

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Empiris pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI)**

*Kurnia Putri Maharani<sup>1</sup>, Agus Triatmono<sup>2</sup>, Ahmad Husin<sup>3</sup>  
STIE Wijaya Mulya Surakarta*

**ABSTRAK**

Fenomena yang terjadi selama pandemic covid 19 adalah banyak perusahaan telekomunikasi yang *go public* berkembang dengan baik, dimana disisi lain pada saat pandemibanyak perusahaan yang mengalami kerugian besar bahkan pailit. Permasalahan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel intervening pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode tahun 2019 – 2021.

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2021 sebanyak 19 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 16 perusahaan yang memenuhi kriteria. Teknik analisa data dengan menggunakan teknik analisis regresi dengan *path analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas mampu mempengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap ukuran perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh terhadap ukuran perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui ukuran perusahaan

Kata Kunci : Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

**A. PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan hampir semua negara menerapkan pembatasan-pembatasan untuk kegiatan termasuk menerapkan pengaturan *work from home* atau kerja dari rumah sebagai bagian dari usaha untuk keberlangsungan bisnis mereka. Bahkan institusi pendidikan mulai beralih ke sistem pembelajaran dari rumah dengan tingkat keberhasilan dan keberlanjutannya bergantung pada infrastruktur internet yang kuat. Pada saat pandemi Covid-19 banyak perusahaan yang mengalami kerugian yang sangat besar bahkan sampai gulung tikar. Banyak perusahaan yang tidak bisa beraktifitas dengan leluasa dikarenakan adanya pembatasan-pembatasan aktivitas yang dianjurkan pemerintah dalam rangka mencegah meluasnya penyebaran covid-19. Hal tersebut mengakibatkan banyak perusahaan yang tidak bisa menjual produknya dan berdampak kerugian yang besar. Situasi tersebut tidak berlaku bagi perusahaan telekomunikasi. Perusahaan telekomunikasi tetap eksis ditengah pandemic covid-19. Sektor telekomunikasi menjadi salah satu sektor yang masih memiliki daya tahan (resilience) di tengah pandemi Covid-19. Kebutuhan masyarakat akan gaya hidup digital dengan akses data internet selama pandemi Covid-19 turut menggerak kinerja emiten telekomunikasi (CNBC Indonesia 2020) Dengan adanya pembatasan-pembatasan aktivitas dan *Lockdown*, maka didalam melakukan interaksi dengan menggunakan media daring atau dengan internet dan media social.

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham yang dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (signalling theory). Harga saham cerminan berbagai keputusan investasi, pendanaan (financing) dan manajemen

aktiva. Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat dengan adanya tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai saham perusahaan merupakan cerminan dari kinerja perusahaan, dan kinerja keuangan perusahaan dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan secara khusus (Nasruddin & Mardiana 2021).

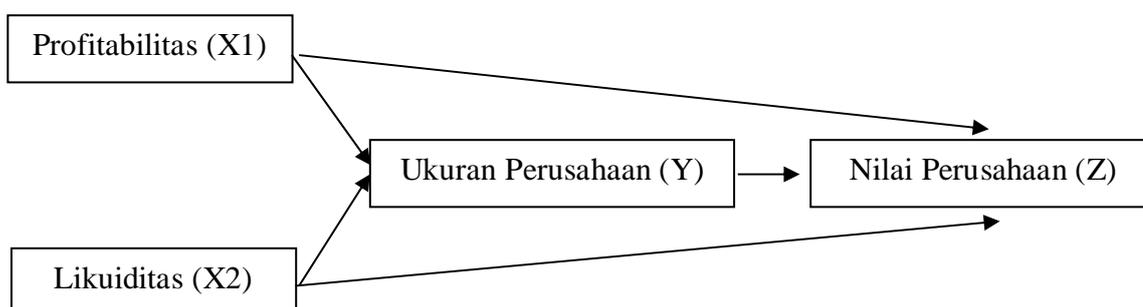
Rasio profitabilitas didefinisikan sebagai suatu alat untuk menganalisa pengukuran tingkat efisiensi usaha yang dicapai oleh badan usaha bersangkutan, selain itu profitabilitas juga digunakan sebagai kesanggupan dalam memperoleh laba (Rofifah 2020). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *return on asset* (ROA). Selain profitabilitas, nilai suatu perusahaan juga dipengaruhi oleh tingkat likuiditas. Menurut (Sondakh and Morasa 2019) likuiditas dapat diukur dengan menggunakan rasio. *Current Ratio* (CR) yang merupakan rasio antara aset lancar dibagi dengan hutang lancar. Besar kecilnya pembagian deviden kepada pemegang saham dapat dipengaruhi oleh likuiditas. Deviden dapat diartikan juga sebagai arus kas keluar, semakin besar jumlah kas tersedia, maka likuiditas perusahaan tersebut baik dan kemampuan perusahaan membayar deviden semakin besar. Likuiditas adalah kemampuan sebuah perusahaan dalam melunasi utang serta kewajiban jangka pendek yang dimiliki. Utang jangka pendek perusahaan tersebut meliputi utang usaha, pajak, deviden, dan lain sebagainya. Likuiditas juga dapat diartikan sebagai kemampuan individu atau perusahaan dalam melunasi utang dengan segera menggunakan harta lancar yang dimiliki. Tanpa memiliki kemampuan tersebut, perusahaan tidak akan mampu melakukan kegiatan operasional bisnis seperti biasa. Rasio likuiditas merupakan perbandingan aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Rasio ini dapat menjadi alat atau informasi yang dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan manajemennya. Rasio likuiditas merupakan indikator performa perusahaan dan situasi keuangan.

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan untuk menentukan suatu nilai perusahaan, disisi lain ukuran perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar keyakinan investor akan kemampuan dalam memberikan tingkat pengembalian investasi, dikarenakan semakin meningkatnya atau besar perusahaan maka kondisi perusahaan akan semakin stabil. Kestabilan tersebut menarik para investor untuk memahami suatu saham perusahaan. Untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi para investor lebih memilih bekerjasama dengan perusahaan besar. Jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan akan mengikuti peningkatan tersebut.

Permasalahan dalam penelitian ini didasarkan oleh adanya ketidakpastian dari hasil penelitian terdahulu (*research gap*) dan fenomena yang terjadi di Indonesia pada perusahaan telekomunikasi, dimana disaat banyak perusahaan lain mengalami kerugian bahkan gulung tikar, sementara perusahaan telekomunikasi sebaliknya, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI periode tahun 2019 – 2021.

### **Kerangka Pemikiran Penelitian**

Berdasarkan penjelasan landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent variable*) adalah profitabilitas (X1) dan likuiditas (X2), sedangkan untuk variabel terikatnya (*dependent variable*) adalah ukuran perusahaan (Y) dan nilai perusahaan (Z). Model penelitian dapat dilihat pada gambar berikut;



## Gambar 1 Kerangka Konseptual Peneliti

### **Rumusan Hipotesis**

#### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaann**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu. Perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak investor. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor). Nilai perusahaan adalah kondisi yang dicapai oleh perusahaan sebagai kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan setelah melalui proses kegiatan yang dilakukan dalam beberapa tahun, dari awal berdirinya sampai dengan saat ini.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aldi, Erlina, and Amalia 2020) dan penelitian yang dilakukan oleh (I Gusti Ayu Diah Novita Yanti 2019) profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

#### **H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.**

#### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan**

Likuiditas suatu usaha bisnis merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo dimana suatu perusahaan dipertanyakan kepemilikannya terhadap kecukupan sumber dana untuk membayar kreditor pada saat kewajiban jatuh tempo (Cookson et al. 2020). Hubungan teori sinyal dengan likuiditas, yang menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik akan memberikan sinyal positif berupa informasi yang baik dengan demikian investor diharapkan dapat membedakan perusahaan yang non-financial distress dan atau perusahaan yang financial distress.

Nilai perusahaan adalah bahwa nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor. Semakin baik nilai perusahaan akan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (I Gusti Ayu Diah Novita Yanti 2019) dan penelitian yang dilakukan oleh (Aldi, Erlina, and Amalia 2020) bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

#### **H2 : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

#### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Ukuran Perusahaann**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu. Perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak investor. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor). Ukuran perusahaan merupakan penentu dari keuantungan perusahaan. Kekayaan yang dimiliki perusahaan menunjukkan apakah perusahaan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau tidak. Ukuran perusahaan sendiri juga merupakan refleksi dari ukuran perusahaan yang muncul dalam nilai total aset perusahaan (Nabila Barnades and Suprihhadi 2020). Ukuran perusahaan mampu digunakan sebagai patokan para investor dalam memberikan investasinya dalam perusahaan. Dimana perusahaan yang baik mampu bertanggung jawab dalam pengembalian investasi. Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor penting untuk mengukur efektivitas pengaruh profitabilitas dan likuiditas.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

### **H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap ukuran perusahaan.**

#### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Ukuran Perusahaan**

Likuiditas suatu usaha bisnis merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo dimana suatu perusahaan dipertanyakan kepemilikannya terhadap kecukupan sumber dana untuk membayar kreditor pada saat kewajiban jatuh tempo (Cookson et al. 2020). Hubungan teori sinyal dengan likuiditas, yang menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik akan memberikan sinyal positif berupa informasi yang baik dengan demikian investor diharapkan dapat membedakan perusahaan yang non-financial distress dan atau perusahaan yang financial distress.

Ukuran perusahaan merupakan penentu dari keuntungan perusahaan. Kekayaan yang dimiliki perusahaan menunjukkan apakah perusahaan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau tidak. Ukuran perusahaan sendiri juga merupakan refleksi dari ukuran perusahaan yang muncul dalam nilai total aset perusahaan (Nabila Barnades and Suprihhadi 2020). Ukuran perusahaan mampu digunakan sebagai patokan para investor dalam memberikan investasinya dalam perusahaan. Dimana perusahaan yang baik mampu bertanggung jawab dalam pengembalian investasi. Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor penting untuk mengukur efektivitas pengaruh profitabilitas dan likuiditas. Ukuran perusahaan dengan tingkat profitabilitas dan likuiditas yang tinggi maka perusahaan akan semakin baik. Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan telekomunikasi karena pada saat pandemi Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

### **H4 : Likuiditas berpengaruh terhadap ukuran perusahaan**

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan penentu dari keuntungan perusahaan. Kekayaan yang dimiliki perusahaan menunjukkan apakah perusahaan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau tidak. Ukuran perusahaan sendiri juga merupakan refleksi dari ukuran perusahaan yang muncul dalam nilai total aset perusahaan (Nabila Barnades and Suprihhadi 2020). Ukuran perusahaan mampu digunakan sebagai patokan para investor dalam memberikan investasinya dalam perusahaan. Dimana perusahaan yang baik mampu bertanggung jawab dalam pengembalian investasi. Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor penting untuk mengukur efektivitas pengaruh profitabilitas dan likuiditas. Ukuran perusahaan dengan tingkat profitabilitas dan likuiditas yang tinggi maka perusahaan akan semakin baik. Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan telekomunikasi karena pada saat pandemic. Nilai Perusahaan adalah keadaan yang sudah diperoleh suatu perusahaan menjadi gambaran dari keyakinan masyarakat mengenai perusahaan sesudah melewati suatu prosedur aktivitas selama beberapa tahun, yakni sejak perusahaan didirikan sampai pada saat ini. Ukuran Perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Hidayat and Tasliyah (2022) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena dengan meningkatnya ukuran perusahaan maka nilai perusahaan juga ikut meningkat. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

### **H5 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan**

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui ukuran Perusahaan.**

Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba dalam suatu periode dan rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi (Wicaksono 2021). Hubungan *signaling theory*, dimana nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai baik akan cenderung diterima oleh para investor.

Nilai Perusahaan adalah keadaan yang sudah diperoleh suatu perusahaan menjadi gambaran dari keyakinan masyarakat mengenai perusahaan sesudah melewati suatu prosedur aktivitas selama

beberapa tahun, yakni sejak perusahaan didirikan sampai pada saat ini. Ukuran Perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H6 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui Ukuran Perusahaan**  
Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan.

Likuiditas suatu usaha bisnis merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo dimana suatu perusahaan dipertanyakan kepemilikannya terhadap kecukupan sumber dana untuk membayar kreditor pada saat kewajiban jatuh tempo (Cookson et al. 2020). Nilai Perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun. Apabila perusahaan mampu membayarkan kewajibannya, perusahaan dianggap dapat menyesuaikan ukuran kemampuan perusahaan, maka hal ini akan diinterpretasikan sebagai sinyal baik. Informasi yang dipandang cukup penting bagi investor karena informasi tersebut berkenaan dengan penilaian perusahaan.

Ukuran Perusahaan menjadi suatu ukuran yang dapat menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Dengan adanya nilai likuiditas dan nilai perusahaan pada ukuran perusahaan apabila tidak memenuhi nilai likuiditasnya maka nilai perusahaan tidak baik. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

**H7 : Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan**

## B. LANDASAN TEORI

### **Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

*Agency theory* (teori keagenan) merupakan hubungan keagenan sebagai kontrak di mana satu atau lebih orang (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian beberapa wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Jika kedua belah pihak dalam hubungan adalah pemaksimal utilitas.

Teori keagenan menjelaskan bahwa adanya pemisahan kewenangan antara pemilik perusahaan dan pelaksana perusahaan yang bertujuan agar kinerja perusahaan berjalan dengan efisien. Tujuan dari perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang diartikan sebagai memaksimalkan harga saham. Walaupun sasaran itu rasional dari sudut pandang operasionalisasi perusahaan, namun sudah diketahui pula sejak

lama bahwa manajer perusahaan mempunyai tujuan sendiri yang tidak jarang bertentangan dengan tujuan memaksimalkan pemegang saham. Bukan hanya pemegang saham selaku prinsipal saja yang akan mengawasi manajemen perusahaan, namun juga pihak eksternal yaitu kreditor juga mengawasi kinerjanya. Semakin banyak yang mengawasi maka peluang manajemen melakukan tindakan yang bisa merugikan perusahaan dan pemegang saham akan semakin kecil (Aldi, Erlina, dan Amalia, 2020).

### **Teori Sinyal (*signalling theory*)**

Teori Sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh (Spence, 1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Teori pensinyalan juga mengungkapkan bahwa dalam keadaan asimetri informasi (*signaling theory in circumstances of information asymmetry*) (Yasar, Martin, dan Kiessling, 2022). Hal positif dalam *signalling theory* dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan dengan perusahaan yang tidak memiliki berita bagus dengan menginformasikan pada pasar tentang keadaan yang di alami. *Signalling theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis. Kemunculan *Signaling Theory* dihasilkan dari studi tentang ekonomi informasi dalam

kondisi dimana pembeli dan penjual berhubungan dengan informasi asimetri ketika berinteraksi di pasar (Hariningsih dan Harsono, 2019).

Teori sinyal digunakan dalam penelitian ini karena teori ini berkaitan dengan informasi yang diberikan perusahaan melalui sinyal – sinyal positif yang dapat diterima oleh investor. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri.

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham (Suffah, 2016). Menjelaskan bahwa salah satu hal yang dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan dimana investor tersebut akan menanamkan modal. Harga saham tersebut atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham bisa dijadikan proksi sebagai nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan.

#### a. *Price Earning Ratio* (PER)

*Price Earning Ratio* (PER) mencerminkan banyak pengaruh yang kadang-kadang saling menghilangkan yang membuat penafsirannya menjadi sulit. Semakin tinggi resiko, semakin tinggi faktor diskonto dan semakin rendah rasio PER. Rasio ini menggambarkan apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Harga Per Lembar Saham}}$$

#### b. *Price to Book Value* (PBV)

Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi *Price to Book Value* (PBV) berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut.

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

#### c. Rasio Tobin's Q

Tobin's Q menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

$$Q = \frac{\text{EMV} + D}{\text{EBV} + D}$$

Dimana :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

EBV = Nilai Buku dari Total Aktiva

D = Nilai Buku dari Total Hutang

Tobin's Q juga dapat menggambarkan efektif dan efisiennya perusahaan dalam memanfaatkan segala sumber daya berupa aset yang dimiliki perusahaan (Dzahabiyya, Jhoansyah, dan Danial, 2020). Rasio Q lebih unggul daripada nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

### Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi (Hery, 2018). Sedangkan Rasio Profitabilitas atau *Profitability* memfokuskan pada hubungan hasil usaha dalam laporan laba rugi

dan sumber daya perusahaan yang tersedia sebagaimana dilaporkan dalam laporan posisi keuangan (Neraca).

Dalam praktiknya, terdapat bermacam jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Menurut Kasmir (2019) beberapa macam jenis rasio profitabilitas diantaranya adalah sebagai berikut.

a. Profit Margin (*Profit Margin on Sales*)

Profit margin on sales atau ratio profit margin atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama *profit margin*.

Menurut Kasmir (2019) terdapat dua rumus untuk mencari profit margin, yaitu sebagai berikut.

Untuk margin laba kotor, dengan rumus:

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

Untuk margin laba bersih, dengan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Penjualan}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

b. Hasil Pengembalian Investasi (*Return on Investment/ROI*)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama return on investment (ROI) atau return on total assets merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran rentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Disamping itu hasil pengembalian investasi menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin kecil (rendah) rasio ini, semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Menurut Kasmir (2019) rumus untuk mencari return on Investment dapat digunakan sebagai berikut;

$$\text{Return on Investment} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Asset}}$$

c. Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return on Equity*)

Hasil pengembalian ekuitas atau return on equity atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Menurut Kasmir (2019) rumus untuk mencari *Return on Equity (ROE)* dapat digunakan sebagai berikut;

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

d. Laba Per Lembar Saham Biasa (*Earning per Share of Common Stock*)

Rasio laba per saham biasa atau biasa disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, kesejahteraan pemegang saham meningkat. Dengan pengertian lain, tingkat pengembalian yang tinggi.

Keuntungan bagi pemegang saham adalah jumlah keuntungan setelah dipotong pajak. Keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham biasa adalah jumlah keuntungan dikurangi pajak, dividen, dan dikurangi hak-hak lain untuk pemegang saham prioritas.

Menurut Kasmir (2019) rumus untuk mencari laba per lembar saham biasa adalah sebagai berikut;

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa Yang Beredar}}$$

Hery (2018) menambahkan dua cara atau jenis tambahan untuk mendapatkan profitabilitas yang diantaranya adalah sebagai berikut.

Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Assets*)

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total aset.

Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Berikut ini adalah rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *Return on Asset* (ROA) (Kasmir 2019) ;

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Kontribusi total aset terhadap laba bersih suatu perusahaan sangat tidak baik jika besaran rasionya masih berada jauh di bawah rata-rata industri sejenis. Hal ini dapat disebabkan oleh:

- a) Aktivitas penjualan yang belum optimal;
- b) Banyaknya aset yang tidak produktif;
- c) Belum dimanfaatkannya total aset secara maksimal untuk menciptakan penjualan; dan/atau
- d) Terlalu besarnya beban operasional serta beban lain-lain.

### **Likuiditas**

Likuiditas dalam suatu usaha bisnis merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo dimana suatu perusahaan dipertanyakan kepemilikannya terhadap kecukupan sumber dana untuk membayar kreditor pada saat kewajiban jatuh tempo (Cookson *et al*, 2020). Pengertian umum likuiditas (*liquidity*) merupakan sebuah kemampuan perusahaan didalam memenuhi kewajiban untuk membayar utang jangka pendeknya, yakni; utang usaha, utang dividen, utang pajak, serta lain sebagainya.

Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengalami kesulitan membayar kewajibannya dalam jangka pendek, sehingga kreditur tidak perlu khawatir dalam memberikan pinjaman. likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. (Kasmir, 2019).

Menurut Kasmir (2019) terdapat jenis-jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan perusahaan, yaitu:

#### 1. Rasio lancar (*current ratio*)

Rasio lancar adalah ukuran yang umum digunakan atas solvensi jangka pendek. Rasio ini merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. *Current ratio* ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut (Kasmir 2019);

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liability}}$$

#### 2. Rasio cepat (*quick atau acid test ratio*)

Rasio cepat (*quick ratio*) atau rasio sangat lancar (*acid test ratio*) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang

lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*). Artinya, nilai sediaan kita abaikan, karena persediaan merupakan aktiva lancar yang kurang *liquid* dibanding dengan yang lain dan dianggap memerlukan waktu relatif lebih lama untuk diuangkan. *Quick ratio* ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut (Kasmir 2019);

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Asset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liability}}$$

### 3. Rasio kas (*cash ratio*)

Rasio kas (*cash ratio*) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas. *Cash ratio* ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut (Kasmir 2019):

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash Equivalent}}{\text{Current Liabilitas}}$$

Penilaian rasio likuiditas yang dipakai oleh peneliti adalah rasio lancar (*current ratio*) karena rasio lancar (*current ratio*) secara luas sebagai ukuran likuiditas mencakup kemampuannya untuk mengukur (1) kemampuan memenuhi kewajiban lancar. Semakin tinggi jumlah (kelipatan) aset lancar terhadap kewajiban lancar, maka semakin rendah keyakinan bahwa kewajiban lancar tersebut akan dibayar. (2) Penyangga kerugian. Semakin besar penyangga, maka semakin kecil risikonya. Rasio lancar menunjukkan tingkat keamanan yang tersedia untuk menutup penurunan nilai aset lancar non-kas pada saat aset tersebut dilepas atau dilikuidasi. (3) Cadangan dana lancar. Rasio lancar merupakan ukuran tingkat keamanan terhadap ketidakpastian dan kejutan seperti pemogokan dan kerugian luar biasa, dapat membahayakan arus kas secara sementara dan tidak terduga

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, dan nilai saham. Windi Novianti Reza Pazzila Hakim (2019) menjelaskan bahwa Ukuran Perusahaan dilihat dari bidang bisnis yang sedang dioperasikan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, serta tingkat penjualan rata-rata. Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba. Semakin besar suatu ukuran perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi karena didukung oleh aset yang besar sehingga kendala perusahaan dapat teratasi. Perusahaan yang memiliki total aktiva atau total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama.

Ukuran Perusahaan diukur dengan menggunakan *Logaritma natural* (Ln) dari total aktiva. *Logaritma natural* (Ln) digunakan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aktiva dibentuk *logaritma natural* yang bertujuan untuk membuat data jumlah aktiva terdistribusi secara normal (Priadi, 2018). Nilai total aktiva biasanya bernilai lebih besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, maka variabel total aktiva diperhalus menjadi Log Aktiva atau Ln Total Aktiva. Dengan menggunakan *Logaritma natural* (Ln) dari total aktiva dengan nilai ratusan milyar bahkan trilyun akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari total aktiva yang sesungguhnya.

Menurut Putu Ayu Widiastari (2018) Ukuran Perusahaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut;

$$\text{Size} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

Aset atau aktiva merupakan seluruh harta kekayaan yang dimiliki perusahaan yang akan digunakan untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan agar tercapainya tujuan perusahaan yang salah satunya adalah memperoleh keuntungan atau laba. Aktiva dapat dikelompokkan kedalam dua bagian, yaitu:

a. Aktiva Lancar

Aktiva lancar merupakan aktiva yang masa perputarannya digunakan dalam jangka waktu yang relatif singkat dimana tidak lebih dari satu tahun seperti kas, efek, investasi jangka pendek, piutang dagang, piutang wasel, persediaan, pendapatan dan perlengkapan.

b. Aktiva Tidak Lancar

Aktiva tidak lancar merupakan aktiva dengan siklus dan masa manfaat yang cukup lama atau lebih dari satu tahun. Aktiva tidak lancar terbagi menjadi tiga, yaitu:

1) Aktiva Tetap

Aktiva tetap merupakan kekayaan yang dimiliki perusahaan secara permanen seperti: tanah, bangunan dan gedung, peralatan, mesin, kendaraan dan inventaris.

2) Aktiva Tak Berwujud

Aktiva tak berwujud merupakan kekayaan yang secara fisik tidak dapat disentuh, dilihat dan diukur seperti: hak paten, hak guna bangunan, hak sewa, hak kontrak dan lain sebagainya.

3) Investasi Jangka Panjang

Aktiva ini meliputi seluruh investasi jangka panjang yang sekarang atau sebelumnya telah dilakukan oleh perusahaan. Contohnya perusahaan A berinvestasi di perusahaan B, maka nantinya perusahaan A harus mencatat aktivasinya yang berupa investasi di dalam neraca.

## C. METODE PENELITIAN

### Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel

Jenis data yang digunakan adalah Data Sekunder. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono 2016). Populasi merupakan totalitas semua nilai yang mungkin, hasil yang menghitung ataupun mengukur, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas ingin mempelajari sifat – sifatnya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2021 sebanyak 19 perusahaan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam memilih sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan jasa telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 sampai 2021.
2. Perusahaan jasa telekomunikasi yang menerbitkan *annual report* yang telah diaudit dan di publish di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini memperoleh sampel sebanyak 16 perusahaan atau 48 perusahaan sebagai observasi.

Tabel 2  
Populasi dan Sampel Penelitian

O	ETERANGAN	UMLAH
	populasi perusahaan Telekomunikasi di BEI 2019-2021	9
	sampel yang tidak sesuai kriteria; perusahaan Telekomunikasi yang tidak menerbitkan <i>Annual Report</i>	3
	sampel yang tidak sesuai kriteria; perusahaan Telekomunikasi yang menerbitkan <i>Annual Report</i>	5
	total Sampel observasi (16 x 3 th)	3

## Teknik Analisis Data

### Analisis Statistik Deskriptif

Statistik adalah rekapitulasi dari fakta yang berbentuk angka-angka disusun oleh dalam bentuk tabel dan diagram yang mendeskripsikan suatu permasalahan (Ghozali 2016) Uji statistik deskriptif dapat memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai tertinggi (*maxium*), nilai terendah (*minimum*), nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*).

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Uji yang digunakan adalah metode uji normalitas Kolmogorov Smirnov yaitu dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Dasar pengambilan keputusan ini yaitu jika probabilitas kurang dari 0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal dan jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka variabel berdistribusi normal. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi sesuai atau tidak atau bisa disebut normal atau tidak normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali 2016) menerangkan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF atau *variance inflation factors*. Apabila nilai *centered VIF (Variance Inflation Factor)*. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut (Ghozali 2016) :

- 1) Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* < 0,01, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
- 3) Jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas > 0,8 maka terjadi multikolinearitas. Tetapi jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas < 0,8 maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji tersebut adalah untuk menguji mengenai sama atau tidaknya variasi dari residualnya mempunyai observasi yang satu dengan yang lain. Apabila residualnya mempunyai varian yang sama bisa disebut atau terjadi homokedastisitas dan apabila variasinya tidak sama

maka disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji geljser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual.

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya (Gujarati, 2004). Sebagai pengertian dasar, residual adalah selisih antara nilai observasi dengan nilai prediksi; dan absolut adalah nilai mutlaknya. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi (Sig) > 0.05 kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
  - b) Jika nilai signifikansi (Sig) < 0.05 kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- d. Uji Autokorelasi

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu. Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik dipakai untuk prediksi. Masalah autokorelasi timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode 1 (berada) dengan kesalahan pengganggu periode 1-1 (sebelumnya). Dengan uji Run Test atau Uji Run dapat mengetahui keacakan dari suatu sampel. Keacakan ini menjadi syarat penting yang harus terpenuhi dalam eksperimen. Di samping itu, uji ini juga sering digunakan untuk mendeteksi autokorelasi. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji Autokorelasi dengan menggunakan run test adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai asymtotic uji Runtest signifikansi (Sig) > 0.05 kesimpulannya adalah sampel acak atau random, sehingga sampel memenuhi persyaratan.
- 2) Jika nilai asymtotic uji Runtest signifikansi (Sig) < 0.05 kesimpulannya adalah sampel tidak acak atau tidak random, sehingga sampel tidak memenuhi persyaratan.

## Regresi dengan Path Analisis

### Persamaan Regresi

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (*multiple regression*) sebagai alat pengolah data. Data yang digunakan adalah data *time series* selama 3 tahun terakhir yaitu tahun 2019 - 2021 dan data *cross section* dari perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel Intervening pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2021 dengan persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Y + \varepsilon$$

Keterangan :

Z	: Nilai Perusahaan
$\alpha$	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	: Koefisien Regresi
X1	: Profitabilitas
X2	: Likuiditas
Y	: Ukuran Perusahaan
$\varepsilon$	: Standar error

## Uji Hipotesis

### 1) Analisis Jalur

Analisis Jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali 2016). Teknik analisis jalur ini akan digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap digram jalur dari hubungan kausal antar variabel X1 dan X2 terhadap Z serta dampaknya kepada Y. Persamaan dalam model ini terdiri dari dua tahap, yaitu

Persamaan Model 1:  $Z = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 Z + \varepsilon$

Persamaan Model 2:  $Y = b_1 Z + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 Z + \varepsilon$

Keterangan:

$\varepsilon$  = Faktor Error

X1 = Profitabilitas

X2 = Likuiditas

Y = Ukuran Perusahaan

Z = Nilai Perusahaan

Setelah mendapatkan 2 model langkah selanjutnya adalah menghitung persamaan regresi. Setelah diperoleh perhitungan (*output*) dalam bentuk ringkasan, ANOVA, dan koefisien interpretasi dari hasil uji hipotesis analisis jalur untuk persamaan substruktur 1 dan 2:

- 1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
- 2) Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan
- 3) Pengaruh Profitabilitas terhadap Ukuran Perusahaan
- 4) Pengaruh Likuiditas terhadap Ukuran Perusahaan
- 5) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independent terhadap dependen pengujian yang dilakukan adalah uji t yang digunakan secara parsial. Sementara untuk melihat besarnya pengaruh menggunakan jumlah beta atau koefisien standar. Maka langkah pengujian hipotesisnya adalah:

- 1) Menentukan hipotesis yang H0 dan H1
- 2) Hitung besarnya t hitung, besarnya t hitung dapat dilihat dalam perhitungan tabel koefisien
- 3) Hitung besarnya ttabel dengan tarif tingkat 0,05 dan *Degrees of Freedom* (DF) dengan kondisi berikut:  $DF = n - k$
- 4) Menentukan kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut: Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka H0 ditolak dan H1 diterima. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak
- 5) Membuat keputusan mengenai apakah ada pengaruh dari masing-masing variabel X1 dan X2 pada Z dan Y

Menghitung pengaruh atau efek langsung dan tidak langsung dari persamaan model 1 dan 2:

- 2) Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Dalam pengaruh efek langsung menjelaskan bahwa untuk mengetahui efek langsung menggunakan rumus sebagai berikut:

- a) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan  
 $X_1 \rightarrow Y$  (PZX1)
- b) Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan  
 $X_2 \rightarrow Y$  (PZX2)
- c) Pengaruh Profitabilitas terhadap Ukuran Perusahaan  
 $X_1 \rightarrow Z$  (PYX1)
- d) Pengaruh Likuiditas terhadap Ukuran Perusahaan  
 $X_2 \rightarrow Z$  (PZX2)
- e) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan  
 $Y \rightarrow Z$  (PYZ)

## 3) Pengaruh tidak langsung

Pengaruh tidak langsung dalam hal ini menjelaskan bahwa untuk mengetahui efek tidak langsung menggunakan rumus sebagai berikut:

- a) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan

$$X_1 \rightarrow Y \rightarrow Z (PYX_1 \times PYZ)$$

- b) Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan

$$X_2 \rightarrow Y \rightarrow Z (PYX_2 \times PYZ)$$

#### D. HASIL PENELITIAN

##### Hasil Penelitian

Penelitian ini akan mendeskripsikan data olahan dari laporan keuangan perusahaan setiap tahunnya yang akan digunakan sebagai dasar analisis data. Sehingga di dalam penelitian ini dapat menjelaskan terkait pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel intervening pada perusahaan telekomunikasi di BEI.

##### Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan data sampel penelitian maka dapat di analisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif agar lebih mudah untuk dipahami. alat yang digunakan untuk menggambarkan hasil dari metode analisis deskriptif yaitu mengenai informasi nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (mean), dan nilai standar deviasi. Ringkasan hasil analisis deskriptif disajikan dalam tabel berikut :

Tabel I Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	48	-.413900	.572900	.08915208	.181552994
Likuiditas	48	.021810	1.808640	.67976792	.490634954
Ukuran Perusahaan	48	21.906830	33.255700	29.02768375	2.644040968
Nilai Perusahaan	48	.148610	2.167010	.98458021	.437587382
Valid N (listwise)	48				

Sumber : Output SPSS 26

##### 1) Analisis Deskriptif Variabel Profitabilitas

Sampel/data 48 perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2019 – 2021. yang diteliti menunjukkan nilai minimum sebesar -0,413900 %, nilai maksimum sebesar 0,572900 % dan nilai rata-rata sebesar 0,08915208 % .

Likuiditas pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2019 – 2021 yang diteliti menunjukkan nilai minimum (terendah) sebesar 0,021810 dan tertinggi (maximum) sebesar 1,808640, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,67976792.

##### 2) Analisis Deskriptif Variabel Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2019 – 2021. yang diteliti memiliki nilai minimum sebesar 21,906830, nilai maksimum sebesar 33,255700 dengan rata-rata sebesar 29,02768375. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan ukuran perusahaan yang semakin besar, mendekati nilai maksimum..

##### 3) Analisis Deskriptif Variabel Nilai Perusahaan

Nilai Tobin's Q dari perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2019 – 2021 yang diteliti mempunyai nilai minimum sebesar 0,148610, nilai maksimum sebesar 2,167010 dengan nilai rata-rata sebesar 0,98458021. Nilai rata-rata Tobin's Q sebesar 0,98458021 hal ini menunjukkan mendekati 1, maka nilai perusahaan mendekati besarnya nilai aktiva yang tercatat (Herninta, 2019).

##### Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik merupakan syarat untuk melakukan analisis regresi, agar regresi sebagai estimasi bisa tepat/tidak bias/tidak menyimpang. (Catatan: regresi sbg estimasi yaitu mengestimasi variabel Y/dependen berdasarkan variabel X/var.independen).

### 1) Uji Multikolinearitas

Tabel II Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	.904	.597			1.514	.137		
Profitabilitas	.665	.289	.276		2.303	.026	.867	1.153
Likuiditas	.536	.102	.601		5.260	.000	.955	1.047
Ukuran Perusahaan	-	.020	-.071		-.586	.561	.837	1.195
	.012							

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 26

Hasil menunjukkan nilai tolerance X1 (Profitabilitas) = 0,867, X2 (Likuiditas) = 0,955 dan Y (Ukuran Perusahaan) = 0,837 > 0,10 dan nilai VIF untuk variabel X1 (Profitabilitas) = 1,153, X2 (Likuiditas) = 1,047 dan Y (Ukuran Perusahaan) = 1,195 < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

### 2) Uji Autokorelasi

Tabel III Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.02826
Cases < Test Value	24
Cases >= Test Value	24
Total Cases	48
Number of Runs	22
Z	-.729
Asymp. Sig. (2-tailed)	.466
a. Median	

Sumber : Output SPSS 26

Hasil menunjukkan keadaan yang signifikan tidak signifikan 0,466 > 0,05 hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi)

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan gleder menunjukkan p-value (sig) dari variabel X1 (Profitabilitas) = 0,867, X2 (Likuiditas) = 0,955 dan Y (Ukuran Perusahaan) = 0,004 < 0,05 (ada yang signifikan) ini berarti terjadi Heteroskedastisitas (tidak lolos uji heteroskedastisitas). Kemudian dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Spearman's Rho, hasilnya sebagai berikut :

Tabel IV Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations			
			Profitabilitas	Likuiditas	Ukuran Perusahaan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Profitabilitas	Correlation Coefficient	1.000	.116	.322	-.002
		Sig. (2-tailed)	.	.431	.026	.988
		N	48	48	48	48
	Likuiditas	Correlation Coefficient	.116	1.000	-.131	-.005
		Sig. (2-tailed)	.431	.	.374	.975
		N	48	48	48	48
	Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	.322	-.131	1.000	.075
		Sig. (2-tailed)	.026	.374	.	.612
		N	48	48	48	48
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.002	-.005	.075	1.000
		Sig. (2-tailed)	.988	.975	.612	.
		N	48	48	48	48

Sumber : Output SPSS 26

Hasil menunjukkan p-value (sig) dari variabel) X1 (Profitabilitas) = 0,988, X2 (Likuiditas) = 0,975 dan Y (Ukuran Perusahaan) = 0,612 > 0,05 (tidak ada yang signifikan) ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

#### 4) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu /residu berdistribusi normal. Residu berdistribusi normal bila p-value (signifikansi) > 0,05

Tabel V Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.32386090
Most Differences	Extreme Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.075
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Output SPSS 26

Uji Normalitas menggunakan uji kolmogorov Smirnov. Besarnya p-value (signifikansi) = 0,200 > 0,05, menunjukkan keadaan yang tidak signifikan. Hal ini bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

#### Analisis Regresi dengan Path Analysis

Analisis jalur bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel eksogen dengan variabel endogen. Analisis jalur merupakan instrument penting yang dapat membantu dalam menentukan

ada atau tidaknya pola hubungan dalam suatu penelitian yang konsisten terhadap formulasi teori khusus. Analisis jalur merupakan perluasan dari model regresi, yang digunakan untuk menguji

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	29.289	.636		46.076	.000
	Profitabilitas	5.200	1.986	.357	2.618	.012
	Likuiditas	-1.067	.735	-.198	-1.451	.154

a. Dependent Variable: Ukuran Perusahaan

matriks korelasi pada model kausal yang dibandingkan oleh peneliti.

Tabel X Hasil Koefisien Uji Regresi

### 1) Koefisien Jalur Model 1

Bahwa pada table koefisien nilai profitabilitas (X1) adalah  $0,012 < 0,05$  berarti profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap ukuran perusahaan. Sedangkan nilai likuiditas pada table sebesar  $0,154 > 0,05$ , hal ini berarti variabel likuiditas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap ukuran perusahaan.

Tabel XI Hasil *Model Summary* Uji Autokorelasi

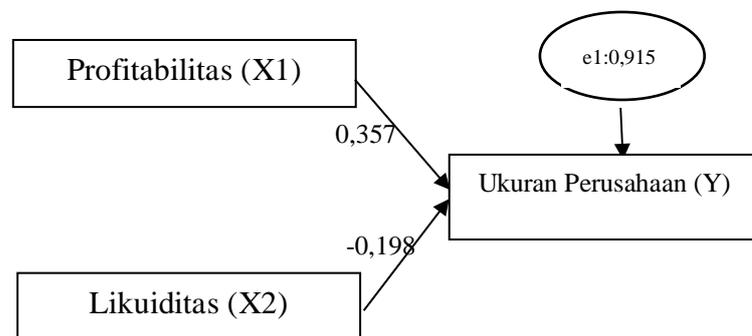
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.404 <sup>a</sup>	.163	.126	2.47175

a. Predictors: (Constant), Likuiditas, Profitabilitas

Besarnya nilai R Square adalah 0,163, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh profitabilitas (X1) dan likuiditas (X2) terhadap ukuran perusahaan (Y) sebesar 16,3 % sementara sisanya 83,7 %, merupakan kontribusi dari variabel – variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sementara itu nilai e1 adalah  $\sqrt{(1-0,163)} = 0,915$

Sehingga diperoleh diagram jalur model struktur 1 sebagai berikut :



Gambar 2 Koefisien Jalur model 1

### 2) Koefisien Jalur Model 2 :

Tabel XII Koefisien Hasil Uji Regresi dengan *Path Analysis*

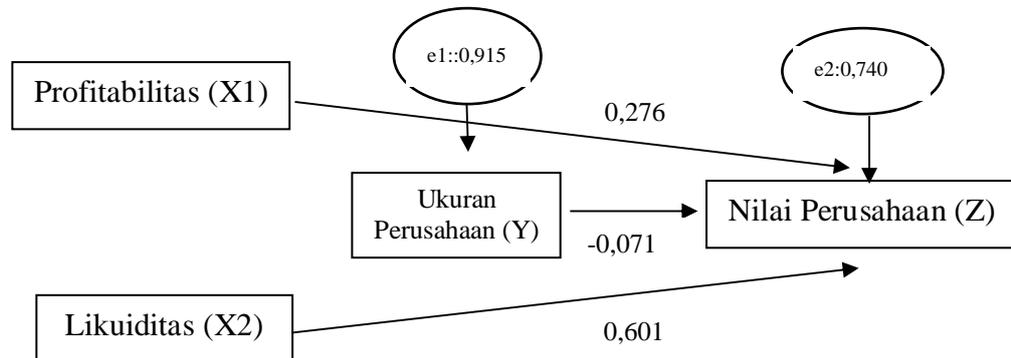
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.904	.597		1.514	.137
	Profitabilitas	.665	.289	.276	2.303	.026
	Likuiditas	.536	.102	.601	5.260	.000
	Ukuran Perusahaan	-.012	.020	-.071	-.586	.561

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Bahwa pada table koefisien nilai profitabilitas (X1) adalah  $0,026 < 0,05$  berarti profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai likuiditas pada table sebesar  $0,000 > 0,05$ , hal ini berarti variabel likuiditas (X2) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Besarnya nilai R Square adalah 0,452, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh profitabilitas (X1) dan likuiditas (X2) terhadap nilai perusahaan (Z) sebesar 45,2 % sementara sisanya 54,8 %, merupakan kontribusi dari variabel – variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sementara itu nilai  $e_2$  adalah  $\sqrt{(1-0,452)} = 0,740$ . Sehingga diperoleh diagram jalur model struktur 2 sebagai berikut :



Gambar 3 Koefisien Jalur Model 2

a. Uji Hipotesis

### Pengaruh langsung.

1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 <sup>a</sup>	.452	.415	.33472

a. Predictors: (Constant),

Berdasarkan pada hasil uji *regression linier* dengan *path analysis* menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,026 < 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

2) Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada hasil uji *regression linier* dengan *path analysis* menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

### 3) Pengaruh Profitabilitas terhadap Ukuran Perusahaan

Berdasarkan pada hasil uji *regression linier* dengan *path analysis* menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap ukuran perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0.012 < 0.05$ . Hal ini berarti hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap ukuran perusahaan diterima.

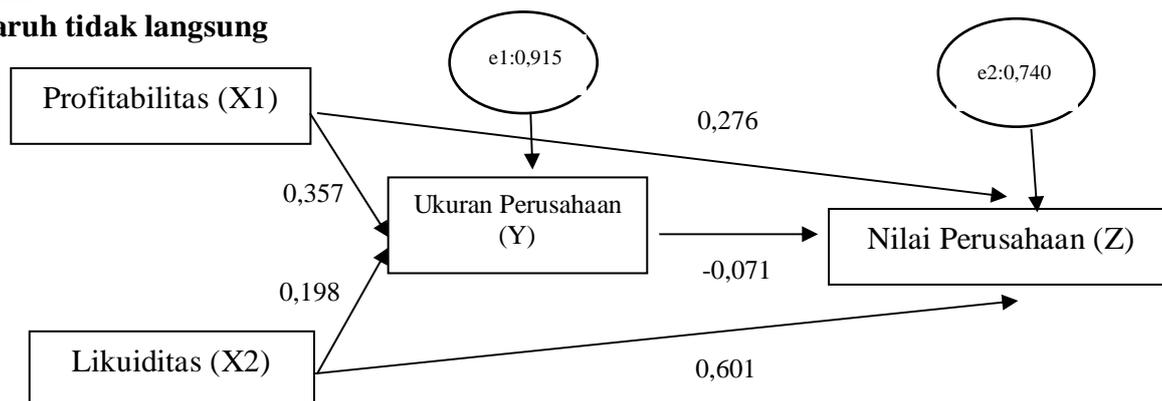
### 4) Pengaruh Likuiditas terhadap Ukuran Perusahaan

Berdasarkan pada hasil uji *regression linier* dengan *path analysis* menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap ukuran perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0.154 > 0.05$ . Hal ini berarti hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap ukuran perusahaan tidak diterima.

### 5) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada hasil uji *regression linier* dengan *path analysis* menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar  $-0,071$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.651 > 0.05$ . Hal ini berarti hipotesis kelima (H5) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak diterima.

### Pengaruh tidak langsung



Gambar 4 Model *Path Analysis*

### 6) Pengaruh Profitabilitas (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Z) melalui Ukuran Perusahaan (Y)

Pengaruh langsung X1 terhadap Z sebesar 0,276, sedangkan pengaruh tidak langsung X1 terhadap Z melalui Y adalah perkalian antara nilai beta X1 terhadap Y dengan nilai beta Y terhadap Z yaitu :  $0,357 \times (-0,071)$  sebesar  $-0,025$ , maka total yang diberikan X1 terhadap Z adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu  $0,276 + (-0,025) = 0,251$ . Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,276 dan pengaruh tidak langsung sebesar  $-0,025$  yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X1 melalui Y tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Z.

### 7) Pengaruh Likuiditas (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Z) melalui Ukuran Perusahaan (Y).

Pengaruh langsung X2 terhadap Z sebesar 0,601, sedangkan pengaruh tidak langsung X2 terhadap Z melalui Y adalah perkalian antara nilai beta X2 terhadap Y dengan nilai beta Y terhadap Z yaitu :  $0,198 \times (-0,071)$  sebesar  $-0,014$ , maka total yang diberikan X2 terhadap Z adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu  $0,601 + (-0,014) = 0,587$ . Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,601 dan pengaruh tidak langsung sebesar  $-0,014$  yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih

kecil dibandingkan pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X2 melalui Y tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Z.

## E. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap ukuran perusahaan.
4. Hasil penelitian tidak membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap ukuran perusahaan.
5. Hasil penelitian tidak membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6. Hasil penelitian tidak membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui ukuran perusahaan.
7. Hasil penelitian tidak membuktikan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui ukuran perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Ekadjaja, David Holyfil,. 2021. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Paradigma Akuntansi* 3(2): 497.
- Aldi, M. Fahriyal, Erlina Erlina, and Khaira Amalia. 2020. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap NILAI Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018.” *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 4(1): 264–73.
- Apriliyanti, Vivi, Hermi Hermi, and Vinola Herawaty. 2019. “Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti* 6(2): 201–24.
- Artati, Dwi, and Akbar Tendi Sasongko. 2022. “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.” *Majalah Imiah Manajemen dan Bisnis* 19(1): 67–78.
- Bitu, Femelia Yovita, Sri Hermuningsih, and Alfiatul Maulida. 2021. “Pengaruh Profitabilitas Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Syntax Transformation* 2(3): 298–306.
- CNBC. 2020. “Perusahaan Telekomunikasi Paling Cuan Saat Pandemi Covid-19.” *CNBC Indonesia*: <https://www.cnbcindonesia.com/market/2020061115440>.  
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20200611154403-17-164699/perusahaan-telekomunikasi-paling-cuan-saat-pandemi-covid-19>.
- Cookson, Maria Dimova et al. 2020. “Analisis Kinerja Keuangan Pt. Kimia Farma (Persero) Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial Available* 5(1): 1–14.
- Dewantari, Ni Luh Surpa, Wayan Cipta, and Gede Putu Agus Jana Susila. 2020. “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei.” *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1(2): 74.
- Dzahabiyya, Jauza, Dicky Jhoansyah, and R Deni Muhammad Danial. 2020. “Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin’s Q.” *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara* 3(1): 46–

55.

- Ernawati dan Widyawati. 2015. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 4 No. 4.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*. 5th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariningsih, Endang, and Mugi Harsono. 2019. "Kajian Kritis Kontribusi Signaling Theory Pada Area." *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 2(2): 241–57.
- Hasibuan, B. 2014. "Pengaruh Current Ratio, Return On Equity, Total Asset Turnover Terhadap Price To Book Value Dengan Size Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bei Periode 2009-2013)." *Jurnal Universitas Riau* 3.
- Hertina, Dede, Mohamad Bayu, Herdiawan Hidayat, and Dara Mustika. 2019. "Ukuran Perusahaan , Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas." 3(1).
- Hery. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. ed. Adi Pramono. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hidayat, Imam, and Mayla Tasliyah. 2022. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)* 5(1): 94.
- I Gusti Ayu Diah Novita Yanti, Ni Putu Ayu Darmayanti - 2019. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman Periode 2014-2017." 8(4): 2297–2324.
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. 2 edition. Indonesia: RajaGrafindo Presada.
- Kolamban, Dea V, Sri Murni, and Dedy N Baramuli. 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): 174–83.
- Lumoly, Selin, Sri Murni, and Victoria N. Untu. 2018. "PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal EMBA* 6(3): 1108–17.
- Meckling, C. Jensen and William H. 1976. "Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure." *Journal of Financial Economics* 3: 305–60.
- Mery, Kiki. 2017. "Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia." *JOM Fekon* 4(1): 2000–2014.
- Mudjijah, Slamet, Zulvia Khalid, and Diah Ayu Sekar Astuti. 2019. "Mudjijah Dkk." *Jurnal Akuntansi Keuangan* 8(1): 41–56.
- Muzdalifah, Alifatul. 2018. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(1): 1–16.
- Nabila Barnades, Adelianna, and Heru Suprihadi. 2020. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei Periode (2014-2018)." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9(6): 1–20.
- Nashar, Muhammad, Nilda Tartilla, and Wulan Wahyuni Rossa Putri., 2022. "Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Bod Diversity Sebagai Variabel Moderasi." *Solusi* 20(3): 290.
- Nasruddin & Mardiana. 2021. "Pengaruh Likuiditas Dan Solvabilitas Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderator Terhadap Harga Saham Pada Bank Umum Pemerintah Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018." 7(1): 1–13.
- Ni Putu Alma Kalya Almira, Ni luh Putu Wiagustini. 2020. "Return On Asset, Return On Equity, Dan Earning Per Share Berpengaruh Terhadap Return Saham." *E-Jurnal Manajemen Universitas*

- Udayana* 3(2): 58–66.  
<http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>.
- Nina Shabrina. 2019. “Analisis Rasio Profitabilitas Dan Rasio Likuiditas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Astra Internasional, Tbk.” 2(3): 62–75.
- Pohan, Hotman tohir, Ice Nasyrah Noor, and Yudha Fatrya Bhakti. 2019. “Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Akuntansi Trisakti* 5(1): 41–52.
- Pribadi, Mita Tegar. 2018. “Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar Yang Terdaftar Di Perusahaan Bursa Efek Indonesia.” In *Http://Proceedings.Stiewidyagamalumajang.Ac.Id/Index.Php/Progress*, , 1400.
- Putu Ayu Widiastari, Gerianta Wirawan Yasa. 2018. “Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2015.” *Akuntansi Universitas Udayana Vol.23.2 Mei (2018): 957-981. ISSN 2302-8556* 23.2.
- Rahayu, Mike Mega, and Rini Fatmala. 2020. “Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis (The Indonesian Journal of Management & Accounting)* 8(2): 123.
- Rizky Kusumo. 2021. “Industri Telekomunikasi Indonesia Berawal Dari Kartu Pos Menuju Jaringan Digital.”
- Rofifah, Dianah. 2020. “Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Profitabilitas Pada Pt. Bank Bca Syariah Tahun Buku 2018-2020.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 12: 12–26.
- Rutin, Rutin, Triyonowati Triyonowati, and Djawoto Djawoto. 2019. “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating.” *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)* 6(01): 126–43.
- Selin Lumoly, Sri Murni, Victoria N. Untu. 2018. “PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).” *Jurnal EMBA* 2(1): 1108–17.
- Setyawan, Nanda Putra. 2016. “Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas ,Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia).” *Eprints Dinus*: 0–1.
- Sondakh, Renly, and Jenny Morasa. 2019. “Ipteks Mengukur Nilai Perusahaan Di Pasar Modal Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat* 3(1): 17–22.
- Spence. 1973. “I Shall Argue That the Paradigm Case of the Market with This Type of Informational Structure Is the Job Market and Will Therefore Focus upon It . By the End I Hope It Will Be Clear ( Although Space Limitations Will Not Permit an Extended Argument ) That A.” *The Quarterly Journal of Economics* 87(3): 355–74.
- Sri Isfantin Puji Lestari; Dr, SE; 2020. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Surakarta: STIE Wijaya Mulya Surakarta.
- Suffah, Roviqotus and Akhmad Riduwan. 2016. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan.” *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5 No 2.
- Sugiyono, A. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suardika dan Mustanda. 2017. “Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Umumnya Suatu Perusahaan Akan Selalu Berusaha Untuk Mencapai Tujuannya , Baik Tujuan Jangka Panjang Misalnya Mampu Meningkatkan Nilai Perusahaan Dan Mensejahterakan Pemegang Saham.” 6(3): 1248–77.

- Syarinah Sianipar. 2017. “Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” (July): 1–7.
- Wahyuni, Ika, M. Aris Pasigai, and Faidhul Adzim. 2019. “Analisis Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT. Biringkassi Raya Semen Tonasa Group Jl . Poros Tonasa 2 Bontoa Minasate’ne Pangkep.” *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 3(1): 22–35.  
[https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability%0Ahttps://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiB3InE\\_bX2AhUvUGwGH a48CTQQFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Fjournal.unismuh.ac.id%2Findex.php%2Fprofitability%2Fart](https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability%0Ahttps://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiB3InE_bX2AhUvUGwGH a48CTQQFnoECAsQAQ&url=https%3A%2F%2Fjournal.unismuh.ac.id%2Findex.php%2Fprofitability%2Fart).
- Wicaksono, Dimas. 2021. 3 Kinerja *Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan*.
- Windi Novianti Reza Pazzila Hakim. 2019. “Harga Saham Yang Dipengaruhi Oleh Profitabilitas Dan Struktur Aktiva Dalam Sektor Telekomunikasi.” : 19–32.
- Yasar, Burze, Thomas Martin, and Timothy Kiessling. 2022. “Signaling Theory and the Role of Incentives and Rewards in Attracting Talent.” *Management Research Review* 43(11): 1309–35.
- Zubir. 2017. “Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Volatilitas Pendapatan, Dan Resiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Moderating Pada Saham Jii(Jakarta Islamic Index)Di Bursa Efek Indonesia.” 02.

