Indo Green Journal
https://idngreen.com/index.php/green

e-ISSN: 3025 – 4574, p-ISSN: 3025 – 2679
Volume 4 Nomor 4 Tahun 2026
Halaman: 648 – 659

RESEARCH ARTICLE

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Sella Putri Oktaviani[1], Rinny Meidiyustiani[2]
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur Jakarta, Indonesia
sellaputrioktaviani@gmail.com[1], rinny.meidiyustiani@budilihur.ac.id[2]

Kata Kunci: *Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada laporan keuangan periode 2020-2024. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 83 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan program SPSS versi 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Keyword: *Firm size, Firm age, Leverage, Profitability, Firm Value*

Abstract

This study aims to examine the effect of firm size, firm age, leverage, and profitability on firm value. The population of this study consists of primary consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) based on their financial statements for the 2020–2024 period. The sampling technique employed was purposive sampling, resulting in a final sample of 83 companies. The data were analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of IBM SPSS Statistics version 26.0. The results indicate that firm size and firm age have no significant effect on firm value. Meanwhile, leverage and profitability have a positive and significant effect on firm value. Simultaneously, firm size, firm age, leverage, and profitability have a significant effect on firm value.

Information Production:
© 2026 *by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)*

PENDAHULUAN

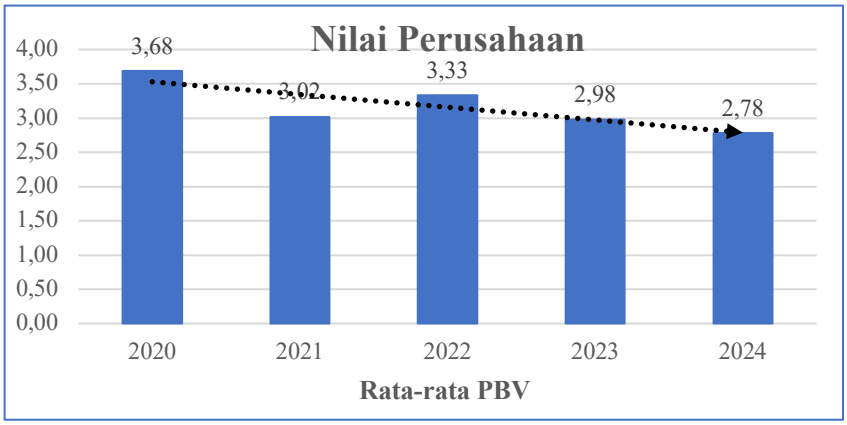
Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan terus berubah, banyak perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan daya saing sekaligus mempertahankan keberlangsungan operasional usahanya dalam jangka panjang. Perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian laba semata, tetapi juga harus harus berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan sebagai bentuk keberhasilan dalam mengelola sumber daya dengan cara yang optimal (Darma Et.al, 2023).

Nilai perusahaan menjadi gambaran kondisi perusahaan yang tercermin dari harga pasar saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan yang mencerminkan meningkatnya kepercayaan investor terhadap potensi perusahaan tersebut (Ardiyanto & Haryanto, 2023). Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami berbagai faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan agar mampu mempertahankan eksistensi dan menarik minat investor di pasar modal. Keberhasilan tersebut biasanya terlihat dari pergerakan harga saham, yang kemudian dapat diukur melalui indikator seperti *Price to Book Value* (PBV). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai aspek, mulai dari kinerja operasional, pertumbuhan penjualan, struktur modal, hingga reputasi perusahaan. PBV adalah rasio yang membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan, yang digunakan untuk menilai apakah saham perusahaan tersebut tergolong mahal atau murah (Pratama & Asyik, 2022).

Berdasarkan grafik gambar 1, dapat dilihat bahwa rata – rata nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi primer di indonesia yang diukur melalui *Price to Book Value* (PBV), sektor industri barang konsumsi primer selama tahun 2020-2024 mengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun dari tahun ke tahun. Nilai rata-rata *Price to Book Value* (PBV) tercatat sebesar 3,68 kali pada tahun 2020 yang mencerminkan masa pemulihan awal pandemi *Covid-19*. Meskipun pandemi melanda dunia sejak awal 2020, sektor industri konsumsi primer di indonesia meningkat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) perekonomian Indonesia mengalami kontraksi sebesar 2,07% pada tahun 2020 akibat pandemi, namun konsumsi rumah

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

tangga tetap menjadi kontributor terbesar terhadap produk domestik bruto (PDB). Kondisi tersebut membuat sektor barang konsumsi primer dianggap lebih defensif dibandingkan sektor lainnya.



Gambar 1. Grafik Rata – Rata Pergerakan PBV perusahaan sektor industri barang konsumsi primer (2020–2024)
Sumber: Bursa Efek Indonesia, (data olahan sendiri, 2026).



Gambar 2. Grafik Indeks Harga Saham Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Primer (2020–2024)
Sumber : Investing.com, (2026).

Berdasarkan grafik gambar 2 diatas, pergerakan sektor konsumsi primer periode 2020-2024 terlihat bahwa sektor ini mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 sektor ini mengalami penurunan sebesar 16,04% akibat dampak pandemi Covid-19 yang menekan aktivitas ekonomi dan daya beli masyarakat. Memasuki tahun 2021, sektor ini mengalami pemulihan dengan kenaikan sebesar 19,43% seiring membaiknya kondisi ekonomi dan meningkatnya konsumsi rumah tangga. Namun pada tahun 2022, sektor kembali turun sebesar 5,68% karena tekanan inflasi dan kenaikan harga bahan baku. Penurunan semakin besar pada tahun 2023, yaitu sebesar 26,33%, yang menunjukkan adanya tekanan pada profitabilitas perusahaan dan melemahnya daya beli masyarakat. Pada tahun 2024, sektor mulai membaik kembali dengan kenaikan sebesar 4,43%. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa meskipun sektor consumer non-cyclical tergolong sektor yang relatif stabil karena berkaitan dengan kebutuhan pokok, pergerakannya tetap dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan perubahan daya beli masyarakat.

Faktor pertama yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu karakteristik yang mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan dan umumnya diukur melalui total aset, total penjualan, nilai pasar saham, maupun logaritma natural dari total aset (Nasihin et al., 2025). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih memadai, akses yang lebih luas terhadap pendanaan, serta kemampuan yang lebih baik dalam menjalankan kegiatan operasional dan menghadapi persaingan bisnis, sehingga memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. Selain itu, perusahaan yang memiliki total aset besar umumnya dipandang lebih stabil dan mampu menjaga keberlangsungan usahanya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan menarik minat pasar untuk berinvestasi. Meningkatnya kepercayaan investor tersebut dapat mendorong kenaikan harga saham yang pada akhirnya

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hubungan tersebut didukung oleh penelitian Agustin dan Ekadjaja (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yang menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang dapat dicapai. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian Nasihin et al., (2025) yang juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang juga diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Namun, hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian Vick dan Tjhai (2024) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga mengindikasikan bahwa besarnya aset yang dimiliki perusahaan belum tentu menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan karena masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi pembentukan nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian merupakan suatu pendekatan yang dilakukan secara naturalistik guna memperoleh data yang relevan, sesuai dengan tujuan dan kegunaan yang telah ditetapkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022). Filsafat positivisme merupakan suatu filsafat yang memandang fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkret, teramati, terukur, dan hubungan antar gejala bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2022). Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan tipe penelitian asosiatif kausal. Metode penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel independen sebagai variabel yang memengaruhi (X) dengan variabel dependen sebagai variabel yang dipengaruhi (Y) (Sugiyono, 2022).

Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) dalam penelitian (Fikri & Pratama, 2022) teknik pengumpulan data dapat diklasifikasikan berdasarkan sumbernya, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dan disampaikan langsung kepada peneliti. Sementara itu, sumber sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung, melainkan melalui pihak lain atau berasal dari dokumen dan arsip yang telah tersedia sebelumnya.Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder atau data kuantitatif. Data sekunder atau data kuantitatif merupakan data yang dikumpulkan peneliti dari sumber yang telah tersedia sebelumnya.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2022) dalam penelitian (Muthahharah & Fatwa, 2022) metode regresi linier berganda ialah alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mamhami sejauh mana variabel-variabel bebas akan berkontribusi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat. Penelitian ini menggunakan model analisis yang dirumuskan sebagai berikut:

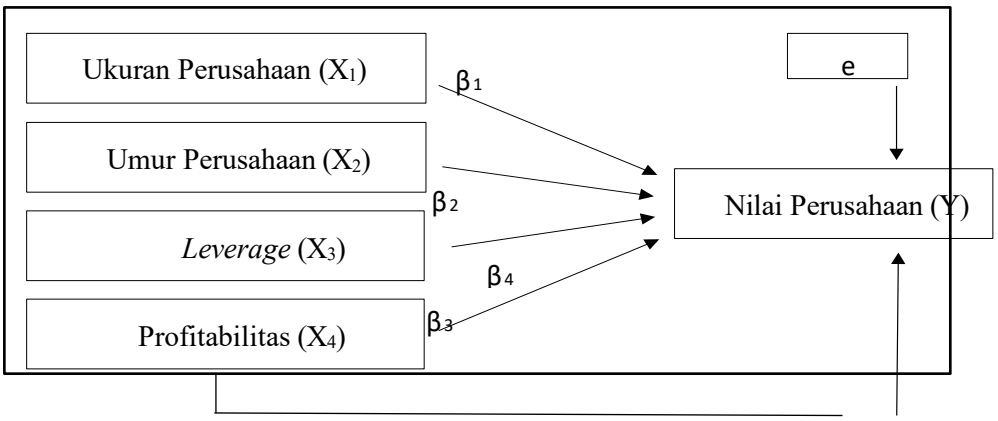
$$\mathbf{Y} = \boldsymbol{\alpha} + \boldsymbol{\beta 1 X 1} + \boldsymbol{\beta 2 X 2} + \boldsymbol{\beta 3 X 3} + \boldsymbol{\beta 4 X 4} + \boldsymbol{e}$$

Sumber : (Ghozali, 2021))

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
β1- β4	= Koefisien Regresi
X1	= Ukuran Perusahaan
X2	= Umur Perusahaan
X3	= *Leverage*
X4	= Profitabilitas
e	= Standar Error

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679



Gambar 3. Diagram Jalur Penelitian
Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkakji pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap variabel dependen nilai perusahaan. Penelitian ini berfokus pada perusahaan-perusahaan sektor industri barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan tahun 2020-2024 yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id dan website resmi perusahaan. Sampel penelitian terdiri atas 83 perusahaan dengan total 415 data pengamatan. Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor industri barang konsumsi primer sebagai data penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang disajikan dalam bentuk angka dan dapat diolah serta dianalisis secara statistik. Perhitungan setiap variabel dalam penelitian ini menggunakan *Microsoft Excel* 2021 dan pengolahan data menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26.0. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Proses pemilihan sampel disajikan pada tabel 4.1 berikut, yang menggambarkan tahapan seleksi sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan:

Tabel 1. Kronologis Hasil Sampel Penelitian

NO	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan sektor industri barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020-2024.	132
2	Perusahaan sektor industri barang konsumsi primer yang laporan keuangannya tidak konsisten dipublikasikan dalam 5 tahun berturut-turut di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020-2024.	(46)
3	Perusahaan sektor industri barangyang mengalami suspensi atau delisting oleh otoritas Bursa Efek Indonesia (BEI) karena pelanggaran atau masalah keuangan.	(3)
	Keterangan	Jumlah
	Jumlah perusahaan yang memiliki kriteria sampel	83
	Tahun pengamatan	5
	Total data penelitian	415

Sumber; Data hasil olahan peneliti dari situs BEI (www.idx.co.id) dan website resmi perusahaan.

Berdasarkan tabel kriteria pemilihan sampel terdapat 49 perusahaan tidak termasuk dalam sampel penelitian karena terdapat 43 perusahaan yang tidak konsisten mempublikasikan laporan keuangannya. Hal ini juga dikarenakan 3 perusahaan mengalami suspensi atau delisting selama masa periode pe nelitan. Penelitian ini menggunakan periode pengamatan selama lima tahun yaitu 2020-2024. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, berikut merupakan perusahaan-perusahaan sektor industri barang konsumsi primer yang terpilih sebagai sampel:

Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis berupa uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

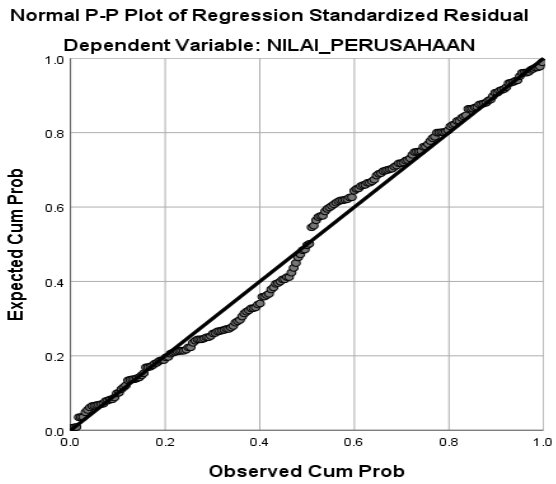
multikolinearitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi. Kemudian dilakukan uji linear berganda, uji determinasi, uji korelasi, uji f dan uji t untuk pengujian hipotesisnya. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26.0 dan *Microsoft Excel* 2021, diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis telah memenuhi syarat dari uji asumsi klasik atau tidak. Asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam model regresi linear mencakup syarat bahwa residual berdistribusi normal serta tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi. Pemenuhan asumsi-asumsi tersebut dimaksudkan untuk memperoleh model regresi dengan estimasi yang tepat dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

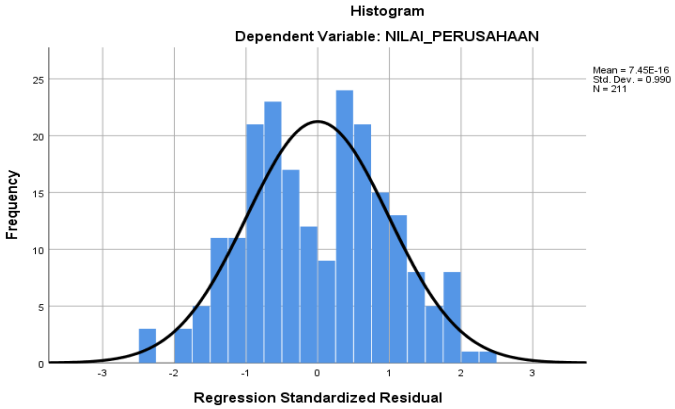
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memberikan penelitian data pada kelompok data atau variabel, untuk menentukan sebaran data yang sudah berdistribusi secara normal atau belum. Dalam penelitian ini pengujian normalitas pada data dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4. Hasil SPSS Uji Normalitas P-Plot
Sumber: Hasil Output SPSS versi 26.0

Berdasarkan gambar grafik 4 diatas, hasil uji normalitas dengan grafik P-P Plot of Regression Standardized Residual menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual telah berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi uji normalitas. Adapun hasil pengujian normalitas melalui histogram residual disajikan pada gambar 5 berikut:



Gambar 5. Hasil SPSS Uji Normalitas Grafik Histogram
Sumber: Hasil Output SPSS Versi 26.0

Berdasarkan gambar 5 diatas, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, yang ditunjukkan oleh penyebaran data yang mengikuti pola pada grafik histogram. Uji normalitas juga dapat diketahui dengan uji statistik dengan *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test*. Dengan

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

melihat nilai signifikansi > 0.05 maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi <0.05 maka data berdistribusi tidak normal.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif antar data dalam suatu model regresi, khususnya pada variabel-variabel penelitian. Model regresi yang ideal seharusnya bebas dari autokorelasi. Apabila terdapat hubungan korelasi antar residual, kondisi tersebut disebut sebagai problema autokorelasi. Dalam pengujian penelitian ini menggunakan uji *Durbin Watson* (DW test):

Tabel 2. Hasil Uji Autokorelasi Menggunakan *Durbin Watson Test* (DW Test)

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.610[a]	.372	.360	.68630	2.057

A. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Umur_Perusahaan, *Leverage*, Ukuran_Perusahaan
B. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Hasil Output SPSS versi 26.0

Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji antara ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, maka berikut hasil interpretasi hasil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi primer periode 2020-2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan yang diukur menggunakan total aset belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan, tetapi juga memperhatikan bagaimana perusahaan memanfaatkan aset tersebut secara efektif untuk menghasilkan keuntuknan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan total aset yang besar belum tentu memperoleh penilaian pasar yang lebih tinggi. Besarnya aset yang dimiliki perusahaan dapat disertai dengan meningkatnya biaya operasional, beban pemeliharaan aset, maupun penggunaan aset yang belum optimal sehingga tidak secara langsung meningkatkan harga saham perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan investor lebih berfokus pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, efisiensi pengelolaan aset, serta prospek pertumbuhan perusahaan dibandingkan hanya melihat ukuran perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan belum tentu menjadi sinyal positif apabila tidak diikuti dengan kinerja perusahaan yang baik.

Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi primer periode 2020–2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lamanya perusahaan beroperasi belum mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Pengalaman yang dimiliki perusahaan selama bertahun-tahun belum tentu menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam melakukan keputusan investasi.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang telah lama berdiri belum tentu memiliki prospek yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang relatif baru. Investor cenderung lebih memperhatikan kondisi keuangan perusahaan, kemampuan menghasilkan laba, pertumbuhan usaha, serta prospek perusahaan di masa mendatang dibandingkan usia perusahaan. Oleh karena itu, umur perusahaan tidak menjadi indikator utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan teori keagenan, semakin lama perusahaan beroperasi belum tentu mampu mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham apabila tata kelola perusahaan belum berjalan secara optimal.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Salsa & Nugraha, 2023) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Zebua & Prasetyanta, 2024) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi primer periode 2020–2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage* yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi juga nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan utang yang dikelola secara efektif mampu meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan dana yang berasal dari utang sebagai sumber pendanaan untuk memperluas kegiatan operasional maupun investasi sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Investor menilai penggunaan utang sebagai informasi bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan mampu memenuhi kewajiban keuangannya di masa mendatang. Hal ini sejalan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa adanya pengawasan dari pihak kreditur mendorong manajemen untuk mengelola perusahaan secara lebih efektif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi primer periode 2020–2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai prospek perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara optimal akan memperoleh kepercayaan yang lebih tinggi dari investor sehingga permintaan terhadap saham perusahaan meningkat dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Tingginya profitabilitas juga mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola aset dan sumber daya perusahaan secara efektif. Hal tersebut sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa laba yang tinggi merupakan sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan di masa mendatang.

Konsistensi Hasil Penulis dengan Penelitian Sebelumnya

Interpretasi terhadap hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya guna mengkaji konsistensi empirisnya.

Tabel 3. Konsistensi hasil Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Hasil Penelitian Sebelumnya	Hasil Penelitian Sella Putri Oktaviani (2132510237)
1	Buono Aji Santoso dan Irawati Junaeni (2022)	ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
		profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Konsisten Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2	Shabila Siti Salsa dan Darya Setia Nugraha (2023)	Umur perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahan	Tidak Konsisten Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Konsisten Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Rosa Amelia dan Rinny Meidiyustiani (2024)	profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Konsisten Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
		ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		Umur perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahan	Tidak Konsisten Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4	Felicia Aprianti	Profitabilitas perusahaan berpengaruh	Konsisten Profitabilitas berpengaruh positif

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

	dan Elizabeth Sugiarto	positif signifikan terhadap nilai perusahaan	signifikan terhadap nilai perusahaan.
	Dermawan (2024)	ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Agus Pungki Erfana dan Rima Dwijayanty (2024)	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Konsisten Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
		leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Konsisten *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
		ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	Tidak Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
6	Devi Handayani (2024)	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Konsisten Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
		ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Tidak Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Konsisten Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
7	Jihan Hasan dan Rinny Meidiyustiani (2024)	umur perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
		ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	Misael Yeldi Sulaiman dan Farrid Addy Sumantri (2024)	*leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Konsisten *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
		umur perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten Umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
		ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan	Tidak Konsisten Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Data diolah peneliti

Menurut Agustina dan Jaeni (2022), semakin panjang umur perusahaan maka periode pelaporan audit cenderung semakin cepat seiring dengan bertambahnya pengalaman perusahaan. Perusahaan yang telah lama beroperasi dapat memiliki sistem akuntansi dan prosedur pelaporan yang lebih matang sehingga proses penyediaan informasi yang diperlukan auditor dapat berlangsung lebih efisien. Sebaliknya, perusahaan yang relatif baru dapat membutuhkan waktu lebih panjang untuk menyiapkan dokumen dan informasi yang diperlukan dalam proses pemeriksaan. Oleh karena itu, umur perusahaan diduga dapat berhubungan dengan panjang pendeknya *audit report lag*. Penelitian Senduk et al. (2023) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap *audit report lag*. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Aristianti (2024) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *audit report lag*. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara umur perusahaan dan *audit report lag* masih memerlukan pengujian lebih lanjut, terutama pada perusahaan sektor *Consumer Cyclicals* yang memiliki karakteristik dan dinamika bisnis yang beragam. Penelitian ini menggunakan *Agency Theory* dan *Signaling Theory* sebagai landasan teoritis.

Agency Theory menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Perbedaan kepentingan dan informasi antara kedua pihak menciptakan kebutuhan terhadap mekanisme pengawasan, salah satunya melalui audit atas laporan keuangan. Proses audit memberikan keyakinan mengenai kewajaran informasi yang disajikan manajemen sehingga dapat mengurangi ketidakpastian bagi pemilik dan pihak eksternal. *Signaling Theory* menjelaskan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan dapat menjadi sinyal bagi pihak eksternal dalam menilai kondisi perusahaan. Informasi mengenai *profitabilitas*, *solvabilitas*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi dan karakteristik perusahaan. Laporan keuangan yang telah diaudit dapat meningkatkan keandalan informasi tersebut. Oleh karena itu, waktu penyelesaian audit menjadi penting karena

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

menentukan kapan informasi yang telah diverifikasi auditor dapat diterima dan digunakan oleh pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat fenomena empiris berupa perbedaan karakteristik perusahaan dan variasi Audit *Report Lag* pada perusahaan sektor *Consumer Cyclicals*. Selain itu, penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai pengaruh profitabilitas, solvabilitas, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap *Audit Report Lag*. Kondisi tersebut menjadi dasar untuk melakukan penelitian kembali dengan menggunakan periode 2021-2025. Penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor *Consumer Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025. Variabel independen yang digunakan terdiri atas *profitabilitas*, *solvabilitas*, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *Audit Report Lag.*

Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), data yang digunakan dalam penelitian bisa berasal dari dua jenis, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan memanfaatkan data sekunder, yaitu data yang sudah ada dan sudah diproses sebelumnya. Data dikumpulkan dengan cara mempelajari berbagai dokumen yang relevan berdasarkan kebutuhan penelitian tersebut. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap berikut ini:

Riset kepustakaan (*Library Research*)

Riset kepustakaan adalah jenis penelitian yang dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi mengenai teori-teori dan rumus-rumus perhitungan yang berkaitan dengan topik penelitian yang sedang ditinjau. Sumber yang digunakan meliputi literatur akademik seperti buku pelajaran, artikel dari jurnal ilmiah, regulasi terkait, sumber dari internet, serta referensi lain yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

Riset lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui proses dokumentasi. Data yang dikumpulkan adalah laporan keuangan tahunan perusahaan *Consumer Cyclicals* yang telah diperiksa oleh auditor independen selama masa periode 2021 hingga 2025. Data berasal dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bisa dikunjungi melalui www.idx.co.id.

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria dan bisa digunakan sebagai contoh atau sampel penelitian. Data tersebut akan dianalisis dan diproses menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) untuk menganalisis pengaruh antar variabel-variabel dalam penelitian.

Model dan Diagram Jalur Penelitian

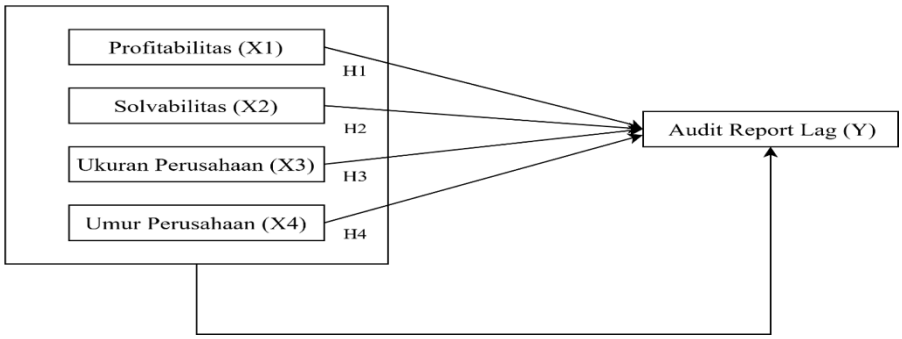
Langkah berikutnya setelah semua data yang telah dikumpulkan cukup adalah melakukan pengolahan dan analisis data penelitian berdasarkan struktur model hubungan antar variabel penelitian. Penguji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh dari Profitabilitas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan terhadap *Audit report lag*. Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen adalah analisis regresi linear berganda. Penulis menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independent memiliki hubungan positif atau negatif. Untuk membedakan antara variabel dependen dan variabel independent, kita bisa membuat model dengan persamaan matematik di bawah ini:

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

Keterangan:
Y = *Audit Report Lag*
α = Konstanta
β_1, β_2, β_3, β_4 = Koefisien regresi X_1 = Profitabilitas
X_2 = Solvabilitas
X_3= Ukuran Perusahaan X_4 = Umur Perusahaan
e = *Error* (Variabel lain diluar penelitian ini)

Model penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk diagram jalur yang menghubungkan antara variabel-variabel sesuai dengan teknik analisis yang dilakukan.

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679



Gambar 6. Model Penelitian
Sumber: Diolah sendiri, 2026

Garis pada diagram jalur tersebut menunjukan hubungan kualitas atau pengaruh langsung antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Teknik Analisis Data

Jika data yang diperlukan untuk penelitian ini sudah didapatkan dan sudah diketahui alat ukur untuk mengukur setiap variabel, maka langkah berikutnya yang harus dilakukan adalah melakukan pengujian data. Pengujian data adalah proses mengolah data guna menjawab permasalahan yang ditentukan serta menguji hipotesis yang telah disusun oleh penulis.

Berbagai Teknik dan metode digunakan untuk mengelola, menganalisis, serta memahami data agar bisa diubah menjadi informasi yang berguna. Dalam penelitian ini, data yang digunakan berupa angka dan dapat diukur. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear ganda. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for Social Science*, yang juga disebut IBM SPSS versi 26. Berikut ini langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

Uji Statistik Deksriptif

Menurut Sugiyono (2019) statistik deskriptif adalah jenis statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan objek yang diteliti berdasarkan data sampel atau populasi secara langsung, tanpa melakukan analisis lebih lanjut atau membuat kesimpulan yang berlaku umum. Menurut Ghozali (2018) metode analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik data yang dimiliki oleh variabel-variabel dalam penelitian. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menampilkan serta menganalisis data secara lengkap, beserta perhitungannya, agar dapat menjelaskan kondisi atau sifat-sifat data dengan lebih jelas. Dalam statistik deskriptif, terdapat beberapa pengukuran yang digunakan untuk menggambarkan data. Ini mencakup jumlah sampel, nilai maksimum dan minimum dan standar deviasi. Nilai minimum digunakan untuk mengetahui jumlah terkecil dari suatu data yang berbeda-beda. Nilai maksimum menunjukkan angka terbesar yang berbeda dari rata-rata, sedangkan standar deviasi menunjukkan seberapa besar variasi yang terdapat dalam data tersebut.

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, karena penulis menggunakan analisis regresi linear berganda, maka pengujian terhadap data penelitian dilakukan dengan uji asumsi klasik. Menurut Ghozali (2019:159), untuk mengetahui apakah model yang digunakan tepat, perlu dilakukan beberapa pengujian terhadap asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Tujuan melakukan pengujian asumsi klasik adalah untuk mengetahui seberapa baik metode regresi itu bekerja dalam penelitian ini. Dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskesdastisitas, dan uji autokorelasi, peneliti dapat memeriksa apakah data yang digunakan layak untuk dianalisis.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021), suatu model regresi memeriksa normalitas variabel-variabel pengganggu atau residu dengan menggunakan uji normalitas, sesuai dengan cara uji normalitas. Uji normalitas adalah cara untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi normal. Uji ini menggunakan statistik non parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai pada uji profitabilitas > 0,05, maka data tersebut dianggap berdistribusi normal. Namun, jika nilai profitabilitas < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021), terdapat hubungan antar variabel bebas (independen). Uji ini dilakukan untuk menentukan apakah model regresi ditemukan. Model regresi yang baik biasanya tidak memiliki korelasi antara

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

variabel-variabel independen. Jika variabel-variabel bebas saling berkaitan, maka variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel yang tidak saling berkaitan, sehingga nilai korelasi antar variabel tersebut adalah nol. Untuk mengetahui apakah ada multikolinearitas dalam model regresi, kita menggunakan aturan berikut: a). Jika nilai tolerance > 0.10 dan variance inflation factor (VIF) < 10, maka terjadi multikolinearitas. b). Jika nilai tolerance < 0,10 dan faktor inflasi varians (VIF) > 10, maka terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas (Ghozali, 2021) digunakan untuk memeriksa apakah terdapat pelanggaran asumsi klasik tentang heteroskedastitas, yaitu apakah variasi dari sisaan (residu) pada setiap pengamatan tidak sama dalam model regresi. Dalam pengujian ini, metode yang digunakan adalah uji Harvey. Menurut (Ghozali, 2018;137) uji Harvey dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut dari residual terhadap variabel independen.

Hipotesis

H0: Terdapat heteroskedastisitas, H1: Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas dalam model regresi, kita menggunakan aturan berikut: a). Jika nilai p value > 0,05, maka artinya tidak ada masalah heteroskedastisitas. b). Jika nilai p value < 0,05, maka artinya terdapat masalah heteroskedastitas.

Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 sebelumnya, maka dinamakan ada masalah autokorelasi (Ghozali, 2018;111). Uji Autokorelasi memiliki beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, diantaranya ada 2 dengan uji Durbin Watson dan uji Run Test:

Uji Durbin Watson (DM)

Uji autokorelasi dengan uji durbin Watson menggunakan perbandingan antara nilai durbin. Watson (d) yang di hitung dengan durbin Watson tabel, yaitu batas atas (du) dan batas bawah (dl). Dengan ketentuan sebagai berikut: a). Jika DW lebih kecil dari dL (0 < DW < dL), maka hipotesis nol ditolak sehingga tidak ada autokorelasi positif. b). Jika DW lebih besar dari 4- dL (4- dL < DW <4), maka hipotesis nol ditolak sehingga tidak ada autokorelasi negatif. c). Jika DW terletak antara dL dan du (dL ≤ DW ≤ du) atau (DW terletak antara 4 - du dan 4 - dL) maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. d). Jika DW terletak antara du dan 4 - du (du < DW<4 - du) maka hipotesis nol tidak ditolak sehingga tidak ada autokorelasi.

Uji Run Test

Uji Run Test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara acak atau tidak (sistematis). Jika residual acak lebih besar 5%, maka dapat dikatakan tidak terdapat korelasi antara residual, atau dapat dikatakan tidak terdapat gejala autokorelasi. Dengan ketentuan sebagai berikut: a) Jika nikali signifikansi ≥ 0,05, maka tidak terjadi autokorelasi. b).Jika nilai signifikansi ≤ 0,05, maka terjadi autokorelasi

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh dari ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan dan laporan tahunan, dan laporan keberlanjutan perusahaan sektor industri barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan data sekunder, pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan total sampel sebanyak 83 perusahaan sektor industri barang konsumsi primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pengolahan data menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26.0

DAFTAR REFERENSI

Angel Siti Fatimah, A., & Aini Rahmah, N. (2022). Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, *1*(3), 419–438. https://doi.org/10.36418/jcs.v1i3.66

Anggraini, D., Hendarmin, R. M. R., & Munandar, A. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: Survey Pada Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Journal of Accounting and Taxation*, *2*(2), 124–136. https://doi.org/10.47747/jat.v2i2.1712

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Aprianti, F., & Dermawan, E. S. (2024). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, *6*(3), 1330–1340. https://doi.org/10.24912/jpa.v6i3.31420

Arfianti, R. I., & Anggreini, M. (2023). Moderasi Good Corporate Governance Pada Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, *12*(1), 10–22. https://doi.org/10.46806/ja.v12i1.912

Azzahra, A., Elfiswandi, E., & Lusiana, L. (2025). The Effect of Capital Structure, Profitability and Liquidity on Company Value with Dividend Policy as an Intervening Variable in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2020-2024 Period. *Journal of Accounting and Finance Management*, *6*(4), 2151–2163. https://doi.org/10.38035/jafm.v6i4.2473

Darma, Y. D., & Et.al. (2023). Determinasi Nilai Perusahaan Dimediasi Manajemen Laba Pada Emiten Indeks Kompas 100. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, *11*(July), 121–145. https://ejournal.upi.edu/index.php/JPAK

Dila Sakinah, & Nurhadi, N. (2023a). Analisis Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdapat Pada BEI. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, *3*(2), 51–58. https://doi.org/10.31294/jasika.v3i2.2417

Dila Sakinah, & Nurhadi, N. (2023b). Analisis Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdapat Pada BEI. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, *3*(2), 51–58. https://doi.org/10.31294/jasika.v3i2.2417

Evalina, E., & Gusni, G. (2024). Institutional Ownership, *Firm size*, and Agency Cost: A Moderating Role of *Leverage*. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, *14*(1), 105–116. https://doi.org/10.34010/jika.v14i1.13944

Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *7*(1), 1–12. https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218

Handayani, dkk. (2023). Handayani, dkk. *Pendidikan Karakter, Dialog Kelompok, Dan Kegiatan Antaragama Dalam Mewujudkan Budaya Religius Sekolah: Studi Di SMA.*

Harsono, S. B., & Susanto, L. (2023). The Effect Of Profitability, Capital Structure, Asset Structure, And *Firm Age* On Firm Value. *International Journal of Application on Economics and Business*, *1*(3), 1050–1061. https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i3.1050-1061

Hendrastuti, R., & Harahap, R. F. (2023). *Agency Theory*: Review of the theory and current research. *Jurnal Akuntansi Aktual*, *10*(1), 85. https://doi.org/10.17977/um004v10i12023p085

I Gusti Ayu Agung Ratna Kusuma Dewi, & Gerianta Wirawan Yasa. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, *10*(2), 595–612. https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.2032

Indri Ramadhayani, & Dian Widiyati. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal Dan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *4*(1), 78–86. https://doi.org/10.55606/jaemb.v4i1.2269

Jihan Hasan, & Rinny Meidiyustiani. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Umur Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Properti Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, *1*(4), 324–339. https://doi.org/10.55606/jumia.v1i4.2056

Kelvin, K., Susanti, M., & Verawati, V. (2025). Determinants Of Firm Value: The Roles Of Csr Disclosure, Profitability, Size, And *Leverage*. *International Journal of Application on Economics and Business*, *3*(2), 1012–1022. https://doi.org/10.24912/ijaeb.v3i2.1012-1022

Khaniya, D., Lapae, K., & Santoso, P. W. (2023). The Effect of Good Corporate Governance, *Firm age*, and *Leverage* on Firm Value. *Research of Business and Management*, *1*(1), 1–9. https://doi.org/10.58777/rbm.v1i1.8

Kharisma, P., & Priyadi, M. P. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, *2*(3), 258–274. https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i3.6048

Kusnarti, A., & Iswara, U. S. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, *4*(1), 33–45. https://doi.org/10.24034/jiaku.v4i1.7358