh dari penelitian ini juga berupa data kualitatif karena beberapa informasi menerangkan dalam bentuk uraian dimana data tersebut tidak dapat diwujudkan dalam bentuk angka melainkan penjelasan yang menggambarkan keadaan, pendapat, persepsi, dan diukur secara tidak langsung.

b. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data base pasar modal, di Galeri Bursa Efek Indonesia (BEI) Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo tahun 2020-2022 dan situs resmi BEI.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjelaskan mengenai bagaimana pengambilan data penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

- Metode Studi Dokumentasi yaitu metode yang dilakukan dengan cara mendapatkan data berupa laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2020-2022. Data tersebut bisa diperoleh di Bursa Efek Indonesia (BEI) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Metode Studi Pustaka yaitu pengumpulan data sebagai landasan teori serta penelitian terdahulu. Dalam hal ini data diperoleh dari jurnal, artikel, buku-buku, penelitian terdahulu, serta sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan.

Teknik Analisis

Analisis data penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif merupakan bentuk analisa data yang berupa angka-angka dan dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menganalisa suatu hipotesis. Analisa data kuantitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan, kemudian mengolahnya dan menyajikannya dalam bentuk tabel, grafik, dan output analisis lain yang digunakan untuk menarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Teknik analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda yang menjelaskan pengaruh antara variable terikat dengan beberapa variable bebas. Regresi Linear Berganda adalah regresi yang digunakan untuk menguji apakah profitabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya.

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.

1) Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk dapat menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel. Statistika deskriptif seperti mean, median, modus, presentil, desil, quartile berupa bentuk analisis angka maupun gambar/diagram. Dalam statistik deskriptif ini diolah pervariabel. Dalam penelitian ini, digunakan untuk mengetahui gambaran tentang *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, Kebijakan *Account Payable*, dan *Firm value*.

2) Uji Asumsi Klasik

Model Regresi Linear Berganda digunakan dalam pengujian hipotesis untuk dapat memenuhi uji asumsi klasik dalam penelitian yang dilakukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menghindari adanya estimasi yang bisa karena tidak semua data dapat menggunakan model regresi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian perlu dilakukan karena dalam menguji model regresi berganda apakah dalam penelitian tersebut variabel pengganggu atau nilai residualnya memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti yang telah diketahui bahwa uji *f* dan *t* mengasumsikan bahwa nilai residualnya mengikuti distribusi normal atau tidak, apabila dalam penelitian yang dilakukan melanggar asumsi tersebut, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang rendah. Uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah juga dapat untuk menguji uji normalitas data. Menilai nilai signifikansi dalam penelitian harus dapat mengambil kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data telah mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika signifikannya $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikannya $< 0,05$ maka variabel tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan jika dalam penelitian dengan model regresi yang dilakukan terjadi korelasi antar variabel bebas (*independen*). Dalam penelitian tidak terjadi korelasi di antara variabel independen merupakan model regresi yang baik. Karena jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol disebut dengan variabel ortogonal [40]. Metode yang digunakan untuk menguji adanya multikolinieritas ini dapat dilihat dari *nilai tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas yang ditentukan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas atau tidak dari *nilai tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

c. Uji Heterokedasitas

Heterokedasitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* antara residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* antara residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat diartikan dengan homokedasitas dan jika berbeda diartikan dengan heterokedasitas. Model regresi yang baik yaitu yang homokedasitas atau yang tidak terjadi heterokedasitas [40].

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedasitas pada penelitian ini, maka penelitian ini diuji dengan cara melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen (*ZPRED*) dan dengan residualnya (*SRESID*). Dasar analisis yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya heterokedasitas adalah sebagai berikut:

1. Jika dalam pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu secara teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka menandakan telah terjadinya heterokedasitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta terdapat titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 yang ada pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedasitas.

Pengujian heterokedasitas dilakukan untuk merespon variabel X sebagai variabel independen dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependen. Apabila hasil uji diatas level signifikan ($r > 0,05$) maka tidak terjadi heterokedasitas, sedangkan jika dibawah level signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heterokedasitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi berganda dalam penelitian yang dilakukan terdapat korelasi antara residual pada periode *t* dengan residual pada periode *t-1* atau sebelumnya. Apabila telah terjadi korelasi, maka dapat dinyatakan dengan adanya problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena disebabkan adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu dengan yang lainnya. Masalah ini timbul dikarenakan residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas antara satu observasi dengan observasi yang lainnya. Hal ini juga sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena adanya “gangguan” pada seseorang individu/kelompok yang cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya. Dalam penelitian model regresi yang bebas dari autokorelasi, merupakan model regresi yang baik. Salah satu cara untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson. Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi:

1. Nilai DW $< 1,10$: ada autokorelasi
2. Nilai DW antara 1,10 s.d 1,54 : tanpa kesimpulan

3. Nilai DW antara 1,55 s.d 2,46 : tidak ada autokorelasi

4. Nilai DW antara 2,46 s.d 2,90 : tanpa kesimpulan
5. Nilai DW > 2,91 : ada autokorelasi

e. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Uji Linearitas yang digunakan dalam penelitian adalah uji lagrange multiplier. Estimasi dengan uji ini bertujuan untuk mendapatkan nilai χ^2 hitung atau $(n \times r^2)$. Data dikatakan linear jika nilai sig > 0,05.

3) Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi yang menjadi perhatian adalah besarnya nilai R hasil dari SPSS 27. Jika besarnya nilai R mendekati angka 1 berarti variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen. Begitu pula sebaliknya, jika besarnya nilai R jauh dari angka 1 berarti pengaruh variabel independennya masih lemah terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) yaitu koefisien yang menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Presentase tersebut menunjukkan tentang seberapa besar variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependennya. Semakin tinggi koefisien determinasinya atau nilai R^2 semakin mendekati 100% maka semakin baik variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Hal ini, persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependennya.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan hubungan linear antara 2 (dua) atau lebih variabel prediktor (*independen*) dan satu variabel respon (*dependen*). Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linear berganda antar variabel saja, sedangkan analisis yang digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan linear seberapa (pengaruh) antara variabel adalah analisis regresi. Penelitian ini menggunakan hipotesis dengan analisis linear berganda. Dimana terdapat 4 variabel independen dan 1 variabel dependen. Yaitu: *Company Growth* (X_1), *Company Size* (X_2), *Price Earning Ratio* (X_3), dan *Kebijakan Account Payable* (X_4) sebagai variabel independen, serta satu variabel dependen yaitu *Firm value* (Y_1). Dimana model yang akan digunakan yaitu sebagai berikut:

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

Dimana :

Y	: <i>Firm value</i> (Y_1)
α	: Konstanta
β	: Koefisien regresi dari variabel independen X_1, X_2, X_3, X_4
X_1	: <i>Company Growth</i>
X_2	: <i>Company Size</i>
X_3	: <i>Price Earning Ratio</i>
X_4	: <i>Kebijakan Account Payable</i>
e	: Variabel Pengganggu Atau <i>Error</i>

4. Uji t (Uji parsial)

Uji statistik t pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen [41]. Uji ini dilakukan untuk melihat nilai t_{hitung} dan nilai signifikan t setiap variabel pada output hasil regresi menggunakan SPSS 27 dengan *significance* ($\alpha = 5\%$).

- 1) Jika signifikansi > 0,05, maka hipotesis tersebut ditolak (koefisien regresi tidak signifikan) yang berarti dengan secara individual variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikan < 0,05, maka hipotesis tersebut diterima (koefisien regresi signifikan) yang berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dan Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Uji *statistic deskriptif* bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi dari suatu data yang dilihat dari jumlah sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Adapun hasil olahan *statistic deskriptif* data yang menjadi variabel

penelitian dengan menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 27 ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Descriptive Statistics

	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				

Berdasarkan hasil perhitungan pada table 4. tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengamatan dalam penelitian ini ada 19 perusahaan Makanan dan Minuman yang menjadi sample dimana 19 perusahaan tersebut dikalikan periode tahun pengamatan (3 tahun), sehingga observasi dalam penelitian ini sebanyak 57 observasi ($19 \times 3 = 57$) Berdasarkan perolehan data diketahui hasil sebagai berikut :

1. *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.

2. *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.

3. *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.

4. *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.

5. *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 asumsi klasik merupakan tahapan pertama sebelum dilakukan perhitungan regresi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji normalitas data, pada penelitian ini menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov. Menilai nilai signifikansi dalam penelitian harus dapat mengambil kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data telah mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika signifikannya $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikannya $< 0,05$ maka variabel tidak terdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

		Company Growth	Company Size
N		57	57
Normal Parameters ^{a,b}	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)^c		0,700	0,265
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	0,000	0,003
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,000
		Upper Bound	0,000

		Price Earning Ratio	Kebijakan Account Payable
N		57	57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	94,1893	1,3565
	Std. Deviation	313,75456	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)^c		0,872	0,229
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	0,000	0,000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,000
		Upper Bound	0,000

		Firm Value	
N			57
Normal Parameters ^{a,b}	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)^c			0,913
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	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 di lanjutkan ke pengujian selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel Independent. Cara melihat ada atau tidaknya multikolinieritas didalam suatu model yaitu dapat dilihat pada nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur tingkat variabilitas variabel Independent yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel Independent lainnya. Nilai cutoff tolerance yang umum digunakan adalah > 10 dan $VIP < 10$. Jika terjadi hal demikian, berarti tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

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.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi, jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Deteksi adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan dengan melihat nilai dari statistic Durbin Watson (dW). Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai DW < 1,10; ada autokorelasi
2. Nilai DW antara 1,10 s/d 1,54; tanpa kesimpulan
3. **Nilai DW antara 1,55 s/d 2,46; tidak ada autokorelasi**
4. Nilai DW antara 2,47 s/d 2,90 ; tanpa kesimpulan
5. Nilai DW > 2,91 ; ada autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,833 ^a	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.

d. Uji Linearitas

Hasil uji linearitas dapat ditunjukkan pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Linearitas

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

Berdasarkan Tabel 7 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.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam rangka menguji Pengaruh *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan Kebijakan *Account Payable* terhadap *Firm value*, maka digunakan analisis regresi berganda. Perhitungan dilaksanakan dengan program SPSS versi 27 dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

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

a. Dependent Variable: Firm Value

Pada table tersebut mengenai hasil pengolahan SPSS, maka dapat dibuat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan bahwa :

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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 factor lainnya adalah konstan atau tetap.
5. 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 factor lainnya adalah konstan atau tetap.

Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji (R^2) digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun analisis determinasi berganda adalah alat analisis untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel bebas secara simultan (serempak) terhadap naik turunnya variabel terikat. Hasil penghitungan SPSS mengenai analisisnya ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

Tabel 9. Hasil Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,833^a	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

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 ditunjukkan 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.

b. Uji t (Uji parsial)

Pada uji hipotesis ini menggunakan uji t dipergunakan untuk mengukur tingkat pengaruh signifikansi secara parsial antara variabel independen yang meliputi *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan Kebijakan *Account Payable* terhadap *Firm value* pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2020-2022. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independent tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independent tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil perhitungan SPSS versi 27 mengenai analisis uji t (uji parsial) ditunjukkan oleh table dibawah ini :

Tabel 10 Hasil Uji Parsial (Uji t)

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

a. Dependent Variable: Firm Value

1. 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**.
2. 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**.
3. 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**.
4. 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**.

Table 11 Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Uraian	Hasil	Keterangan
1	H1 = <i>Company Growth</i> Berpengaruh Terhadap <i>Firm Value</i>	Diterima	0,003 < 0,05
2	H2 = <i>Company Size</i> Berpengaruh Terhadap <i>Firm Value</i>	Diterima	0,000 < 0,05
3	H3 = <i>Price Earning Ratio</i> Berpengaruh Terhadap <i>Firm Value</i>	Diterima	0,009 < 0,05
4	H4 = <i>Kebijakan Account Payable</i> Berpengaruh Terhadap <i>Firm Value</i>	Diterima	0,009 < 0,05

Pembahasan

1. *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*. Berdasarkan hasil dari pengujian dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi jumlah *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* maka semakin tinggi *Firm Value* pada perusahaan *Food And Beverages* di Bursa Efek Indonesia.

Pertumbuhan perusahaan bisa mempengaruhi langsung saat terjadinya hubungan positif yang direspon oleh investor, hal tersebut mengindikasikan bahwasanya investor dapat mempengaruhi secara positif terhadap kenaikan harga saham. Pertumbuhan bisnis merupakan indikator keberhasilannya dalam menghadapi dinamika pasar dan ekonomi. Apabila perusahaan mampu menghasilkan keuntungan, maka pertumbuhan bisnisnya dapat dikategorikan sebagai positif, karena perusahaan tersebut dianggap berhasil untuk mendapatkan keuntungan yang lebih baik dari tahun ke tahun. Selain meningkatkan nilai aktiva perusahaan, pertumbuhan yang pesat juga berkontribusi pada peningkatan biaya yang terkait dengan menjalankan operasional bisnis. Melakukan investasi dalam peralatan baru membantu menjamin kelancaran kegiatan sehari-hari bisnis.

Evaluasi nilai aset perusahaan dapat menjadi petunjuk yang positif terhadap keberhasilan di masa depan. Di mana semakin tinggi estimasi nilai asetnya, semakin besar peluang untuk meraih keuntungan dari segmen bisnis yang ada saat ini, akibatnya perusahaan akan semakin berkembang dan mendapatkan nilai yang tinggi atau baik. Berdasarkan teori sinyal yang dikembangkan oleh [42] 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.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh ([43];[17];[18];[44];[45]) yang menunjukkan bahwa *Company Growth* berpengaruh terhadap *Firm Value*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan ([7];[6]; [46];[47];[48]) oleh yang menunjukkan bahwa *Company Growth* tidak berpengaruh terhadap *Firm Value*.

2. *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*. Berdasarkan hasil dari pengujian dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi jumlah *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* maka semakin tinggi *Firm Value* pada perusahaan *Food And Beverages* di Bursa Efek Indonesia.

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.

Hal ini sejalan dengan teori bahwa besarnya perusahaan akan membuat perusahaan semakin mudah mendapatkan sumber pendanaan, yang kemudian digunakan oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang semakin besar, maka akan semakin mudah memperoleh pendanaan untuk operasionalnya. Semakin banyak dana yang diperoleh akan semakin baik dan akan memberikan dukungan secara maksimal bagi operasional perusahaan sehingga meningkatkan harga saham perusahaan. Besarnya perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang tinggi menunjukkan peluang pasar yang bagus. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi earning perusahaan, dan earning perusahaan yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus dimasa yang akan datang, prospek bagus tersebut akan direspon positif oleh investor, respon positif oleh investor tersebut akan meningkatkan harga saham untuk selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh ([7];[46];[37];[49];[15];[16];[50];[17];[51];[35];[44]) yang menunjukkan bahwa *Company Size* berpengaruh terhadap *Firm Value*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh ([6];[52];[53];[32]) yang menunjukkan bahwa *Company Size* tidak berpengaruh terhadap *Firm Value*.

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

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*. Berdasarkan hasil dari pengujian dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi jumlah *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* maka semakin tinggi *Firm Value* pada perusahaan *Food And Beverages* di Bursa Efek Indonesia.

Price earning ratio merupakan proksi dalam Keputusan investasi , dimana salah satu fungsi manajemen keuangan yaitu menyangkut pengalokasi dana baik dana yang bersumber dari dalam maupun luar perusahaan pada berbagai bentuk keputusan investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biaya dana dimasa yang akan datang.

Keputusan investasi berhubungan langsung dengan perusahaan, dalam artian bahwa keputusan investasi erat kaitannya dengan kegiatan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Setiap penggunaan dana (investasi) dimaksudkan untuk meningkatkan kemakmuran pemodal. Apabila investasi dilakukan untuk jangka panjang, maka konsep nilai waktu uang menjadi penting untuk diperhatikan. Tugas manajer keuangan yang dilakukan secara rutin adalah bagaimana mengatur aliran dana agar operasi perusahaan berjalan dengan baik. Di samping tugas rutin tersebut, manajer keuangan mempunyai tugas yang cukup berat yaitu membuat keputusan investasi. Keputusan ini sangat penting dengan semakin besarnya dan berkembangnya perusahaan. Semakin perusahaan berkembang, maka manajemen dituntut mengambil keputusan investasi, seperti pembukaan cabang, perluasan usaha, maupun pendirian perusahaan lainnya.

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.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori sinyal bahwa pengeluaran investasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan memberikan sinyal positif khususnya kepada investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan di masa datang. Hal tersebut dikarenakan apabila suatu perusahaan mengalokasikan sumber dananya pada total aset yang dimiliki, diharapkan akan menghasilkan return yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya modal yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan meningkatnya return saham akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Semakin besar investasi yang dilakukan oleh perusahaan maka, semakin besar pula kesempatan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh ([14];[15];[54];[53]) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap *Firm Value*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh ([32];[55]) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Firm Value*.

4. Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*. Berdasarkan hasil dari pengujian dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi jumlah Kebijakan *Account Payable* Berpengaruh Terhadap *Firm Value* maka semakin tinggi *Firm Value* pada perusahaan *Food And Beverages* di Bursa Efek Indonesia.

Salah satu dari sekian banyak masalah keuangan yang dihadapi oleh suatu perusahaan yakni masalah pendanaan atau pembiayaan. Hutang merupakan salah satu bentuk pendanaan yang dilakukan oleh perusahaan yang bersumber dari pendanaan eksternal perusahaan. Menambah hutang dapat mengurangi masalah agensi karena dua alasan. Pertama, dengan meningkatnya hutang maka akan semakin kecil porsi saham yang harus dijual perusahaan. Semakin kecil nilai saham yang beredar maka semakin kecil masalah agensi yang timbul antara manajer dan pemegang saham. Kedua, dengan semakin besar hutang perusahaan maka semakin kecil dana menganggur (*free cash flow*) karena digunakan untuk membayar angsuran dan beban bunga atas hutang tersebut, sehingga dapat menghindarkan penggunaan *free cash flow* yang kemungkinan dipakai manajer untuk pengeluaran-pengeluaran yang kurang memberikan manfaat bagi perusahaan. Secara tidak langsung kondisi tersebut dapat mengurangi biaya agensi yang dilakukan untuk mengawasi tindakan manajemen perusahaan atas penggunaan dana internal yang ada pada perusahaan.

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.

Penggunaan leverage dikatakan menguntungkan apabila pendapatan dari investasi lebih besar daripada beban tetap yang harus ditanggung oleh perusahaan. Sebaliknya, penggunaan leverage dikatakan merugikan apabila pendapatan yang diterima dari hasil investasi lebih kecil daripada beban tetap yang harus ditanggung perusahaan. Hal tersebut selaras dengan konsep yang diusung oleh *trade-off theory* yang menjelaskan bahwa penggunaan hutang yang optimal oleh perusahaan yaitu dengan memperhatikan keseimbangan antara manfaat pajak dan biaya kebangkutan akibat hutang yang dimiliki perusahaan akan cenderung meningkatkan nilai perusahaan. *Trade-off theory* menyebutkan bahwa penggunaan hutang oleh perusahaan diperkenankan selama memperoleh manfaat yang lebih besar dan penghematan beban pajak dari adanya penggunaan hutang. Namun, apabila penggunaan hutang mengandung pengorbanan akibat hutang telah lebih besar dibanding manfaat yang diperoleh, maka tambahan penggunaan hutang sudah tidak diperkenankan.

Reaksi pasar sebagai sinyal yang menilai optimisme perusahaan di masa yang akan datang akan cerah cenderung menarik investor dan berdampak pada meningkatnya permintaan akan saham perusahaan, sehingga harga saham perusahaan berangsur-angsur akan naik. Hal ini selaras dengan asumsi yang dibangun pada *signaling theory*. Naiknya harga saham tersebut mengindikasikan adanya apresiasi dan meningkatnya persepsi nilai perusahaan di mata investor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh ([56];[35];[45]) yang menunjukkan bahwa Kebijakan *Account Payable* berpengaruh terhadap *Firm Value*. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh ([52];[18];[48]) yang menunjukkan bahwa Kebijakan *Account Payable* tidak berpengaruh terhadap *Firm Value*.

V. KESIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini meneliti tentang Pengaruh *Company Growth*, *Company Size*, *Price Earning Ratio*, dan Kebijakan *Account Payable* terhadap *Firm value*. Analisis dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 27. Data sampel penelitian ini sebanyak 19 perusahaan *Food And Beverages* yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan pada bagian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. *Company Growth* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*. Pertumbuhan bisnis merupakan indikator keberhasilannya dalam menghadapi dinamika pasar dan ekonomi. Apabila perusahaan mampu menghasilkan keuntungan, maka pertumbuhan bisnisnya dapat dikategorikan sebagai positif, karena perusahaan tersebut dianggap berhasil untuk mendapatkan keuntungan yang lebih baik dari tahun ke tahun.

2. *Company Size* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*. Ukuran perusahaan yang tinggi menunjukkan peluang pasar yang bagus. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Meningkatnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi earning perusahaan, dan earning perusahaan yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang bagus dimasa yang akan datang, prospek bagus tersebut akan direspon positif oleh investor, respon positif oleh investor tersebut akan meningkatkan harga saham untuk selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan.
3. *Price Earning Ratio* Berpengaruh Terhadap *Firm Value*. *Price earning ratio* merupakan proksi dalam Keputusan investasi, dimana salah satu fungsi manajemen keuangan yaitu menyangkut pengalokasi dana baik dana yang bersumber dari dalam maupun luar perusahaan pada berbagai bentuk keputusan investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biaya dana dimasa yang akan datang.
4. 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.

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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian dalam penelitian ini tidak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari banyak pihak. Terima kasih ini ditujukan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Program Studi Manajemen sebagai tempat peneliti menimba ilmu sehingga sebagai modal dalam melakukan penelitian ini. Tidak lupa juga terima kasih pada pihak-pihak yang memberikan dukungan hingga terselesaikannya penelitian ini dengan baik.

REFERENSI

- [1] I. D. A. Nopiyanti And N. P. A. Darmayanti, "Pengaruh Per, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi," Vol. 5, No. 12, Pp. 7868–7898, 2016.
- [2] Brigham And E. Houston, "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Terjemahan. Edisi 10.," *Jakarta: Selemba Empat.*, 2018.
- [3] K. Asian, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)," *Skripsi*, Vol. 21, No. 1, Pp. 1–9, 2020, [Online]. Available: [Http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/Jkm/Article/View/2203%0ahttp://Mpoc.Org.My/Malaysian-Palm-Oil-Industry/](http://Journal.Um-Surabaya.Ac.Id/Index.Php/Jkm/Article/View/2203%0ahttp://Mpoc.Org.My/Malaysian-Palm-Oil-Industry/)
- [4] L. N. Addiningrum, "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan," *Skripsi*, Vol. 10, P. 6, 2021.
- [5] I. Hidayat And K. Khotimah, "Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia," *J. Ilm. Akunt. Kesatuan*, Vol. 10, No. 1, Pp. 1–8, 2022, Doi: 10.37641/Jiakes.V10i1.1175.
- [6] I. Ayu *Et Al.*, "Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2021," *Kumpul. Has. Ris. Mhs. Akunt.*, Vol. 5, No. 1, Pp. 13–23, 2023.
- [7] D. Hidayat Fahrul, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する 共分散構造分析title," Vol. V, No. 1, Pp. 31–41, 2023.
- [8] G. A. Pramaiswari And F. Fidiana, "Pengaruh Profitabilitas, Capital Intensity Dan Corporate Governance

- Terhadap Tax Avoidance,” *J. Ilm. Akunt. Dan Keuang.*, Vol. 1, No. 2, 2023, Doi: 10.24034/Jiaku.V1i2.5338.
- [9] J. Hartono, *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi (Edisi Sepuluh)*. 2019.
- [10] Munawir, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Keem. Yogyakarta: Liberty, 2020.
- [11] M. T. Cindy And L. Ardini, “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Lilis Ardini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, 2023.
- [12] D. O. Hutapea, E. W. Zebua, E. W. Zebua, And K. Hayati, “Pengaruh Kinerja Keuangan, Earning Per Share, Price Earning Ratio Dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan,” *Jambura Econ. Educ. J.*, Vol. 3, No. 2, Pp. 61–71, 2021, Doi: 10.37479/Jeej.V3i2.10452.
- [13] K. S. Ariyanti, N. L. G. Novitasari, And N. L. P. Widhiastuti, “Pengaruh Keputusan Finansial, Investment Opportunity Set, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *Kumpul. Has. Ris. Mahasiswa Akunt.*, Vol. 4, No. 1, Pp. 264–275, 2022.
- [14] H. Citra, L. Felicia, Y. Janlie, R. Rosniar, And Y. N. Malau, “Pengaruh Leverage, Working Capital Turnover, Kebijakan Dividen, Dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *Owner*, Vol. 4, No. 1, P. 81, 2020, Doi: 10.33395/Owner.V4i1.179.
- [15] S. D. Wansani And M. Mispriyanti, “Pengaruh Price Earning Ratio, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi,” *J. Ilm. Mhs. Manajemen, Bisnis Dan Akunt.*, Vol. 4, No. 2, Pp. 265–281, 2022, Doi: 10.32639/Jimmba.V4i2.95.
- [16] M. R. Setiawan, N. Susanti, And N. M. Nugraha, “Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *Owner*, Vol. 5, No. 1, Pp. 208–218, 2021, Doi: 10.33395/Owner.V5i1.383.
- [17] B. A. Santoso And I. Junaeni, “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *Owner*, Vol. 6, No. 2, Pp. 1597–1609, 2022, Doi: 10.33395/Owner.V6i2.795.
- [18] K. H. Marthen And T. Suwarti, “Pengaruh Kebijakan Deviden, Hutang, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia,” *J-Mas (Jurnal Manaj. Dan Sains)*, Vol. 8, No. 1, P. 181, 2023, Doi: 10.33087/Jmas.V8i1.948.
- [19] Kasmir, “Analisi Laporan Keuangan Jakarta Rajawali Persada,” *J. Bus. Bank.*, 2019, Doi: 10.14414/Jbb.V6i2.1299.
- [20] J. Jufrizen And I. N. Al Fatin, “Pengaruh Debt To Equity Ratio, Return On Equity, Return On Assets Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi,” *J. Hum. J. Ilmu Sos. Ekon. Dan Huk.*, Vol. 4, No. 1, Pp. 183–195, 2020, Doi: 10.30601/Humaniora.V4i1.677.
- [21] A. Fahlevi And M. R. Nazar, “Pengaruh Kebijakan Hutang, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, Vol. 7, No. 2, Pp. 698–713, 2023, Doi: 10.31955/Mea.V7i2.3059.
- [22] N. Pujianti, “Engaruh Likuiditas, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur,” *Skripsi*, Pp. 31–41, 2023.
- [23] R. A. Nurfauzan Aziz, “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Bisnis Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021),” Pp. 0–114, 2022.
- [24] K. Kurniawan, N. Bangun, H. Wijaya, And T. Rahardjo, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *Statera J. Akunt. Dan Keuang.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 1–15, 2019, Doi: 10.33510/Statera.2019.1.1.1-15.
- [25] I. G. N. S. Wijaya, “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening,” *Proc. Inst. Mech. Eng. Part J J. Eng. Tribol.*, Vol. 224, No. 11, Pp. 122–130, 2019.
- [26] F. I. Farizki And E. Masitoh, “Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Likuiditas , Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan,” *Ekon. J. Econ. Bus.*, Vol. 5, No. 1, Pp. 17–22, 2021, Doi: 10.33087/Ekonomis.V5i1.273.
- [27] N. P. I. Kartika Dewi And N. Abundanti, “Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi,” *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, Vol. 8, No. 5, P. 3028, 2019, Doi: 10.24843/Ejmunud.2019.V08.I05.P16.
- [28] A. Zulfa, L. Novietta, And M. K. S. Azhar, “Pengaruh Profitabilitias, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi,” *J. Ekon. Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digit. Dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. No. 4, Pp. 335–352, 2022, [Online]. Available: [Https://Journal.Sinergicendikia.Com/Index.Php/Inov](https://Journal.Sinergicendikia.Com/Index.Php/Inov)

- [29] R. Muharramah And M. Z. Hakim, "Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *Pros. Semin. Nas. Ekon. Dan Bisnis*, No. 2017, Pp. 569–576, 2021.
- [30] H. Setiono And T. R. Nugroho, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Price Earning Ratio (Per) Sebagai Salah Satu Kriteria Keputusan Investasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia," *Prive J. Ris. Akunt. Dan Keuang.*, Vol. 1, No. 2, Pp. 105–119, 2018.
- [31] Rusdania, "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Price Earning Ratio Pada Perusahaan Subsektor Perdagangan Ritel Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2020," 2021.
- [32] H. Aswat, E. Ardiansyah, U. T. Sumbawa, U. Perusahan, And D. Price, "Vol. 3 No. 1 (2023), Pp Copyright©2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uts Journal Of Accounting, Finance And Auditing," Vol. 3, No. 1, 2023.
- [33] D. Rudiyanto Hartono, S. Susanti, And A. Fauzi, "Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Keuangan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021," *Sinomika J. Publ. Ilm. Bid. Ekon. Dan Akunt.*, Vol. 1, No. 6, Pp. 1417–1432, 2023, Doi: 10.54443/Sinomika.V1i6.673.
- [34] I. K. Suardana, I. D. M. Endiana, And I. P. E. Arizona, "Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Kharisma*, Vol. 2, No. 2, Pp. 137–155, 2020, [Online]. Available: [Http://E-Journal.Unmas.Ac.Id/Index.Php/Kharisma/Article/View/975/845](http://E-Journal.Unmas.Ac.Id/Index.Php/Kharisma/Article/View/975/845)
- [35] J. Ecodemica, V. N. April, D. Hertina, M. Bayu, H. Hidayat, And D. Mustika, "Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas," Vol. 3, No. 1, 2019.
- [36] L. Agustina And D. Suryandari, "Financial Performance And Firm Value: Does Internet Financial Reporting Moderate The Relationship In Indonesian Manufacturing Companies?," *Ijasos- Int. E-Journal Adv. Soc. Sci.*, Vol. Iii, No. 7, Pp. 263–263, 2017, Doi: 10.18769/Ijasos.309685.
- [37] N. Ketut *Et Al.*, "Pengaruh Pertumbuhan Aset, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan," *Kumpul. Has. Ris. Mhs. Akunt.*, Vol. 5, No. 1, Pp. 145–157, 2023.
- [38] S. Hermawan And Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Indah, 2016.
- [39] Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif," *Bandung Alf.*, 2016.
- [40] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan Ke. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [41] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 6th Ed. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [42] N. C. A. Artha, "Analisis Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Pertumbuhan Penjualan, Dan Preferensi Risiko Eksekutif Terhadap Tax Avoidance Dalam Suatu Perusahaan," 2019.
- [43] R. A. Ningsih And H. Soekotjo, "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Return Saham Stock Returns Is One Motivator In A Process Of Investment, Then The Measurement Of Stock Returns Is A Way That Is Often Used By Investors To Compare Different Investment Altern," *J. Ilmu Ris. Manaj.*, Vol. 6, Pp. 1–17, 2017.
- [44] S. Y. A. Thio Lie Sha, "Pengaruh Capital Structure, Profitability, Firm Size, Dan Leverage Terhadap Firm Value," *J. Paradig. Akunt.*, Vol. 2, No. 1, P. 215, 2020, Doi: 10.24912/Jpa.V2i1.7149.
- [45] H. Widianingrum And V. J. Dillak, "Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kebijakan Hutang, Pertumbuhan Perusahaan Dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2021," *Ekombis Rev. J. Ilm. Ekon. Dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1, Pp. 41–52, 2023, Doi: 10.37676/Ekombis.V11i1.2773.
- [46] J. M. Akuntansi, "Wiyadi Dan Yanti: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Firm Value Pada Perusahaan ..., " Vol. V, No. 2, Pp. 821–830, 2023.
- [47] A. I. Lestari And C. Djohar, "Dengan Perencanaan Pajak Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Food Dan Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)," *J. Revenue Akunt.*, Vol. 3, No. 2, Pp. 619–629, 2023.
- [48] M. F. A. Muzakir, "Struktur Kepemilikan, Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang Dan Nilai Perusahaan Di Sektor Perbankan," *Ekombis Rev. J. Ilm. Ekon. Dan Bisnis*, Vol. 10, No. 1, Pp. 13–24, 2022, Doi: 10.37676/Ekombis.V10i1.1687.
- [49] Femelia Yovita Bitu, S. Hermuningsih, And A. Maulida, "233-Article Text-1561-2-10-20220721," *J. Syntax Transform.*, Vol. 2, No. 3, Pp. 298–306, 2021.
- [50] D. N. Komalasari And Y. Yulazri, "Pengaruh Pengungkapan Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *Sci. J. Reflect. Econ. Accounting, Manag. Bus.*, Vol. 6, No. 2, Pp. 470–479, 2023, Doi: 10.37481/Sjr.V6i2.670.
- [51] M. Rivandi And B. A. Petra, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman," *J. Inov. Penelit.*, Vol. 2, No. 8, Pp. 2571–2580, 2022.

- [52] F. S. Yelvita, “No Title הארץ”, הכי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העיניים, Vol. 15, No. 8.5.2017, Pp. 2003–2005, 2022.
- [53] D. H. Wiratno And R. H. Yustrianthe, “Price Earning Ratio, Ukuran Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia,” *Fair Value J. Ilm. Akunt. Dan Keuang.*, Vol. 4, No. 12, Pp. 5587–5595, 2022, Doi: 10.32670/Fairvalue.V4i12.2097.
- [54] H. Adeliyani, “Pengaruh Return On Asset , Devidend Payout Ratio Dan Price Earning Ratio T Erhadap Nilai Perusahaan,” *J. Ikraith-Ekonomika*, Vol. 5, No. 74, Pp. 197–209, 2020.
- [55] R. Hulasoh And H. Mulyati, “Pengaruh Total Asset Turnover, Return On Investment Dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan,” *Kompartemen J. Ilm. Akunt.*, Vol. 19, No. 2, P. 60, 2022, Doi: 10.30595/Kompartemen.V19i2.10282.
- [56] D. Y. Ananda And M. N. Sari, “Pengaruh Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021),” *J. Educ. Hum. Soc. Sci.*, Vol. 6, No. 1, Pp. 266–275, 2023, Doi: 10.34007/Jehss.V6i1.1839.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.