

***THE INFLUENCE OF ROA, ROE, DER AND COMPANY SIZE ON FIRM VALUE
IN MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIAN STOCK
EXCHANGE FOR THE PERIOD 2018 – 2022***

**PENGARUH ROA, ROE, DER DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018 - 2022**

**Belinda Fernanda¹, Herlin Munthe², Rido Bancin³, Ivana Rebecca Aprilia S Depari⁴,
Iki hardiansyah siregar⁵**

Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4}, Universitas Panca Budi⁵

belindafernanda31@gmail.com¹, ridobancin02@gmail.com³, ivanarebecca.aprilias@gmail.com⁴

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of ROA, ROE, DER and Company Size on Company Value in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period 2018 - 2022. The data used is secondary data sourced from financial reports published by the capital market on the Indonesia Stock Exchange. The research method used in this research is purposive sampling method. There are 100 data samples used as research objects in this study. The results showed that ROA and DER have an effect on Firm Value while ROE and Firm Size have no effect on Firm Value.

Keywords: ROA, ROE, DER, Company Size, Company Value

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ROA, ROE, DER dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2022. Data yang dipakai merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan yang diterbitkan oleh pasar modal di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode purposive sampling. Terdapat 100 sampel data yang digunakan sebagai objek penelitian dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA dan DER berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sedangkan ROE dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : ROA, ROE, DER, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya tujuan didirikannya sebuah perusahaan tentu saja untuk mendapatkan laba dari hasil penjualan barang atau jasa yang ditawarkan dan juga untuk menarik para investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Namun, dengan seiring berkembangnya zaman perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada para investor untuk mendapatkan dana tetapi juga pada masyarakat umum dengan menawarkan saham perusahaannya dengan terlebih dahulu menjadi perusahaan go public. Perusahaan yang menawarkan saham kepada masyarakat umum tentu saja berharap agar harga saham yang ditawarkan dapat meningkat per lembar saham. Untuk meningkatkan

harga saham perusahaan tersebut terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan perusahaan seperti profitabilitas, leverage, total asset, dll.

Nilai perusahaan tentu saja sangat penting bagi para investor, karena nilai perusahaan menjadi indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai suatu perusahaan itu berperan penting karena dapat memberikan keuntungan untuk pemilik saham (Stephen Khutanto:2023) Dengan meningkatnya nilai perusahaan diharapkan dapat juga meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya.

Profitabilitas sangatlah penting bagi suatu perusahaan karena menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat

penjualan, asset dan modal saham tertentu. Profitabilitas yang dihasilkan sebuah perusahaan akan mempengaruhi besarnya jumlah dividen yang akan dibagikan kepada para pemegang saham. Jika perusahaan memperoleh laba dalam jumlah besar, maka kemampuan untuk membagi dividen semakin besar. Sehingga, besarnya jumlah dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah Return on assets (ROA) dan Return on equity (ROE). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi (Munthe Herlin: 2018)

Leverage menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang memiliki leverage tinggi diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas sekaligus menaikkan nilai perusahaan.

Table 1. Fenomena Penelitian

Kode Emiten	Tahun	Periode	Harga Saham (Y)	Total Aset	Laba Bersih	Total Hutang	Total Modal
AUTO	2018	Q1	1,585	15,289,240	156,813	4,372,412	10,916,828
		Q2	1,450	15,133,745	219,112	4,330,604	10,803,141
		Q3	1,430	15,890,613	446,188	4,928,255	10,962,358
		Q4	1,470	15,889,648	680,801	4,626,013	11,263,635
	2019	Q1	1,555	16,226,572	189,037	4,818,350	11,408,222
		Q2	1,440	15,947,312	269,940	4,665,710	11,281,602
		Q3	1,250	16,432,685	564,053	4,945,329	11,487,356
		Q4	1,240	16,015,709	816,971	4,365,175	11,650,534
	2020	Q1	755	16,787,525	111,007	5,007,363	11,780,162
		Q2	870	15,251,846	(336,700)	4,165,707	11,086,139
		Q3	830	15,586,930	(287,771)	4,442,385	11,144,545
		Q4	1,115	15,180,094	(37,864)	3,909,303	11,270,791
	2021	Q1	1,190	16,010,461	171,509	4,557,755	11,452,706
		Q2	1,090	16,082,921	273,121	4,607,993	11,474,928
		Q3	1,015	16,652,046	456,878	5,046,600	11,605,446
		Q4	1,155	16,947,148	634,931	5,101,517	11,845,631
	2022	Q1	1,125	17,726,792	239,025	5,641,705	12,085,087
		Q2	1,140	17,569,334	454,241	5,487,686	12,081,648
		Q3	1,245	18,445,646	910,698	5,905,514	12,540,132
		Q4	1,460	18,521,261	1,474,280	5,469,696	13,051,565

SIDO	2018	Q1	680	3,332,038	169,082	267,091	3,064,947
		Q2	780	3,492,994	291,771	739,773	2,753,221
		Q3	840	3,237,220	480,110	283,948	2,953,272
		Q4	840	3,337,628	663,849	435,014	2,902,614
	2019	Q1	1,010	3,487,710	208,868	375,680	3,112,030
		Q2	1,005	3,270,931	374,116	304,215	2,966,716
		Q3	1,230	3,535,218	578,445	365,427	3,169,791
		Q4	1,275	3,529,557	807,689	464,850	3,064,707
	2020	Q1	585	3,736,043	231,534	439,708	3,296,335
		Q2	608	3,444,139	413,791	366,524	3,077,615
		Q3	745	3,699,613	640,805	394,953	3,304,660
		Q4	805	3,849,516	934,016	627,776	3,221,740
	2021	Q1	779	4,007,421	269,043	1,077,829	2,929,592
		Q2	705	3,591,106	502,001	427,920	3,163,186
		Q3	700	3,650,853	865,498	587,237	3,063,616
		Q4	755	4,068,970	1,260,898	597,785	3,471,185
	2022	Q1	1,020	4,289,633	295,039	1,199,726	3,089,907
		Q2	1,000	3,577,836	445,599	337,185	3,240,651
		Q3	710	3,865,151	720,447	340,197	3,524,954
		Q4	755	4,081,442	1,104,714	575,967	3,505,475
JPFA	2018	Q1	1,480	21,016,682	463,224	11,933,671	9,083,111
		Q2	1,605	21,993,060	1,173,123	12,426,148	9,566,912
		Q3	2,080	22,611,354	1,762,115	12,936,283	9,675,071
		Q4	2,150	24,827,355	2,088,188	14,061,678	10,765,677
	2019	Q1	1,765	24,236,516	326,504	13,794,247	10,442,269
		Q2	1,550	25,216,487	931,421	14,785,460	10,431,027
		Q3	1,580	25,592,054	1,153,784	14,876,836	10,715,218
		Q4	1,535	26,650,895	1,793,914	14,754,081	11,896,814
	2020	Q1	980	27,643,725	366,196	16,086,152	11,557,573
		Q2	1,185	27,796,365	180,790	16,440,998	11,355,367
		Q3	1,105	26,798,207	303,722	15,432,813	11,365,394
		Q4	1,465	25,951,760	1,221,904	14,539,790	11,411,970
	2021	Q1	2,010	32,738,255	915,791	20,381,353	12,356,902
		Q2	1,735	30,159,845	1,647,927	17,684,877	12,474,968
		Q3	1,955	29,617,316	1,616,402	17,044,676	12,572,640
		Q4	1,720	28,589,656	2,130,896	15,486,946	13,102,710
	2022	Q1	1,650	30,134,349	646,875	16,426,569	13,707,780
		Q2	1,555	32,815,710	1,202,087	19,279,165	13,536,545
		Q3	1,515	33,230,376	1,519,758	19,496,543	13,733,833
		Q4	1,295	32,690,887	1,490,931	19,036,110	13,654,777
SMGR	2018	Q1	10,350	49,713,592	411,229	18,827,938	30,885,654
		Q2	7,125	49,169,006	965,141	18,539,431	30,629,575
		Q3	9,925	50,775,764	2,069,320	19,087,911	31,687,853
		Q4	11,500	50,783,836	3,085,704	18,168,521	32,615,315
	2019	Q1	13,875	77,964,024	237,921	43,948,908	34,015,116
		Q2	11,575	76,983,222	480,824	45,063,934	31,919,288
		Q3	11,550	80,596,082	1,286,500	47,635,752	32,960,330
		Q4	12,000	79,807,067	2,371,233	43,915,143	33,891,924
	2020	Q1	7,625	79,283,912	425,202	42,568,138	34,720,029
		Q2	9,625	78,299,047	606,121	41,932,418	34,370,884
		Q3	9,175	80,217,435	1,541,130	42,946,459	35,313,529
		Q4	12,425	78,006,244	2,674,343	40,571,674	35,653,335
	2021	Q1	10,425	78,427,246	446,121	41,628,560	35,017,451
		Q2	9,500	75,027,731	788,929	37,906,347	35,340,149
		Q3	8,200	76,609,200	1,443,751	35,741,236	39,086,729
		Q4	7,250	76,504,240	2,082,347	34,940,122	39,782,883
	2022	Q1	6,650	76,514,119	523,466	35,396,039	39,381,910

SMCB	Q2	7,125	73,409,919	868,227	31,639,708	40,034,041
	Q3	7,475	74,056,942	1,732,223	31,584,915	40,799,687
	Q4	6,575	82,960,012	2,499,083	33,270,652	47,239,360
	2018 Q1	800	19,527,889	(332,372)	12,674,683	6,853,206
	Q2	565	18,948,478	(53,927)	12,307,856	6,640,622
	Q3	1,055	18,947,097	(630,356)	12,414,621	6,532,476
	Q4	1,885	18,667,187	(827,985)	12,250,837	6,416,350
	2019 Q1	2,060	18,866,349	(123,024)	12,574,555	6,291,794
	Q2	1,570	19,036,815	(27,851)	12,902,038	6,134,777
	Q3	1,340	19,390,779	134,122	12,844,901	6,545,878
	Q4	1,180	19,567,498	499,052	12,584,886	6,982,612
	2020 Q1	660	19,476,250	68,429	12,416,815	7,059,435
	Q2	1,080	19,504,357	82,084	12,431,267	7,073,090
	Q3	970	20,255,395	438,501	12,883,412	7,371,983
	Q4	1,440	20,738,125	650,988	13,171,946	7,566,179
	2021 Q1	1,710	21,106,235	156,267	13,579,068	7,527,167
	Q2	1,765	20,653,880	249,259	13,033,721	7,620,159
	Q3	1,765	21,038,858	459,118	10,100,645	10,938,213
	Q4	1,690	21,491,716	720,933	10,309,519	11,182,197
	2022 Q1	1,735	22,067,977	177,816	10,689,050	11,378,927
	Q2	1,570	21,871,641	260,974	10,647,450	11,224,191
	Q3	1,480	21,711,480	594,130	10,145,354	11,566,126
	Q4	1,425	21,378,510	839,276	9,518,472	11,860,038

Berdasarkan Tabel 1. diatas ketika terjadi peningkatan laba bersih, harga saham seharusnya ikut meningkat. Tetapi hal tersebut tidak sesuai dengan data perusahaan - perusahaan diatas sehingga peneliti menarik kesimpulan bahwa telah terjadi masalah.

Ukuran perusahaan yang semakin besar akan meningkatkan persentase mendapatkan sumber dana baik internal ataupun eksternal, yang dengan sendirinya dapat mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang berukuran besar dapat mendorong pertumbuhan ekonomi perusahaan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian tentang faktor - faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh peneliti - peneliti sebelumnya dengan berbagai variabel yang beragam dan hasil yang beragam pula. Seperti pada penelitian (I Nyoman Agus Suwardika; I Ketut Mustanda, 2017) yang menyimpulkan bahwa leverage berpengaruh terhadap

nilai perusahaan yang berbeda dengan penelitian (Aniela Nurmindia, Deannes Isywardhana, S.E., M.M., Annisa Nurbaiti, S.E., M.Si., 2017) (Rekno Agustina; Kartika Hendra Ts; Endang Masitoh, 2020).

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh ROA, ROE, DER dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022”**

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Riyanto, pengertian profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dalam periode tertentu, dimana perusahaan yang mempunyai kemampuan menghasilkan laba yang baik dapat menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Sebab, profitabilitas ini kerap kali dijadikan sebagai ukuran dalam menilai kinerja suatu perusahaan.

Menurut (Kasmir 2019:114) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Sehingga semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka semakin tinggi harga saham yang dapat ditawarkan.

Teori Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage artinya pinjaman modal atau utang. Leverage adalah pinjaman modal atau utang yang digunakan untuk meningkatkan return atau keuntungan bagi suatu perusahaan maupun investasi. Menurut Sjahrial, leverage adalah pemakaian modal dan sumber dana oleh

perusahaan yang mempunyai beban tetap. Sumber dana ini berasal dari utang. Utang ini memiliki bunga yang dimasukkan ke dalam biaya tetap, sehingga laba potensial dari investor dapat dikembangkan.

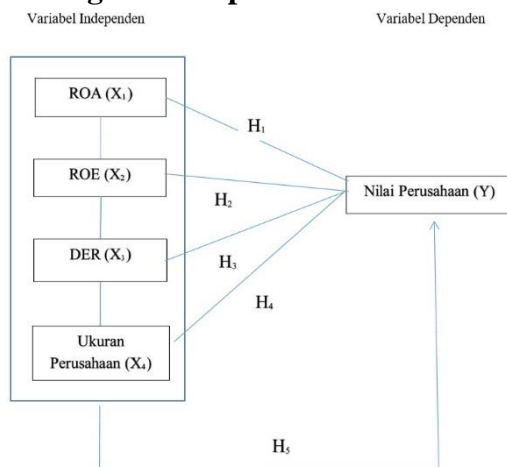
Leverage yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Dengan leverage yang besar perusahaan berharap dapat meningkatkan profitabilitas dan laba bersih yang dimana juga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Teori Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai ketentuan, antara lain total aktiva, log size, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain - lain.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono, hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah tersebut sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis disebut sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori. Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka dapat dinyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022

H2: ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022

H3: DER berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022

H4: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2022

H5: ROA, ROE, DER dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018- 2022

METODE PENELITIAN

Terdapat 2 macam pendekatan penelitian yaitu pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang didalamnya memuat usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik. Dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana menurut Sugiyono

(2018;13) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Sifat penelitian ini adalah asosiatif dimana menurut (Sujarweni 2015, 16) penelitian asosiatif adalah: “Penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam konteks penelitian merupakan objek keseluruhan dalam sebuah penelitian atau dapat dikatakan populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakteristiknya akan diteliti. Dalam penelitian ini, populasinya adalah laporan keuangan tahun 2018 - 2022 seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Sedangkan sampel penelitian ini diambil berdasarkan metode purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari 2018 sampai 2022.
2. Perusahaan manufaktur yang mempublish laporan keuangan tahunan di BEI tahun 2018 - 2022
3. Perusahaan manufaktur yang melaporkan laporan keuangannya dalam mata uang rupiah.

Berdasarkan kriteria sampel diatas, maka perusahaan yang termasuk kedalamnya adalah sebagai berikut :

Table 2. Sampel Penelitian

Keterangan	Tahun	Jumlah Triwulan
Astra Otoparts	2018	4

(AUTO)	2019	4
	2020	4
	2021	4

Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut definisi operasional dari variabel penelitian yang digunakan beserta indikatornya yaitu:

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
		$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Profitabilitas (X1,X2)	Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan yang berhubungan dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri.	Total Aset	
		$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$	Rasio
	Sumber : Santoso dan Priatinah (2016)		
Leverage (X3)	Leverage digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan.	$DER = \frac{\text{Utang}}{\text{Ekuitas}}$	Rasio
	Sumber : Kasmir (2017:151)		
Ukuran Perusahaan (X4)	Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara yaitu dengan total aktiva, log size, nilai pasar saham, dll.	$\text{Perusahaan} = \ln(\text{Aset})$	Rasio
	Sumber : Jogiyanto (2013:282)		
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh investor atau pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.	$PBV = \frac{\text{akt au}}{\text{ok au}}$	Rasio
	Sumber : Husnan dan Pudjiastuti (2015:6)		

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini **D.** menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 4. Menurut Ghazali (2014) PLS adalah suatu teknik statistik multivariat yang bisa untuk menangani banyak variabel respon serta variabel eksplanatori sekaligus. PLS adalah metode analisis yang powerful karena tidak di dasarkan oleh banyak asumsi. Data yang di butuhkan tidak harus berdistribusi normal multivariate, sampel yang digunakan juga tidak harus besar.

Pengukuran Indikator (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran atau outer model dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Outer model dengan indikator reflektif dinilai dengan validitas konvergen dan diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan composite reliability serta cronbach's alpha untuk blok indikatornya (Ghozali dan Latan, 2020:67). Uji yang dilakukan pada outer model yaitu :

A. Convergent validity

Mengukur validitas indikator sebagai pengukur variabel yang dapat dilihat dari outer loading dari masing – masing indikator variabel. Suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai outer loading untuk masing-masing indikator > 0.70

B. Construct Reliability

Mengukur reliabilitas konstruk variabel laten. Nilainya yang dianggap reliabel harus diatas 0.70. Construct reliability sama dengan cronbach alfa.

C. Average Variance Extracted (AVE)

Digunakan untuk mengetahui tercapainya syarat validitas diskriminan. Nilai minimum untuk menyatakan bahwa

keandalan telah tercapai adalah sebesar 0,50.

Discriminant validity

Bertujuan untuk menguji sampai seberapa jauh konstruk laten benar benar berbeda dengan konstruk lainnya. Nilai discriminant validity yang tinggi memberikan indikasi bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menjelaskan fenomena yang diukur. Suatu konstruk dikatakan valid yakni dengan membandingkan nilai akar dari AVE dengan nilai korelasi antar variabel latent. Nilai akar AVE harus lebih besar dr korelasi antar variable laten.

E. Cross-loading

Metode lain untuk mengetahui discriminant validity, yakni dengan melihat nilai cross loading. Apabila nilai loading dari masing – masing item terhadap konstruknya lebih besar daripada nilai cross loadingnya.

F. Undimensionalitas Model

Uji undimensionalitas adalah untuk memastikan bahwa sudah tidak ada masalah dalam pengukuran. Uji undimensionalitas dilakukan dengan menggunakan indikator composite reliability dan alfa cronbach. Untuk kedua indikator ini cut-value adalah 0,7.

Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural atau inner model bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten (Ghozali dan Latan, 2020:67). Pengukuran model struktural dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

A. R-Square

Koefisien determinasi (R Square) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R Square) diharapkan antara 0 dan 1. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap

variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

B. F-Square

Seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan Effect Size atau f-square (Wong, 2013). Uji *f-square* ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai *f-square* sebesar 0,02, 0,15 dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium, atau besar pada tingkat struktural (Ghozali & Latan, 2015).

C. Estimate For Path Coefficients

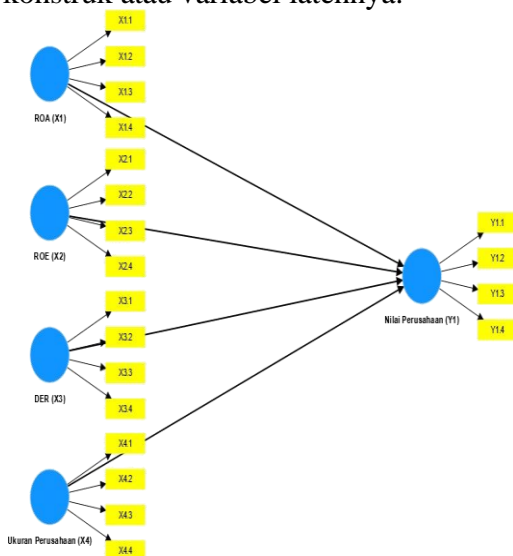
Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T statistik yaitu melalui metode *bootstrapping* (Ghozali & Latan, 2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian Model Pengukuran / Outer Model

Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan untuk mengetahui setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya.



Outer Loading

Nilai convergent validity dapat dilihat dari nilai outer loading masing - masing indikator variabelnya. Suatu indikator dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai outer loadingnya diatas 0,7, sedangkan menurut Ghozali (2014) nilai outer loading masih dapat ditolelir hingga 0,5 dan dibawah dari itu dapat di drop dari analisis. Hasil outer loading yang didapat setelah melalui pengolahan di smartpls adalah sebagai berikut :

Table 3. Outer Loading

	DER (X3)	Nilai Perusahaan (Y1)	ROE (X2)	Ukuran Perusahaan (X4)
X1.1		0.985		
X1.2		0.989		
X1.3		0.995		
X1.4		0.994		
X2.1			0.964	
X2.2			0.965	
X2.3			0.988	
X2.4			0.978	
X3.1	0.977			
X3.2	0.991			
X3.3	0.989			
X3.4	0.988			
X4.1				0.999
X4.2				1.000
X4.3				1.000
X4.4				0.999
Y1.1		0.955		
Y1.2		0.982		
Y1.3		0.982		
Y1.4		0.956		

Dari hasil pengolahan data dengan smartpls yang ditunjukkan diatas indikator dalam penelitian ini sudah memiliki outer loading lebih besar dari 0,5 dan dapat dikatakan data yang digunakan sudah valid.

Construct Reliability

Nilai construct reliability sama dengan nilai cronbach alpha dimana menurut Sugiyono (2018:220) nilai koefisien cronbach alpha minimal adalah 0,6 baru dapat dinyatakan reliabel, sebaliknya jika nilai cronbach alpha < 0,6 dianggap tidak reliabel.

Table 4. Construct Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)

DER (X3)	0.991	0.993	0.993	0.972
Nilai Perusahaan (Y1)	0.978	0.979	0.984	0.939
ROA (X1)	0.994	0.994	0.995	0.982
ROE (X2)	0.982	0.985	0.986	0.948
Ukuran Perusahaan (X4)	1.000	1.000	1.000	0.999

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat bahwa semua nilai cronbach alpha masing - masing variabel sudah diatas 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa semuanya sudah reliabel.

A. Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk mengetahui tercapai atau tidaknya syarat validitas diskriminan, dimana nilai minimum dicapainya keandalan adalah 0,5.

Table 5. Average Variance Extracted

	Composite Cronbach's reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
DER (X3)	0.991	0.993	0.993
Nilai Perusahaan (Y1)	0.978	0.979	0.984
ROA (X1)	0.994	0.994	0.995
ROE (X2)	0.982	0.985	0.986
Ukuran Perusahaan (X4)	1.000	1.000	1.000

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa :

1. Variabel ROA memiliki estimasi reliabilitas yang baik karena semua ukuran reliabilitas diatas 0,7. Validitasnya juga termasuk baik karena nilai AVE 0,982 lebih dari 0,5.
2. Variabel ROE memiliki estimasi reliabilitas yang baik karena semua ukuran reliabilitas diatas 0,7. Validitasnya juga termasuk baik karena nilai AVE 0,948 lebih dari 0,5.
3. Variabel DER memiliki estimasi reliabilitas yang baik karena semua ukuran reliabilitas diatas 0,7. Validitasnya juga termasuk baik karena nilai AVE 0,972 lebih dari 0,5.
4. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki estimasi reliabilitas yang baik karena semua ukuran reliabilitas diatas 0,7. Validitasnya juga termasuk baik karena nilai AVE 0,999 lebih

dari 0,5.

5. Variabel Nilai Perusahaan memiliki estimasi reliabilitas yang baik karena semua ukuran reliabilitas diatas 0,7. Validitasnya juga termasuk baik karena nilai AVE 0,939 lebih dari 0,5.

Discriminant Validity

Suatu konstruk dikatakan valid apabila nilai dari akar AVE lebih besar dari korelasi antar variable laten. Setelah didapat nilai dari akar AVE dari masing - masing variabel selanjutnya adalah membandingkannya dengan korelasi antar konstruk. Berikut adalah hasil dari korelasi antar konstruk dengan nilai akar AVE :

Table 6. Discriminant Validity

	DER (X3)	Nilai Perusahaan (Y1)	ROA (X1)	ROE (X2)	Ukuran Perusahaan (X4)
DER (X3)	0.986				
Nilai Perusahaan (Y1)	-0.360	0.969			
ROA (X1)	-0.633	0.829	0.991		
ROE (X2)	-0.487	0.746	0.938	0.974	
Ukuran Perusahaan (X4)	0.584	-0.643	-0.783	-0.624	1.000

Angka yang mengalami penebalan adalah akar AVE dari masing - masing variabel sehingga berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE masing - masing konstruk lebih besar daripada nilai korelasinya sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini memiliki discriminant validity yang baik.

Cross Loading

Metode lain untuk mengetahui discriminant validity adalah dengan melihat cross loading dimana nilai loading dari masing - masing item terhadap konstraknya harus lebih besar daripada nilai cross loadingnya.

Table 7. Cross Loading

	DER (X3)	Nilai Perusahaan (Y1)	ROA (X1)	ROE (X2)	Ukuran Perusahaan (X4)
X1.1	-0.674	0.801	0.985	0.933	-0.781
X1.2	-0.564	0.835	0.989	0.939	-0.76
X1.3	-0.626	0.822	0.995	0.932	-0.771

X1.4	-0.646	0.825	0.994	0.914	-0.789
X2.1	-0.534	0.656	0.89	0.964	-0.577
X2.2	-0.382	0.737	0.891	0.965	-0.592
X2.3	-0.487	0.732	0.927	0.988	-0.606
X2.4	-0.500	0.771	0.942	0.978	-0.651
X3.1	0.977	-0.336	-0.596	-0.449	0.571
X3.2	0.991	-0.351	-0.64	-0.494	0.579
X3.3	0.989	-0.38	-0.642	-0.496	0.598
X3.4	0.988	-0.35	-0.616	-0.481	0.553
X4.1	0.578	-0.641	-0.779	-0.625	0.999
X4.2	0.59	-0.647	-0.79	-0.63	1.000
X4.3	0.584	-0.645	-0.786	-0.628	1.000
X4.4	0.581	-0.638	-0.774	-0.613	0.999
Y1.1	-0.328	0.955	0.818	0.748	-0.587
Y1.2	-0.370	0.982	0.831	0.755	-0.64
Y1.3	-0.366	0.982	0.805	0.732	-0.628
Y1.4	-0.331	0.956	0.755	0.651	-0.638

Berdasarkan hasil cross loading diatas menunjukkan bahwa ;

1. X1.1 dengan nilai ROA sebesar 0,985 lebih besar terhadap nilai ROE (X2), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
2. X1.2 dengan nilai ROA sebesar 0,989 lebih besar terhadap nilai ROE (X2), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
3. X1.3 dengan nilai ROA sebesar 0,995 lebih besar terhadap nilai ROE (X2), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
4. X1.4 dengan nilai ROA sebesar 0,994 lebih besar terhadap nilai ROE (X2), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
5. X2.1 dengan nilai ROE sebesar 0,964 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga

evaluasi diskriminan validity terpenuhi.

6. X2.2 dengan nilai ROE sebesar 0,965 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
7. X2.3 dengan nilai ROE sebesar 0,988 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
8. X2.4 dengan nilai ROE sebesar 0,978 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), DER (X3), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
9. X3.1 dengan nilai DER sebesar 0,977 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
10. X3.2 dengan nilai DER sebesar 0,991 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
11. X3.3 dengan nilai DER sebesar 0,989 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
12. X3.4 dengan nilai DER sebesar 0,988 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), Ukuran Perusahaan (X4) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
13. X4.1 dengan nilai Ukuran Perusahaan sebesar 0,999 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), DER (X3) dan Nilai Perusahaan (Y)

sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.

14. X4.2 dengan nilai Ukuran Perusahaan sebesar 1.000 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), DER (X3) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
15. X4.3 dengan nilai Ukuran Perusahaan sebesar 1.000 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), DER (X3) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
16. X4.4 dengan nilai Ukuran Perusahaan sebesar 0,999 lebih besar terhadap nilai ROA (X1), ROE (X2), DER (X3) dan Nilai Perusahaan (Y) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
17. Y1.1 dengan Nilai Perusahaan sebesar 0,955 lebih besar terhadap nilai ROA(X1), ROE (X2), DER (X3) dan Ukuran Perusahaan (X4) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
18. Y1.2 dengan Nilai Perusahaan sebesar 0,982 lebih besar terhadap nilai ROA(X1), ROE (X2), DER (X3) dan Ukuran Perusahaan (X4) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
19. Y1.3 dengan Nilai Perusahaan sebesar 0,982 lebih besar terhadap nilai ROA(X1), ROE (X2), DER (X3) dan Ukuran Perusahaan (X4) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.
20. Y1.4 dengan Nilai Perusahaan sebesar 0,956 lebih besar terhadap nilai ROA(X1), ROE (X2), DER (X3) dan Ukuran Perusahaan (X4) sehingga evaluasi diskriminan validity terpenuhi.

Undimensionalitas Model

Uji ini dilakukan untuk melihat bahwa sudah tidak ada masalah dalam

pengukuran yang dapat dibuktikan melalui indikator composite reliability dan alfa cronbach dengan cut value adalah 0,7.

Table 8. Undimensionalitas Model

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
DER (X3)	0.991	0.993
Nilai Perusahaan (Y1)	0.978	0.984
ROA (X1)	0.994	0.995
ROE (X2)	0.982	0.986
Ukuran Perusahaan (X4)	1.000	1.000

Setelah diolah di smartpls didapatkan hasil seperti tabel diatas, dengan demikian hasil yang didapat semua diatas 0,7 sehingga dalam pengukuran ini tidak terdapat masalah apapun lagi.

Model Structural / Inner Model

R - Square

Koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen.

Table 9. R Square

	R-square	R-square adjusted
Nilai Perusahaan (Y1)	0.773	0.728

Dari hasil R - Square diatas menunjukkan bahwa nilai R - Square adalah sebesar 0,535 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel ROA, ROE, DER dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sebesar 53,5% dan sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini.

F - Square

Uji F - Square dilakukan untuk menilai besarnya pengaruh antar variabel dan kebaikan model dengan Effect Size. Menurut (Ghozali dan Latan, 2015) F - Square 0,02 lemah 0,15 medium 0,35 besar.

Table 10. F Square

DER (X3)	Nilai Perusahaan (Y1)	ROA (X1)	ROE (X2)	Ukuran Perusahaan
----------	-----------------------	----------	----------	-------------------

	(Y1)	(X4)
DER (X3)	0.327	
ROA (X1)	0.682	
ROE (X2)	0.179	
Ukuran Perusahaan (X4)	0.022	
Nilai Perusahaan (Y1)		

Berdasarkan Hasil diatas :

- A. Pengaruh ROE dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan.
- B. Pengaruh ROA dan DER secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Estimate For Path Coefficients

Table 11. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
usahaan (Y1)	0.383	0.43	0.151	2.539	0.011
usahaan (Y1)	1.853	1.953	0.499	3.715	0.000
usahaan (Y1)	-0.723	-0.806	0.38	1.901	0.057
usahaan (X4) -> Nilai Perusahaan (Y1)	0.132	0.138	0.214	0.615	0.539

Berdasarkan hasil diatas, path coefficients yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model penelitian dapat disimpulkan bahwa :

- A. P value DER dengan nilai 0,011 lebih kecil dibandingkan 0,05 sehingga DER berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H1 diterima).
- B. P value ROA dengan nilai 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05 sehingga ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H1 diterima).
- C. P value ROE dengan nilai 0,057 lebih besar dibandingkan 0,05 sehingga ROE tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H1 ditolak).
- D. P value Ukuran Perusahaan dengan nilai 0,539 lebih besar dibandingkan 0,05 sehingga Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (H1 ditolak).

Pembahasan

Pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada

perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terutama pada sektor manufaktur. Berikut adalah penjelasan dari hasil hipotesisnya.

Pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan

Pembahasan mengenai Pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan adalah untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan model analisis jalur inner model, menunjukkan bahwa ROA (X1) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil perolehan nilai t values sebesar 3,715 dengan p values sebesar 0,000 dikarenakan nilai p values lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rekno Agustina, Kartika Hendra dan Endang Masitoh (2020) yang menyebutkan bahwa ROA berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi profit yang didapatkan perusahaan semakin meningkatkan banyaknya investor yang ingin menanamkan saham pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.

Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan

Pembahasan mengenai Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan adalah untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang menyatakan bahwa ROE berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan model analisis jalur inner model, menunjukkan bahwa ROE (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil perolehan nilai t values sebesar 1,901 dengan p values sebesar 0,057 dikarenakan nilai p values lebih

besar dari 0,05, maka dapat dikatakan tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kalsum Yahya dan Muhammad Nur Fietroh (2021) yang menyebutkan bahwa ROE berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi profit yang didapatkan perusahaan belum tentu semuanya dibagikan kepada pemegang saham karena masih ada hutang yang harus dibayarkan perusahaan sehingga hal ini dapat menurunkan Nilai Perusahaan.

Pengaruh DER terhadap Nilai Perusahaan

Pembahasan mengenai Pengaruh DER terhadap Nilai Perusahaan adalah untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang menyatakan bahwa DER berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan model analisis jalur inner model, menunjukkan bahwa DER (X3) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil perolehan nilai t values sebesar 2,539 dengan p values sebesar 0,011 dikarenakan nilai p values lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian I Nyoman Agus Suwardika dan I Ketut Mustanda (2017) yang menyebutkan bahwa DER berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi nilai DER suatu perusahaan semakin meningkatkan banyaknya investor yang ingin menanamkan saham pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pembahasan mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan adalah untuk menjawab

rumusan masalah dan hipotesis yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan model analisis jalur inner model, menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil perolehan nilai t values sebesar 0,615 dengan p values sebesar 0,539 dikarenakan nilai p values lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian I Gusti Made Andrie Kayobi dan Desy Anggraeni (2015) yang menyebutkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran suatu perusahaan belum tentu meningkatkan Nilai Perusahaan karena pemegang saham menjadikan pendapatan laba sebagai prioritas utama mereka dalam menanamkan saham dalam suatu perusahaan.

PENUTUP Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. ROA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2022.
2. ROE tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2022.
3. DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2022.
4. Ukuran Perusahaan tidak memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 - 2022.

Saran

Setelah penelitian yang dilakukan selesai, saran yang ingin diberikan penulis adalah

1. Nilai R^2 sudah tergolong tinggi namun penulis berharap agar peneliti berikutnya bisa meningkatkannya lagi.
2. Sebaiknya peneliti berikutnya melakukan penelitian pada perusahaan sektor yang berbeda agar dapat dibandingkan hasilnya.
3. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lainnya dalam menyelesaikan penelitian mereka.

Daftar Pustaka

- Agustina, R., Titisari, K. H., & Masitoh, E. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Gcg terhadap Firm Value. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), 179. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i1.807>
- Irnowati, J., Febriana, H., & Asmita, D. Y. (2022). PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Owner*, 7(1), 470–478. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1216>
- Program, K. Y., Manajemen, S., Raya, J., Maras, O., Alang, B., & Hulu, M. (2021). *PENGARUH Return On Asset (ROA) Return On Equity (ROE) TERHADAP NILAI*. 4(2). <https://doi.org/10.33395/remik.v4i2>
- Kamiliya, Dwi Perwitasari

Wiryaningtyas, & Triska Dewi Pramitasari (2023). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2021. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* (Vol. 2, No.3) <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/3168/2308>

- Rina, H., Dp, T., & Monika, M. (2014). *PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA*.
- Tauke, P. Y., Murni, S., & Tulung, J. E. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. *Pengaruh Kinerja Keu..... 919 Jurnal EMBA*, 5(2), 919–927.
- Forma, F. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi Lailatul Amanah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Ardimas, W., & Wardoyo, D. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI. In *Pengaruh Kinerja Keuangan .. BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis* (Vol. 18, Issue 1).

- Eko, M., Tjahjono, S., Sultan, U., Tirtayasa, A., Pondok, K., Blok, B., & Tengah, K. (2013). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dan Kinerja Keuangan (Vol. 4, Issue 1).
- Mumtazah, F., & Purwanto, A. (2020). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. Diponegoro Journal Of Accounting, 9(2). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Mahendra, A. (2011). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia.