

Pengaruh *Corporate Governance*, *Leverage*, dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Dinar Larasati¹, Rilla Gantino^{2*}

^{1,2}Universitas Esa Unggul

dlarasati29@student.esaunggul.ac.id , rilla.gantino@esaunggul.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 2 Februari 2024

Disetujui : 7 Februari 2024

Dipublikasikan : 1 Oktober 2024

ABSTRACT

This empirical research aims to determine the influence of corporate governance, leverage and profitability on company value in two sub-sector companies, namely food, beverages and telecommunications listed on the IDX in 2018-2022. The dependent variable in this research is company value. This research uses a purposive sampling model. The sample in this study was 21 food & beverage sub-sector companies and 17 telecommunications sub-sector companies. The data analysis model used is multiple regression analysis. The results of this research state that leverage has an effect on company value in both sub-sectors, corporate governance has an effect on company value in the food and beverage sub-sector, while corporate governance has no effect on company value in the telecommunications sub-sector. -sector and profitability have no effect on company value in the two company subsectors

Keywords: *Corporate Governance, leverage, profitability, firm value*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dunia bisnis saat ini berjalan begitu pesat sehingga minumbulkan persaingan antar bisnis menjadi semakin ketat. Menurut Aida (2020) persaingan yang terjadi membuat perusahaan semakin meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk mencapai target perusahaan. Selanjutnya diuraikan pada penelitian yang dilakukan (Wiariningsih et al., 2019) bahwa setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek untuk memperoleh laba secara maksimal dengan sumber daya yang ada memiliki pula tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kemakmuran pihak – pihak terkait yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan. Tujuan perusahaan salah satunya untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaan (Suryana & Chrisnanti, 2022). Nilai perusahaan akan terlihat dari harga saham perusahaan yang bersangkutan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Sembiring & Trisnawati, 2022). Hal ini menumbuhkan persepsi pada investor bahwa ada prospek yang bagus dari perusahaan tersebut untuk dimasa yang akan datang dan memotivasi investor untuk berinvestasi pada perusahaan

Nilai suatu perusahaan juga akan menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Semakin meningkatnya nilai *price to book value* pada suatu perusahaan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil menciptakan dan meningkatkan nilai perusahaan, hal ini akan membuat masyarakat tertarik membeli produk yang ditawarkan dan hal ini mengundang minat calon investor untuk menanamkan modalnya (Sentosa Hardika et al., 2018). Menurut Qomariyah & Mildawati (2021) menyatakan bahwa perusahaan yang telah *go public*, nilai perusahaannya dapat diketahui melalui harga saham yang telah diperjualbelikan di bursa efek oleh karena itu harga saham dari perusahaan akan menjadi cerminan atas penilaian investor secara menyeluruh atas setiap ekuitas perusahaan yang dimiliki.

Upaya memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara pihak manajemen dan pemilik perusahaan yang sering disebut dengan *agency problem*. Suatu hal yang sangat biasa terjadi dalam perusahaan antara manajemen dan pemilik perusahaan memiliki kepentingan yang bertentangan (Syahadah, 2022). Menurut Prananta (2021) Terjadinya konflik perbedaan tujuan dan kepentingan antar manajer dan pemilik perusahaan ini yang akan melatarbelakangi penerapan *Good Corporate Governance* atau tata kelola perusahaan. Penerapan tata kelola perusahaan ini

diharapkan bermanfaat untuk menambah nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* diharapkan mampu mengusahakan keseimbangan antara berbagai kepentingan dan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. GCG merupakan sebuah sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*).

Timbulnya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen inilah yang melatarbelakangi perlunya pengelolaan perusahaan yang baik (Muryati & Suardikha, 2014). Melaksanakan *corporate governance* pada perusahaan diperlukan mekanisme dalam sebuah tatanan di mana seluruh organ GCG memiliki tanggung jawab tersendiri namun tetap melaksanakan implementasi GCG secara terintegrasi. Menurut Mahrani & Soewarno (2018) mekanisme *good corporate governance* dibagi menjadi mekanisme eksternal dan internal perusahaan diantaranya faktor eksternal perusahaan yang meliputi investor, auditor, kreditor dan lembaga yang mengesahkan legalitas serta mekanisme internal menurut Hatane et al (2019) mekanisme GCG dipengaruhi oleh faktor internal antara lain kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, dan komite audit. Sebagaimana pada paragraf sebelumnya dijelaskan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat memperhatikan faktor internal dan eksternal perusahaan.

Faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage dan profitabilitas. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya pemakaian hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan (Kasmir, 2018). Menurut Hery (2019) rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Menurut Kolamban et al (2020) *leverage* muncul dikarenakan perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan sehari-harinya untuk beroperasi yang menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap yang berupa biaya penyusutan dari aktiva tetap dan biaya bunga dari hutang dan juga dapat meningkatkan *return* atau penghasilan bagi perusahaan atau pemegang saham. Hasil penelitian Anggita & Andayani (2022) menyebutkan bahwa *Leverage* yang diprosikan dengan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan didukung dengan hasil penelitian dari Sutarna & Lisa (2018) bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi nilai *leverage* perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Faktor internal selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan mempertahankan usahanya dalam jangka panjang, hal ini karena profitabilitas dapat menunjukkan apakah perusahaan memiliki prospek yang bagus untuk masa yang akan datang atau tidak (Hermuningsih, 2013). Nilai profitabilitas yang semakin naik maka kapasitas dan performa perusahaan untuk mewujudkan nilai perusahaan yang tinggi pula. Dalam dicapainya nilai tinggi profitabilitas perusahaan dapat dikatakan perusahaan itu mencapai tujuan yang diharapkan, hal itu tidak serta merta lepas dari peran prestasi manajer yang efisien dan efektif dalam mencapai perusahaan menggapai target yang diharapkan. Keadaan dapat berbanding terbalik jika nilai profitabilitas sebuah perusahaan dikatakan rendah (Himawan, 2019)

Penelitian Wiguna & Yusuf (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Nurrahman et al., 2016) menyebutkan bahwa nilai profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Hidayat & Khotimah, (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian - penelitian sebelumnya. Perbedaannya adalah Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor makanan minuman dan sektor telekomunikasi. Memilih 2 sektor yang terdaftar di BEI ini sebagai pembanding. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan Wiariningsih et al (2019) yang berjudul Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Leverage* terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan dengan menambahkan satu variabel independen yaitu profitabilitas dengan di proksikan *Return on Asset* (ROA) dan leverage di proksikan dengan *Debt to Equity* (DER), Penelitian ini menggunakan periode pengamatan tahun 2018 – 2022 dan pengukuran nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value* (PBV) yang merupakan pengembangan dan sebagai pembeda dari penelitian yang dilakukan Kartika & Sanjaya (2019) dan Titisari et al (2019)

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti yang menjadi tujuan penelitian ini adanya research gap atau ketidak konsistenan hasil penelitian terhadap variabel yang dipilih membuat

peneliti melakukan pengujian kembali serta penulis memilih 2 sub sektor perusahaan untuk membandingkan pengaruh corporate governance, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan & minuman dan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022

STUDI LITERATUR

Konsep teori keagenan yang di kemukakan oleh Jensen dan Meckling (1976) yang merupakan hubungan keagenan yang muncul ketika satu atau lebih prinsipal mempekerjakan agen sebagai pihak yang menjalankan perusahaan dan prinsipal memberikan atau mendelegasikan hak kepada agen untuk mengambil keputusan. Menurut Hidayat et al (2021) Kesepatakatan antara prinsipal dan agen menjadi dasar dalam melakukan kerjasama. Prinsipal memberikan kewenangan kepada agen untuk pengambilan keputusan dan wajib memberikan laporan kepada prinsipal sebagai bentuk pertanggungjawaban

Nilai perusahaan menurut Hery (2017:5) merupakan suatu kondisi yang telah diraih perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Menurut Rudangga & Sudiarta (2022) Nilai perusahaan adalah sebuah persepsi investor terhadap peluang keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat penilaian investor bahwa nilai perusahaan juga tinggi dan membuat meningkatnya kepercayaan pasar terhadap perusahaan tidak hanya dari segi kinerja keuangannya tetapi juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan (W. N. Sari & Rani, 2015) Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Himawan, 2019). Rasio yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan di penelitian ini ada Price to Book Value (PBV) dengan rumus :

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

Lukviarman (2016) menjelaskan bahwa *Corporate Governance* merupakan tata kelola perusahaan yang memiliki fokus pada keseimbangan sosial antara tujuan ekonomi dan sosial, antara tujuan pribadi dan kelompok. Menurut Effendi (2016) tata kelola perusahaan merupakan sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip – prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independen, kewajaran dan kesetaraan untuk menciptakan pertumbuhan grafik pemegang saham dalam waktu yang panjang dan tetap mewangasi kepentingan pemegang saham berdasarkan landasan hukum dan etika (Effendi, 2016) mengutip definisi dari Bank Dunia (*World Bank*) bahwa tata kelola perusahaan merupakan gabungan hukum, peraturan, dan kaidah yang wajib di laksanakan, yang membuat kemajuan performa perusahaan guna terciptanya efisiensi dan menciptakan nilai ekonomi jangka panjang bagi para investor maupun masyarakat. *Corporate governance* singkatnya dapat di gambarkan dengan seperangkat metode yang mengelola dan mengarahkan perusahaan guna terciptanya nilai plus untuk stakeholders. Rasio yang digunakan untuk menghitung corporate governance di penelitian ini ada Indek Pengungkapan Corporate Governance (IPCG) dengan rumus :

$$IPCG = \frac{\text{Total Klasifikasi yang Diungkap Perusahaan}}{\text{Total Keseluruhan Pengungkapan}}$$

Menurut Utami & Handayani (2019) *Leverage* adalah suatu upaya kesanggupan perusahaan untuk mencukupi hutang berjangkanya seperti pembayaran bunga bank , pembayaran pokok atas hutang dan hutang tetap lainnya. Sementara menurut Brigham & Houston (2019) *leverage* adalah bagaimana perusahaan menggunakan modal pinjaman yang berupa hutang sebagai sumber pendanaan untuk penambahan asset perusahaan dan untuk mendapatkan atau meningkatkan

laba dari modal pinjaman tersebut. Rasio yang digunakan untuk menghitung leverage di penelitian ini ada Debt to Equity (DER) dengan rumus :

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekiutas}}$$

Menurut Hery (2018) profitabilitas adalah kesanggupan industri usaha untuk mendapatkan keuntungan atas aktivitas usaha perusahaan dan mengembangkan nilai dari pemegang saham selama satu tahun. Profitabilitas di implementasikan untuk memperkirakan kemampuan para petinggi perusahaan untuk mewujudkan laba ataupun modal sendiri. Rasio profitabilitas sebuah rasio untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan (Gantino & Iqbal, 2017). Rasio yang digunakan untuk menghitung profitabilitas di penelitian ini ada Return on Asset (ROA) dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Tujuan penerapan *good corporate governance* suatu perusahaan adalah mengembangkan dan meningkatkan nilai perusahaan (Kartika Sari & Sanjaya, 2019). Penerapan *corporate governance* yang baik pada suatu perusahaan akan memberikan sinyal positif kepada *stakeholder*, karena *stakeholder* merasa kepentingannya akan terlindungi (Permatasari & Gayatri, 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muryati & Suardikha, (2014) *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga didukung oleh penelitian (Bhat et al., 2018) menyatakan *corporate governance* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Wiariningsih et al., 2019) yang menyatakan bahwa *corporate governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Mengacu pada uraian diatas maka hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah seperti berikut:

H1 : *Corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022

H2 : *Corporate Governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022

Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan (Bertha et al., 2022) Penggunaan hutang dapat diartikan oleh investor sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban perusahaan dimasa depan sehingga hal tersebut mendapat tanggapan positif oleh pasar (Sari dkk 2020). Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka semakin besar pula nilai suatu perusahaan. Menurut Bagus et al (2016) tinggi pendanaan yang diperoleh dari hutang yang digunakan suatu perusahaan, semakin tinggi pula efektivitas perusahaan tersebut menghasilkan laba. Jadi penggunaan hutang dapat menjadi sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2021) dan Anggita & Andayani (2022) *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Gregorius (2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan di dukung oleh penelitian Anugerah & Suryanawa (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan kesimpulan diatas maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022

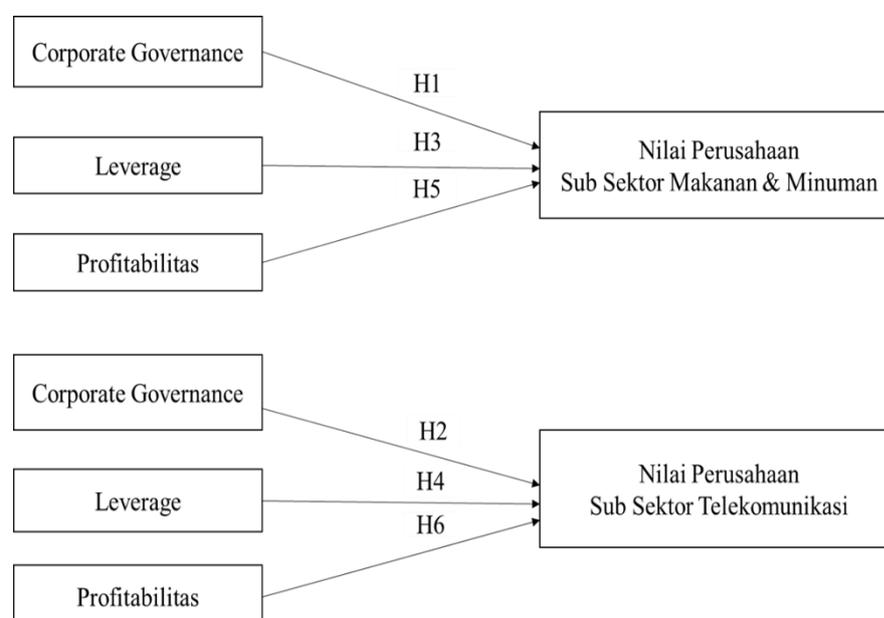
H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dapat diartikan jugabahwa perusahaan tersebut memiliki

tingkat penjualan atau pendapatan yang tinggi (Novika & Siswanti, 2022) Tingkat profitabilitas yang tinggi akan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam keberhasilannya menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham (Iman dkk 2021) . Profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan (Denziana & Monica, 2016). Perusahaan dianggap sanggup mengelola aset dengan baik untuk tujuan jangka panjang biasanya dimiliki oleh perusahaan yang memiliki tingkat rasio profitabilitas yang tinggi. Penelitian yang dilakukan Anggita & Andayani (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan didukung oleh penelitian serta Ndruru et al (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Hidayat & Khotimah (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan di dukung oleh penelitian Putra & Gantino (2021) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor property & real estate. Berdasarkan kesimpulan diatas maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H5 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022

H6 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022



Gambar 1 : Kerangka Penelitian

Sumber : Data Peneliti

METODE

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dan memakai data berbentuk data sekunder. Penelitian ini bersifat kausalitas yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2016:37) desain kausalitas adalah hubungan yang bersifat sebab akibat yaitu variabel independen atau variabel yang mempengaruhi terhadap variabel dependen atau yang dipengaruhi.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur pada sektor makanan minuman sebanyak 27 dan sektor telekomunikasi sebanyak 19 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel pada penelitian ini sebanyak 21 perusahaan sektor makanan & minuman dan 17 perusahaan sektor telekomunikasi. Periode dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu digunakan untuk menentukan jumlah sampel

Pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji

autokorelasi, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis yang meliputi uji signifikan parsial (uji statistika t), uji signifikan simultan (uji statistika f) dan uji koefisien determinasi R²

HASIL

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IPCG (X1)	105	,47	,68	,5946	,05844
DER (X2)	105	-2,13	30,19	1,4391	4,09556
ROA (X3)	105	-,15	,61	,0864	,11523
PBV (Y)	105	-,33	1491,39	18,7958	145,39243
Valid N (listwise)	105				

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan informasi dari setiap variabel penelitian sebagai berikut: Hasil analisis statistik deskriptif tersebut menggambarkan jumlah sampel sebanyak 105 dari 21 perusahaan sepanjang 5 tahun yakni dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022, Variabel corporate governance memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dari pada nilai tengah artinya variabel ini memiliki sebaran data yang kecil sedangkan variabel leverage, profitabilitas dan nilai perusahaan memiliki nilai standar deviasi yang lebih besar dari pada nilai tengah artinya variabel ini memiliki sebaran data yang besar

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IPCG	85	,47	,75	,6025	,08635
DER	85	-34,93	149,87	2,9708	16,73430
ROA	85	-3,51	,13	-,0542	,42769
PBV	85	-4,26	187,01	6,0866	21,27333
Valid N (listwise)	85				

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 22

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan informasi dari setiap variabel penelitian sebagai berikut: Hasil analisis statistik deskriptif tersebut menggambarkan jumlah sampel sebanyak 85 dari 17 perusahaan sepanjang 5 tahun yakni dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022. Variabel Corporate Governance memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dari pada nilai tengah artinya variabel ini memiliki sebaran data yang besar sedangkan variabel leverage, profitabilitas dan nilai perusahaan memiliki nilai standar deviasi yang lebih besar dari pada nilai tengah artinya pada variabel ini memiliki persebaran data yang besar

Tabel 3 : Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov Sesudah Transform Sqrt Pada Sub Sektor Makanan & Minuman

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,93701713
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,072
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,180 ^c
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 22

Nilai *Asymp Sig (2-tailed)* dari hasil Uji Kolmogorov-Smirnov pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman menunjukkan hasil $0,00 < 0,05$ yang artinya data tidak terdistribusi normal. Maka dilakukan transformasi data pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Nilai *Asymp Sig (2-tailed)* dari hasil Uji Kolmogorov-Smirnov setelah dilakukan transformasi data menunjukkan hasil $0,180 > 0,05$ yang artinya data terdistribusi normal

Tabel 4 : Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov Sesudah Transform Ln10 pada Sub Sektor Makanan & Minuman

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,34608292
Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,111
	Negative	-,082
Test Statistic		,111
Asymp. Sig. (2-tailed)		,068 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 22

Nilai *Asymp Sig (2-tailed)* dari hasil Uji Kolmogorov-Smirnov pada perusahaan sub sektor telekomunikasi menunjukkan hasil $0,00 < 0,05$ yang artinya data tidak terdistribusi normal. Maka dilakukan transformasi data pada perusahaan sub sektor telekomunikasi. Nilai *Asymp Sig (2-tailed)* dari hasil Uji Kolmogorov-Smirnov setelah dilakukan transformasi data menunjukkan hasil $0,068 > 0,05$ yang artinya data terdistribusi normal

Tabel 5 : Uji Multikolinieritas Sub Sektor Makanan Minuman

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	9,415	4,926		1,911	,059		
IPCG	-17,450	6,151	-,151	-2,837	,006	,948	1,055
DER	6,651	,398	,893	16,729	,000	,937	1,067
ROA	2,415	1,662	,079	1,453	,150	,893	1,119

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 22

Hasil uji multikolinieritas sub sektor makanan dan minuman pada variabel independen: *Corporate Governance* memperlihatkan nilai Tolerance $0,948 > 0,100$ dan nilai VIF $1,055 < 10$, maka dapat dikatakan pada variabel *Corporate Governance* tidak terjadi multikolinieritas. Pada variabel *Leverage* memperlihatkan nilai Tolerance $0,937 > 0,100$ dan nilai VIF $1,067 < 10$, maka dapat dikatakan pada variabel *Leverage* tidak terjadi multikolinieritas. Pada Variabel Profitabilitas memperhatikan nilai Torance $0,893 > 0,100$ dan nilai VIF $1,119 < 10$, maka dapat dikatakan variabel Profitabilitas tidak terjadi multikolinieritas

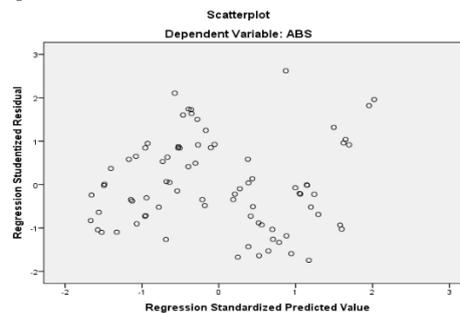
Tabel 6 : Uji Multikolinieritas Sub Sektor Telekomunikasi

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,544	,226		2,404	,020		
	IPCG	,140	,897	,019	,156	,876	,972	1,029
	DER	,310	,085	,442	3,651	,001	,983	1,017
	ROA	,098	,101	,117	,968	,337	,986	1,014

a. Dependent Variable: PBV

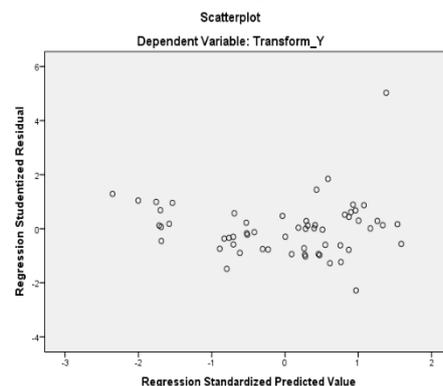
Sumber : Hasil Output IBM SPSS 22

Sedangkan hasil uji multikolinieritas sub sektor telekomunikasi pada variabel independen: *Corporate Governance* memperlihatkan nilai Tolerance 0,948 > 0,100 dan nilai VIF 1,055 < 10, maka dapat dikatakan pada variabel *Corporate Governance* tidak terjadi multikolinieritas. Pada variabel *Leverage* memperlihatkan nilai Tolerance 0,937 > 0,100 dan nilai VIF 1,067 < 10, maka dapat dikatakan pada variabel *Leverage* tidak terjadi multikolinieritas. Pada Variabel Profitabilitas memperhatikan nilai Torance 0,893 > 0,100 dan nilai VIF 1,119 < 10, maka dapat dikatakan variabel Profitabilitas tidak terjadi multikolinieritas



Gambar 2 : Uji Heteroskedastisitas Sub Sektor Makanan Minuman

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22



Gambar 3 : Hasil Uji Heteroskidastisitas Sub Sektor Telekomunikasi

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Hasil output dari grafik scatterpot pada sub sektor makanan & minuman dan sub sektor telekomunikasi tidak membentuk pola tertentu dan titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkam bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada kedua perusahaan sub sektor yang diteliti

Tabel 7 : Hasil Uji Autokorelasi Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman

Model Summary ^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,881 ^a	,776	,768	1,97130	1,103
a. Predictors: (Constant), ROA, IPCG, DER					
b. Dependent Variable: PBV					

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Berdasarkan hasil perhitungan pada sub sektor makanan dan minuman, dapat dilihat nilai Durbin Watson sebesar 1,103 lebih besar dari nilai DU 1,7243 dan lebih kecil dari nilai 4-DU sebesar 2,2757 . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data tidak autokorelasi

Tabel 8: Hasil Uji Autokorelasi Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,457 ^a	,209	,165	,35540	,896
a. Predictors: (Constant), ROA, DER, IPCG					
b. Dependent Variable: PBV					

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Berdasarkan hasil perhitungan pada sub sektor telekomunikasi, dapat dilihat nilai Durbin Watson sebesar 0,896 lebih kecil dari nilai DU 1,6875 dan lebih kecil dari nilai 4-DU sebesar 2,3125 . Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data tidak autokorelasi negatif

Tabel 9 : Hasil Uji Analisis Linier Berganda Sub Sektor Makanan Minuman

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,415	4,926		1,911	,059
	IPCG	-17,450	6,151	-,151	-2,837	,006
	DER	6,651	,398	,893	16,729	,000
	ROA	2,415	1,662	,079	1,453	,150
a. Dependent Variable: PBV						

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Berdasarkan hasil dari analisis regresi dari sub sektor makanan dan minuman diperoleh nilai konstanta sebesar 9,415 nilai B1 sebesar -17,450 , nilai B2 sebesar 6,651 dan nilai B3 sebesar 2,415. Dengan demikian dapat dibentuk persamaan linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 9,415 - 17,450X_1 + 6,651X_2 + 2,415X_3$$

1. Konstanta (α)
Nilai konstanta dalam persamaan regresi ini adalah 9,415 melalui asumsi bahwa X_1 (*Corporate governance*), X_2 (*Leverage*) dan X_3 (*Profitabilitas*) adalah 0 maka nilai Y (*Price book value*) pada sub sektor makanan minuman adalah 9,415
2. Koefisien X_1 (*Corporate Governance*)
Koefisien X_1 *corporate governance* memiliki nilai sebesar - 17,450, artinya apabila X_2 (*leverage*) dan X_3 (*profitabilitas*) bernilai nol, maka ketika *corporate governance* naik satu satuan nilai perusahaan akan menurun 17,540
3. Koefisien X_2 (*Leverage*)
Koefisien X_2 *leverage* memiliki nilai sebesar 6,651, artinya apabila X_1 (*corporate governance*) dan X_3 (*profitabilitas*) bernilai nol, maka ketika *leverage* naik satu satuan nilai perusahaan akan meningkat 6,651
4. Koefisien X_3 (*Profitabilitas*)
Koefisien X_3 *profitabilitas* memiliki nilai sebesar 2,415, artinya apabila X_1 (*corporate governance*) dan X_2 (*leverage*) bernilai nol, maka ketika *profitabilitas* naik satu satuan nilai perusahaan akan meningkat sebesar 2,425

Tabel 10 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Sub Sektor Telekomunikasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,544	,226		2,404	,020
	IPCG	,140	,897	,019	,156	,876
	DER	,310	,085	,442	3,651	,001
	ROA	,098	,101	,117	,968	,337

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Berdasarkan hasil dari analisis regresi dari sub sektor telekomunikasi diperoleh nilai konstanta sebesar 0,544 nilai B1 sebesar 0,140 , nilai B2 sebesar 0,310 dan nilai B3 sebesar 0,098. Dengan demikian dapat dibentuk persamaan linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,544 + 0,140X_1 + 0,310X_2 + 0,098X_3$$

1. Konstanta (α)

Nilai konstanta dalam persamaan regresi ini adalah 0,544 melalui asumsi bahwa X_1 (*Corporate governance*), X_2 (*Leverage*) dan X_3 (*Profitabilitas*) adalah 0 maka nilai Y (*Price book value*) pada sub sektor makanan minuman adalah 0,544

2. Koefisien X_1 (*Corporate Governance*)

Koefisien X_1 *corporate governance* memiliki nilai sebesar 0,140, artinya apabila X_2 (*leverage*) dan X_3 (*profitabilitas*) bernilai nol, maka ketika *corporate governance* naik satu satuan nilai perusahaan akan meningkat 0,140

3. Koefisien X_2 (*Leverage*)

Koefisien X_2 *leverage* memiliki nilai sebesar 0,310 , artinya apabila X_1 (*corporate governance*) dan X_3 (*profitabilitas*) bernilai nol, maka ketika *leverage* naik satu satuan nilai perusahaan akan meningkat 0,310

4. Koefisien X_3 (*Profitabilitas*)

Koefisien X_3 *profitabilitas* memiliki nilai sebesar 0,098 , artinya apabila X_1 (*corporate governance*) dan X_2 (*leverage*) bernilai nol, maka ketika *profitabilitas* naik satu satuan nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,098

Tabel 11: Hasil Uji F (Simultan) Sub Sektor Makanan Minuman

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1129,865	3	376,622	96,917	,000 ^b
	Residual	326,427	84	3,886		
	Total	1456,292	87			

a. Dependent Variable: PBV
 b. Predictors: (Constant), ROA, IPCG, DER

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen yang menyatakan adanya pengaruh antara *corporate governance*, *leverage* dan *profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan Tabel 14 pada sektor makanan minuman diperoleh nilai F hitung 96,917 dan nilai signifikan F hitung sebesar 0,000, yaitu nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *corporate governance*, *leverage* dan *profitabilitas* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan & minuman

Tabel 12: Hasil Uji F (Simultan) Sub Sektor Telekomunikasi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,830	3	,610	4,830	,005 ^b
	Residual	6,947	55	,126		

Total	8,777	58			
a. Dependent Variable: PBV					
b. Predictors: (Constant), ROA, DER, IPCG					

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen yang menyatakan adanya pengaruh antara *corporate governance*, *leverage* dan profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan Tabel 15 pada sektor telekomunikasi diperoleh nilai F hitung 4,830 dan nilai signifikan F hitung sebesar 0,005, yaitu nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *corporate governance*, *leverage* dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor telekomunikasi

Tabel 13: Hasil Uji T (Parsial) Sub Sektor Makanan Minuman

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,415	4,926		1,911	,059
	IPCG	-17,450	6,151	-,151	-2,837	,006
	DER	6,651	,398	,893	16,729	,000
	ROA	2,415	1,662	,079	1,453	,150

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Hasil uji pada variabel *Corporate Governance* menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,006 < \alpha (0,05)$ artinya *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman kemudian pada variabel *leverage* menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya *leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan dan pada variabel profitabilitas menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,150 > \alpha (0,05)$ artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman

Tabel 14: Hasil Uji T (Parsial) Sub Sektor Telekomunikasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,544	,226		2,404	,020
	IPCG	,140	,897	,019	,156	,876
	DER	,310	,085	,442	3,651	,001
	ROA	,098	,101	,117	,968	,337

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Hasil uji T pada sub sektor telekomunikasi di dapat pada variabel *corporate governance* menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,876 > \alpha (0,05)$ artinya variabel *corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kemudian pada variabel *leverage* menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$ artinya variabel *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan variabel profitabilitas menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,337 > \alpha (0,05)$ artinya variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Tabel 15 : Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub Sektor Makanan Minuman

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,881 ^a	,776	,768	1,97130

a. Predictors: (Constant), ROA, IPCG, DER

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : d: Hasil Output IBM SPSS 22

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Berdasarkan hasil uji pada sub sektor makanan dan minuman diketahui nilai adjusted R^2 pada sektor makanan minuman sebesar 0,768 hal ini berarti 76,8% variabel dependen Nilai Perusahaan dipengaruhi variabel independent yaitu *corporate governance*, *leverage* dan profitabilitas. Sedangkan sisanya 23,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 16 : Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub Sektor Telekomunikasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,457 ^a	,209	,165	,35540
a. Predictors: (Constant), ROA, DER, IPCG				
b. Dependent Variable: PBV				

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 22

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,165 . Hal ini berarti bahwa 16,5% variabel dependen nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor telekomunikasi dipengaruhi oleh variabel independen *corporate governance*, *leverage* dan profitabilitas. Sedangkan sisanya 83,5% dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. contoh faktor lain seperti: manajemen laba, *intellectual capital*, *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan lainnya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil riset bahwa *corporate governance* pada perusahaan makanan dan minuman menunjukkan hasil berpengaruh terhadap nilai perusahaan maka dapat di simpulkan H1 diterima. Hasil menunjukkan bahwa variabel *corporate governance* memiliki nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ yang artinya bahwa *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Banyaknya perusahaan makanan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia membuat adanya persaingan antar perusahaan dan menggerakkan perusahaan tersebut melakukan penerapan *corporate governance* yang diharapkan dapat menciptakan nilai tambah lewat kinerja yang baik dan mendorong nilai perusahaan meningkat dan memberikan keuntungan untuk perusahaan pada sub sektor makanan minuman ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wahyuni & Cipta, 2022) yang menyatakan bahwa *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hasil riset selanjutnya menyatakan bahwa *corporate governance* pada perusahaan telekomunikasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil nilai signifikan sebesar $0,876 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan H2 ditolak. Penerapan *corporate governance* pada sub sektor telekomunikasi memang dilaksanakan, namun belum diterapkan dengan baik dengan prinsip - prinsip *corporate governance* yang ada, atau dengan kata lain praktek *corporate governance* dilakukan perusahaan hanya sekedar memenuhi formalitas. Hal ini menyebabkan baik pemegang saham maupun investor ragu apakah penerapan *corporate governance* yang sudah dijalankan oleh perusahaan memang digunakan untuk melindungi kepentingan mereka atau tidak dan menyebabkan *corporate governance* tidak memiliki dampak peningkatan terhadap nilai perusahaan karena tidak memberikan sinyal kepada investor untuk menaikkan harga sahamnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (P. I. Sari & Gantino, 2023), yang menyatakan bahwa *corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena diasumsikan bahwa masyarakat meragukan kualitas *corporate governance* digunakan untuk kepentingan perusahaan dan menjadi bahan pertimbangan bagi investor

Leverage pada perusahaan makanan minuman dan telekomunikasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sub sektor makanan minuman sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai signifikan sub sektor telekomunikasi sebesar $0,001 < 0,05$ dapat di katakan

H3 dan H4 diterima. Rata - rata ekuitas pada perusahaan sub sektor makanan minuman sebesar 7 triliun dan rata - rata ekuitas perusahaan sub sektor telekomunikasi sebesar 12 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa nilai modal yang besar dibandingkan hutang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan hutang untuk peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan temuan Anggita & Andayani (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan di dukung dengan penelitian (Ndruru et al., 2020) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas pada perusahaan sub sektor makanan minuman dan telekomunikasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan profitabilitas sub sektor makanan minuman sebesar $0,150 > 0,05$ dan nilai signifikan sub sektor telekomunikasi sebesar $0,337 > 0,05$ dapat dikatakan H5 dan H6 ditolak. adanya profitabilitas yang tinggi tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena besar kecilnya ROA perusahaan tidak terlalu berpengaruh terhadap tinggi rendahnya nilai sebuah perusahaan. Pada perusahaan telekomunikasi hanya berdampak sedikit terhadap pendapatan. Selain itu ada kecenderungan laba bersih perusahaan yang tidak stabil cenderung menurun ketika peningkatan total beban perusahaan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Putra & Gantino (2021) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (I. Hidayat & Khotimah, 2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk guna mengetahui pengaruh corporate governance, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan & minuman dan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 . Corporate governance pada perusahaan sub sektor makanan & minuman berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan corporate governance pada perusahaan sub sektor telekomunikasi tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan & minuman dan sub sektor telekomunikasi. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan & minuman dan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Kemudian saran dari penelitian ini bahwa perusahaan sub sektor makanan & minuman dan sub sektor telekomunikasi memberikan akses masyarakat untuk memberikan saran atau memberi penilaian langsung terhadap indeks pengungkapan corporate governance, mengevaluasi kinerja perusahaan terkait tingkat leverage dan profitabilitas guna meningkatkan nilai perusahaan.

REFERENSI

- Aida Sofiatin, D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 47–57. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>
- Anugerah, K. H. G., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 2324. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p24>
- Bagus, I. G., Pratama, A., & Wiksuana, I. G. B. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi*. 5(2), 1338–1367.
- Bertha, A., Dorkas, A., & Atahau, R. (2022). *Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Profitabilitas*. 6(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12698>
- Bhat, K. U., Chen, Y., Jebran, K., Bhutto, N. A., Bhat, K. U., Chen, Y., Jebran, K., & Bhutto, N. A. (2018). *Corporate governance and firm value : a comparative analysis of state and non-state owned companies in the context of Pakistan*. <https://doi.org/10.1108/CG-09-2017-0208>
- Denziana, A., & Monica, W. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergolong Lq45 Di Bei Periode 2011-2014). 7(2).
- Gantino, I., & Iqbal, F. M. (2017). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Deviden Pada Sub Sektor Industri Semen dan Sub Sektor Industri*

Otomotif terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2015. 17(2).

- Gede Rudangga, I. G. N., & Sudiarta, G. M. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1433–1440. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2465>
- Hatane, S. E., Supangat, S., Tarigan, J., & Jie, F. (2019). Does internal corporate governance mechanism control firm risk? Evidence from Indonesia's three high-risk sectors. *Corporate Governance (Bingley)*, 19(6), 1362–1376. <https://doi.org/10.1108/CG-02-2019-0071>
- Hendra Titisari, K., Moeljadi, M., Ratnawati, K., & Khusniyah Indrawati, N. (2019). The roles of cost of capital, corporate governance, and corporate social responsibility in improving firm value: evidence from Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 16(4), 28–36. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(4\).2019.03](https://doi.org/10.21511/imfi.16(4).2019.03)
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth opportunity, struktur Modal terhadap nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 18(1), 38–46. <https://doi.org/10.1177/027046769801800106>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Hidayat, T., Triwibowo, E., & V Marpaung, N. (2021). Pengaruh corporate governance perception index dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *SYNERGY: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 45–52. <https://doi.org/10.52364/synergy.v1i2.6>
- Himawan, F. A. (2019). F. Agung Himawan : “ Analisis Pengaruh Good Corporate Governance , Profitabilitas dan ...” 290. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(3), 289–311.
- Kartika Sari, D. P., & Sanjaya, R. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance, Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 20(1), 21–32. <https://doi.org/10.34208/jba.v20i1.404>
- Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Muryati, N. N. T. S., & Suardikha, I. M. S. (2014). Pengaruh Corporate Governance pada Harga Saham. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 9(2), 411–429.
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, Leverage, Dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 2621–5306.
- Novika, W., & Siswanti, T. (2022). *Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas*. 2(1), 43–56.
- Nurrahman, T., Sofianty, D., & Sukarmanto, E. (2016). *Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. 5(7), 4394–4422.
- Permatasari, L. W., & Gayatri. (2016). Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan. 3, 2307–2335.
- Prananta, I. (2021). Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Pt. Jba Indonesia Cabang Tipar Cakung Periode 2019). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Putra, R. D., & Gantino, R. (2021). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. 11(1), 81–96.
- Qomariyah, N., & Mildawati, T. (2021). Pengaruh struktur modal dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Akuntabel*, 18(4), 805–812. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.10143>
- Sari, P. I., & Gantino, R. (2023). *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis Intellectual Capital , Enterprise Risk Management , dan Good Corporate*. 7(2), 727–742.
- Sari, W. N., & Rani, P. (2015). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial,*

Return on Assets (Roa) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013. 4(1), 1–27.

- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati*, 10(2), 97–103. <https://doi.org/10.33024/jrm.v10i2.4902>
- Sentosa Hardika, N., Dewa Made Mahayana, I., & Ani Marhaeni, K. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(3), 152. <https://doi.org/10.31940/jbk.v14i3.1058>
- Suryana, N., & Chrisnanti, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(3), 1–12. <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v2i3.1529>
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, X(2), 65–85.
- T Anggita, K., & Andayani. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(1), 310. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i1.17520>
- Utami, N. D., & Handayani, S. (2019). *Pengaruh Besaran Perusahaan, Leverage, Free Cash Flow, Profitabilitas dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Rill.* 8, 1–15.
- Wahyuni, N. . I., & Cipta, I. W. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 4(3), 20.
- Wiariningsih, O., Junaidi, A. T., & Panjaitan, H. P. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2016. *Procuratio*, 7(1), 18–29.
- Wiguna, R., & Yusuf, M. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal of Economics and Banking*, 1(2), 158–173. www.idx.co.id