

1. Pendahuluan

Sektor manufaktur di bidang makanan dan minuman memainkan peran yang sangat strategis dalam struktur ekonomi Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional tidak hanya signifikan, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja di berbagai level. Aktivitas di sektor ini tidak hanya melibatkan proses produksi dan distribusi, tetapi juga mencakup berbagai kegiatan lainnya seperti pemasaran, yang menjadikannya sebagai sektor kunci dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain itu, karakteristik sektor ini yang berbasis kebutuhan primer membuatnya cukup tahan terhadap perubahan ekonomi makro, sehingga sering dianggap sebagai sektor yang defensif.

Namun, seperti sektor lainnya, industri makanan dan minuman tidak bebas dari tantangan. Dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini menghadapi tekanan akibat perlambatan ekonomi global, khususnya dari mitra dagang utama seperti China. Penurunan permintaan dari pasar internasional berdampak pada kinerja ekspor, yang juga memengaruhi keseluruhan rantai pasok industri. Di dalam negeri, tekanan inflasi dan penurunan daya beli masyarakat telah menekan konsumsi rumah tangga, yang pada akhirnya memengaruhi penjualan produk makanan dan minuman, termasuk produk yang dihasilkan oleh PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) (sumber: cncindonesia.com, 2024). PT Kalbe Farma Tbk adalah salah satu perusahaan yang memiliki posisi kuat di sektor manufaktur makanan dan minuman, dengan fokus pada produk kesehatan dan nutrisi. Meskipun memiliki reputasi sebagai perusahaan dengan kinerja yang stabil, dinamika ekonomi global dan domestik tetap memberikan dampak terhadap kinerja keuangannya. Hal ini menjadi jelas ketika kita melihat tabel perbandingan di bawah ini.

Tabel 1. Kinerja Keuangan PT. Kalbe Farma Tbk. (KLBF) 2021-2023

Tahun	Perusahaan	Harga Saham (Rp)	ROE (%)	CR	Total Penjualan
2021	KLBF	1.450	13.8	2.45	Rp. 26,261,194,512,313
2022	KLBF	1.500	13.2	2.38	Rp. 28,933,502,646,719
2023	KLBF	1.560	13.4	2.35	Rp. 30,449,134,077,618

Sumber: Data Bursa Efek Indonesia (BEI)

Fenomena yang terjadi pada PT Kalbe Farma Tbk menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori dan kondisi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman di Indonesia. Secara teori, peningkatan profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan seharusnya memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun dalam praktiknya, meskipun penjualan dan harga saham Kalbe Farma terus mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga 2023, jika dilihat dari sisi profitabilitas dan likuiditas justru menunjukkan arah yang berbeda. Hal ini menarik untuk diteliti lebih lanjut karena adanya dinamika yang tidak sejalan dengan ekspektasi teori.

Kenaikan penjualan yang berhasil diraih perusahaan kemungkinan besar disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keberhasilan inovasi produk, strategi pemasaran yang efektif, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan. Peningkatan tersebut membuat pendapatan perusahaan naik dilihat dari total penjualan di tahun 2021 sampai 2023, yang juga memberikan sentimen positif bagi investor sehingga harga saham ikut meningkat. Namun, meskipun penjualan mengalami peningkatan, *Return on Equity* (ROE) sempat menurun dari 13,8% menjadi 13,2% pada 2022 kemudian sedikit membaik ke 13,4% pada 2023. Kondisi ini kemungkinan disebabkan oleh kenaikan biaya operasional, beban ekspansi yang cukup tinggi, serta menurunnya margin laba sehingga pertumbuhan laba bersih tidak sebanding dengan peningkatan penjualan.

Sementara itu, dari sisi likuiditas, *Current Ratio* (CR) juga mengalami penurunan dari pada tahun 2021 sampai tahun 2023. Penurunan ini menunjukkan bahwa kebutuhan modal kerja perusahaan semakin besar karena dana kas digunakan untuk mendukung distribusi, pemasaran, dan ekspansi bisnis atau kegiatan lainnya yang menyebabkan kewajiban jangka pendek ikut meningkat. Penurunannya mengindikasikan adanya tantangan dalam pengelolaan likuiditas. Situasi ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai faktor-faktor apa yang sesungguhnya paling memengaruhi nilai perusahaan, sehingga menarik untuk diteliti lebih dalam sebagai acuan bagi investor, manajemen, maupun pembuat kebijakan dalam meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal.

Secara keseluruhan, fenomena ini menggambarkan bagaimana Kalbe Farma terus berkembang meskipun menghadapi tantangan ekonomi. Kenaikan total penjualan dan harga saham menunjukkan kepercayaan pasar terhadap strategi bisnis perusahaan, sementara pada ROE dan penurunan CR mencerminkan bagaimana perusahaan mengelola profitabilitas serta likuiditasnya di tengah berbagai tekanan eksternal. Hal ini juga menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis yang cepat sering kali diikuti oleh peningkatan kebutuhan modal kerja dan investasi, yang dapat memengaruhi likuiditas dalam jangka pendek.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengungkapkan beragam hubungan antara indikator kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Puspita & Muchran, 2023) menyimpulkan bahwa profitabilitas dan likuiditas tidak selalu berhubungan signifikan dengan nilai perusahaan, terutama di sektor makanan dan minuman. Namun, meskipun menghadapi tekanan pada indikator keuangan tertentu, kenaikan harga saham menunjukkan bahwa investor tetap memiliki optimisme terhadap potensi pertumbuhan perusahaan. Sebaliknya, studi oleh (Bita et al., 2021) dan (Mahanani & Kartika, 2022), yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa, jika perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, cenderung dianggap lebih stabil dan menarik bagi investor, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam kasus PT Kalbe Farma, meskipun profitabilitas dan likuiditas menghadapi tekanan, strategi perusahaan dalam menjaga daya saing dan menarik perhatian pasar tampaknya berhasil meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Dalam konteks PT Kalbe Farma, selama 2021-2023 menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga keseimbangan antara profitabilitas dan likuiditas di tengah dinamika ekonomi yang berubah-ubah.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan? 2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan? dan Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana ketiga variabel tersebut memengaruhi nilai perusahaan, dengan mengambil data dari laporan keuangan yang telah dipublikasikan. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pengelola perusahaan, investor, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan. Selain itu, temuan ini dapat membantu pihak manajemen dalam menemukan faktor yang paling signifikan untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat menarik minat para investor. Penelitian ini juga memberikan pemahaman tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang baik untuk mempertahankan daya saing di tengah berbagai tantangan ekonomi.

2. Kajian Pustaka

2.1 Teori Sinyal (*Signaling theory*)

Sinyal merupakan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan. Teori sinyal mencakup dua komponen utama yaitu manajemen yang berfungsi sebagai pemberi sinyal dan investor sebagai penerima sinyal dari perusahaan, manajemen memberikan informasi yang dapat diinterpretasikan oleh investor untuk menilai situasi dan prospek perusahaan (Spence, 1973). Teori sinyal menjelaskan dorongan perusahaan untuk menyampaikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan ini muncul karena adanya asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar, di mana perusahaan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi dan prospek di masa depan dibandingkan dengan investor dan kreditur. Ketidaktahuan pihak luar mengenai informasi perusahaan dapat mengakibatkan mereka mengambil langkah pengaman, seperti menetapkan harga yang rendah untuk perusahaan tersebut (Sari et al., 2022)

Alasan penggunaan teori sinyal dalam penelitian ini karena teori tersebut menjelaskan bagaimana informasi keuangan yang disampaikan oleh perusahaan dapat memengaruhi persepsi para investor dan nilai perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang menunjukkan kinerja keuangan yang baik cenderung memberikan sinyal positif bagi investor, yang dapat meningkatkan kepercayaan mereka. Hal ini bisa berdampak pada kenaikan harga saham dan nilai perusahaan di pasar. Ketika perusahaan mampu menyampaikan sinyal positif melalui laporan keuangannya, para investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modal, yang pada akhirnya akan meningkatkan permintaan saham dan, seiring waktu, meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal. Sebaliknya, jika kinerja keuangan perusahaan buruk, sinyal negatif yang dihasilkan akan membuat investor ragu untuk berinvestasi, yang dapat berpotensi menurunkan nilai perusahaan.

2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan faktor utama yang diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mencerminkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Bahri, 2022). Oleh karena itu, analisis profitabilitas sangat penting bagi investor jangka panjang. Tujuan dari profitabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pengembalian yang memuaskan bagi investor dan pemegang saham, sehingga mereka tetap mau menyediakan modal untuk perusahaan. Investor umumnya lebih memperhatikan rekomendasi terkait potensi imbal hasil yang dapat mereka dapat dari investasi mereka (Setiawan & Kurnia, 2024).

Peran profitabilitas sangat penting dalam berbagai aspek bisnis di perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas mencerminkan seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, sekaligus menggambarkan kinerja keseluruhan perusahaan. Keberhasilan suatu usaha sejatinya terkait erat dengan pencapaian tujuan bisnis. Suatu perusahaan dianggap berhasil jika mampu menghasilkan laba, karena laba merupakan salah satu tujuan utama dari setiap bisnis. Para investor menginvestasikan modal mereka dengan harapan mendapatkan *return*. oleh karena itu, semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan, semakin besar *return* yang dapat diperoleh oleh investor. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Bita et al., 2021).

Profitabilitas mencerminkan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasional selama periode akuntansi tertentu. Bagi para investor, tujuan utama menanamkan saham di suatu perusahaan adalah untuk meraih imbal hasil. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin besar pula *return* yang

diharapkan oleh investor, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Sari et al., 2022)

Dalam penelitian ini, profitabilitas di proksikan dengan *Return On Equity* (ROE). ROE (*Return on Equity*) adalah suatu ukuran yang menggambarkan penghasilan yang tersedia bagi pemilik perusahaan dari modal yang mereka investasikan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik pula kondisi bagi pemegang saham perusahaan (Sari et al., 2022).

Rasio ini mencerminkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi *Return On Equity* (ROE) yang diperoleh, semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola modalnya untuk menciptakan keuntungan bagi pemegang saham. Dengan bertambahnya laba bersih, nilai *Return On Equity* (ROE) yang dihasilkan pun akan mengalami peningkatan. Profitabilitas memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan profitabilitas mencerminkan apakah perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan (Wulandari & Efendi, 2021).

2.3 Likuiditas

Likuiditas adalah indikator yang dapat digunakan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi kewajiban hutang jangka pendeknya (Mahanani & Kartika, 2022). Aspek ini sangat penting untuk diperhatikan, karena ketidakmampuan perusahaan dalam membayar hutangnya dapat berujung pada kebangkrutan. Sebuah perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban hutangnya dianggap berada dalam keadaan likuid, sementara perusahaan yang tidak dapat memenuhi kewajibannya disebut tidak likuid (Anggita & Andayani, 2022)

Ketidakmampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya disebabkan oleh berbagai faktor. Pertama, perusahaan tidak memiliki dana yang cukup. Kedua, meskipun perusahaan memiliki dana, saat jatuh tempo, dana tersebut tidak mencukupi atau bahkan tidak ada. Akibatnya, perusahaan terpaksa menunggu beberapa waktu untuk mencairkan aktiva terlebih dahulu. Di sisi lain, jika perusahaan berada dalam kondisi kelebihan dana, di mana dana tunai dan aktiva yang dapat dicairkan melimpah, hal ini sering kali dianggap kurang baik oleh investor. Kondisi tersebut dapat menjadi indikasi bahwa aktivitas perusahaan tidak berjalan secara optimal (Yuniarrosy & Sugiyono, 2021)

Dengan menggunakan rasio likuiditas, pemilik perusahaan dapat mengevaluasi sejauh mana manajemen mampu mengelola dana yang telah diberikan kepadanya. Hal ini mencakup dana yang digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendeknya, semakin besar pula peluang perusahaan untuk mendapatkan pembiayaan dari kreditur jangka pendek guna mendukung operasional bisnisnya (Agustin & Andayani, 2021).

Likuiditas perusahaan dapat dianalisis melalui nilai *current ratio* (CR) dan *quick ratio* (QR). Semakin tinggi nilai CR dan QR, semakin baik tingkat likuiditas yang dimiliki oleh perusahaan, yang akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan serta menciptakan persepsi positif tentang kondisi keuangannya. Selain itu, likuiditas juga mencerminkan seberapa cepat perusahaan dapat mengubah aset yang dimiliki menjadi kas (Saputri & Giovanni, 2021). Dalam penelitian ini, likuiditas akan diukur melalui *current ratio* (CR).

2.4 Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur melalui rata-rata total penjualan bersih dalam satu tahun. Jika penjualan suatu perusahaan melebihi biaya variabel dan biaya tetap, perusahaan tersebut akan memperoleh total pendapatan setelah pajak. Sebaliknya, jika penjualan lebih rendah dari biaya variabel dan biaya tetap, perusahaan akan berada dalam kondisi yang kurang baik, yang berpotensi menyebabkan kerugian (Yuniarrosy & Sugiyono, 2021).

Dengan demikian, ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah total penjualan yang dimiliki. Semakin besar total penjualan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu variabel penting dalam penelitian keuangan karena banyak keputusan dan hasil keuangan yang dipengaruhi. Perusahaan yang memiliki jumlah aktiva dan penjualan tinggi sering kali dianggap memiliki prospek baik dan mampu memberikan keuntungan bagi pemegang saham. Oleh karena itu, saham perusahaan tersebut dapat bertahan di pasar modal dan harganya berpotensi naik seiring dengan meningkatnya minat dari para investor (Elisa & Amanah, 2021).

Ukuran perusahaan juga meningkat seiring dengan keputusan keuangan yang diambil untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan risiko saham yang lebih besar cenderung mengurangi pengendalian oleh investor, sementara perusahaan besar biasanya lebih berani dalam mengeluarkan saham baru untuk memenuhi permintaan pasar dibandingkan dengan perusahaan kecil (Agustiningsih & Septiani, 2022). Kemudahan bagi suatu perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal sering kali dipengaruhi oleh ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar, terutama yang mampu memenuhi kebutuhan publik, biasanya menjadi fokus perhatian pemerintah dan masyarakat. Hal ini dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan yang bersangkutan (Anisa et al., 2022).

Apabila sumber dana yang diperoleh dikelola dengan baik dan optimal, hasil positif dari pengelolaan tersebut dapat memikat minat calon investor untuk menanamkan saham mereka pada perusahaan. Hal ini akan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan (Amrulloh & Amalia, 2020). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dinilai dengan total penjualan.

2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh investor jika perusahaan tersebut dijual. Bagi perusahaan yang terdaftar di pasar saham, harga saham yang diperdagangkan menjadi indikator utama nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dianggap sebagai sebuah pencapaian, karena hal tersebut berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan para pemegang saham. Pada perusahaan yang sudah *go public*, nilai perusahaan akan tercermin dari nilai pasar sahamnya (Stevanio & Ekadjaja, 2021).

Menurut Ningrum (2022) dilihat dari berbagai faktor dan aspek yang dinilai, nilai suatu perusahaan memainkan peran penting sebagai tolak ukur bagi investor dan pelanggan dalam mengevaluasi kinerja bisnis perusahaan tersebut. Selain itu, nilai perusahaan juga memiliki beberapa fungsi relevan lainnya, seperti meningkatkan harga saham, meningkatkan kemakmuran pemegang saham, menjadi indikator prestasi kerja para manajer, mendorong peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan, memperkuat posisi produk perusahaan di pasar, dan membantu proyeksi keuntungan di masa depan.

Nilai perusahaan dianggap krusial atau penting karena aspek ini mencerminkan kinerja perusahaan yang berpengaruh pada persepsi investor. Dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan, manajemen perlu mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi nilai, seperti risiko yang dihadapi, pertumbuhan, ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan ekonomi, dan struktur modal. Sering kali, perusahaan mengalami fluktuasi dalam nilai mereka akibat kondisi perekonomian yang tidak stabil dan struktur modal yang kurang optimal, yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (Saputri & Giovanni, 2021).

Dalam penelitian ini, proksi yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV), yang merupakan metode untuk menentukan nilai wajar suatu saham dengan mempertimbangkan harga saham terakhir yang tercantum dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Hasil
1.	Setiawan & Kurnia (2024)	Kinerja keuangan (ROE, ROA), nilai perusahaan, <i>corporate social responsibility</i> .	1. Kinerja keuangan yang diproksikan dengan <i>Return On Assets</i> (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Kinerja keuangan yang diproksikan dengan <i>Return On Equity</i> (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. 4. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memoderasi pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan.
2.	Sari et al., (2022)	<i>Leverage</i> , profitabilitas, kebijakan deviden, nilai perusahaan.	1. <i>Leverage</i> dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen. 2. Profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3.	Stevanio & Ekadjaja (2021)	Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	1. Profitabilitas berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Likuiditas berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran berperusahaan pengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	Wulandari & Efendi (2022)	Profitabilitas, <i>corporate social responsibility</i> , nilai perusahaan.	1. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5.	Yuniarrosy (2022)	Profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

6.	Saputri & Giovanni (2021)	Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, likuiditas, nilai perusahaan.	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
7.	Anggita & Andayani (2022)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, <i>leverage</i> , nilai perusahaan.	1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 4. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
8.	Agustin & Andayani (2021)	Likuiditas, profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.	1. Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
9.	Bitu et al., (2021)	Profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
10.	Mahanani & Kartika (2022)	Struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas.	1. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 4. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
11.	Elisa & Amanah (2021)	Kinerja keuangan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan.	1. <i>Return on equity</i>, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Current ratio</i>, <i>debt to equity ratio</i>, dan <i>total asset turnover</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
12.	Anisa et al., (2022)	Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , kebijakan dividen, profitabilitas, nilai perusahaan.	1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

			4. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
13.	Amrulloh & Amalia (2020)	Profitabilitas, struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, nilai perusahaan.	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 5. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
14.	Bahri (2022)	Profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.	1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
15.	Puspita & Muchran (2023)	Kinerja keuangan, nilai perusahaan.	1. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Penelitian Terdahulu

2.7 Hipotesis Penelitian

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menyatakan bahwa tingginya tingkat profitabilitas dapat mengindikasikan prospek masa depan yang baik, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Yang artinya, jika profitabilitas suatu perusahaan mengalami peningkatan, maka para investor menjadi tertarik untuk berinvestasi kedalam perusahaan tersebut, sehingga menyebabkan kenaikan pada harga saham. Dimana hal tersebut memiliki dampak positif bagi nilai perusahaan yang menjadikan nilai perusahaan tersebut juga mengalami kenaikan (Maryanti & Ayem, 2022). Perusahaan yang mampu mempertahankan profitabilitas tinggi dianggap mampu mengelola asetnya dengan baik dalam jangka panjang, sehingga investor berpikir bahwa manajemen perusahaan efektif dalam menciptakan efisiensi perputaran aset. Dampak dari semua ini adalah peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan (Anggita & Andayani, 2022)

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setiawan, 2024), (Sari et al., 2022), (Yuniarrosy & Sugiyono, 2021), (Saputri & Giovanni, 2021), (Bita et al., 2021), (Elisa & Amanah, 2021), (Amrulloh & Amalia, 2020) dan (Anisa et al., 2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori sinyal, likuiditas berperan sebagai alat bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kondisi keuangan mereka kepada investor. Tingkat likuiditas yang baik mengirimkan sinyal positif terkait stabilitas keuangan, sehingga dapat mengurangi risiko investasi. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap nilai

perusahaan. Sebaliknya, likuiditas yang terlalu rendah atau terlalu tinggi dapat memberikan sinyal negatif yang berpotensi menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen harus mengelola likuiditas dengan hati-hati agar kepercayaan pasar tetap terjaga dan nilai perusahaan di mata investor dapat terus meningkat. Teori sinyal dapat dihubungkan dengan likuiditas, di mana tingkat likuiditas yang tinggi sering kali menjadi indikasi bahwa perusahaan beroperasi dengan baik. Kondisi ini juga mencerminkan permintaan saham yang meningkat, yang pada gilirannya dapat menjamin kenaikan harga saham (Riki et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh (Mahanani & Kartika, 2022), (Bahri, 2022) dan (Bita et al., 2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

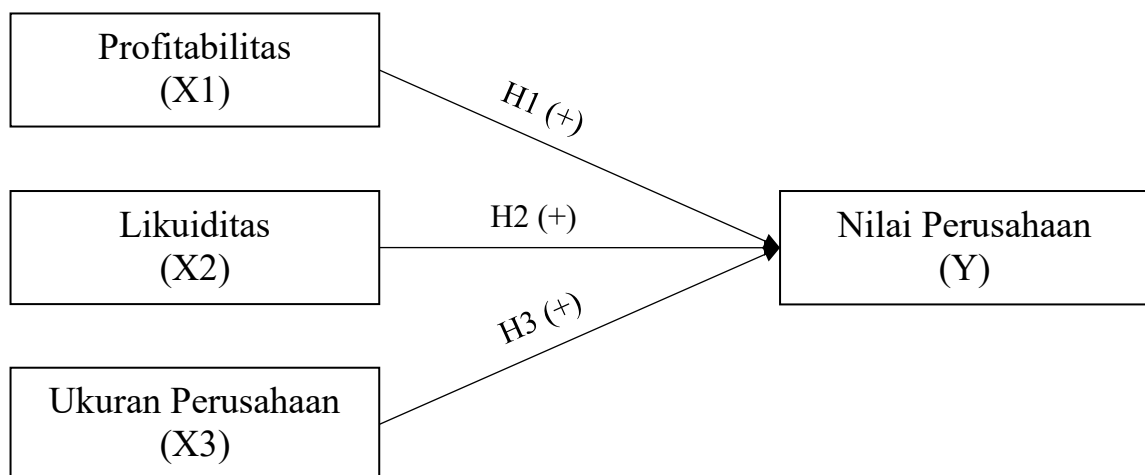
H2: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam teori sinyal, ukuran perusahaan dapat berfungsi sebagai indikator bagi investor untuk menilai potensi dan stabilitas suatu perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin banyak aset yang dapat dikelola untuk mendukung pengembangan bisnisnya. Perusahaan besar juga cenderung lebih mudah dalam mendapatkan pendanaan, baik dari sumber internal maupun eksternal, serta memiliki pendapatan yang lebih stabil. Hal ini biasanya menciptakan respons positif dari investor, yang akan tertarik untuk berinvestasi di saham (Mahanani & Kartika, 2022), dan (Bahri, 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.8 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: dikembangkan dari pengembangan hipotesis, 2025

3. Model Penelitian

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data memainkan peran krusial dalam menentukan kualitas hasil penelitian. Secara umum, data terbagi menjadi dua kategori utama: data primer dan data sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari

sumber aslinya untuk menjawab pertanyaan penelitian. Contoh metode pengumpulan data primer meliputi wawancara, survei, dan observasi lapangan. Di sisi lain, data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk keperluan yang berbeda, seperti laporan keuangan, statistik dari pemerintah, atau artikel ilmiah.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Sumber data tersebut berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan industri manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021 – 2023 melalui [link www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada seluruh fakta dari subjek yang sedang diteliti. Sedangkan, sampel merupakan bagian dari keseluruhan fakta tersebut yang dianggap dapat mewakili populasi dalam penelitian (Maryam, 2019). Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan industri manufaktur di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021 - 2023. Penetapan sampel untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang diterapkan dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Berikut adalah kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel:

- 1) Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian, yaitu tahun 2021 - 2023.
- 2) Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan (*Annual Report*) dan berurutan selama periode penelitian, yaitu 2021-2023.
- 3) Perusahaan manufaktur yang melakukan transaksi menggunakan mata uang Rupiah (IDR).
- 4) Perusahaan menyediakan data yang sesuai dengan variabel-variabel yang dibutuhkan dalam penelitian ini untuk periode 2021-2023.

Alasan pemilihan sampel karena didasarkan pada beberapa pertimbangan yang relevan dengan fenomena, yang membahas mengenai inflasi yang meningkat, melemahnya permintaan ekspor, terjadinya fluktuasi likuiditas dan profitabilitas perusahaan, serta peran penting sektor makanan dan minuman dalam perekonomian sehingga terdapat kesesuaian dengan judul penelitian. Fokus penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Dengan memilih perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, penelitian dapat memperoleh data keuangan yang transparan dan akurat untuk mengukur indikator kinerja seperti *Return on Equity* (ROE), *Current Ratio* (CR), dan total penjualan yang berperan dalam menentukan nilai perusahaan.

3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan kekuatan dan daya saing sebuah perusahaan di pasar. Meskipun banyak peneliti telah meneliti hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan, hasil yang di dapat sering kali tidak konsisten. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian lebih mendalam agar dapat memahami dampak dari masing-masing faktor ini dalam konteks yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian tersebut bisa memberikan panduan berharga bagi perusahaan dalam mengambil keputusan keuangan yang strategis (Kartika & Indrabudiman, 2024). Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Price*

Book Value (PVB). *Price Book Value* adalah perbandingan antara harga per lembar saham dengan nilai buku perusahaan.

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

Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan dengan menggunakan rasio profitabilitas yang di proksikan dengan *Return On Equity* (ROE), likuiditas menggunakan proksi *Current Ratio* (CR) dan ukuran perusahaan yang di nilai dengan total penjualan.

- *Return On Equity* (ROE)

Return on equity adalah rasio yang mengukur perbandingan antara saldo laba bersih setelah pajak dengan total modal perusahaan. Indikator ini juga mencerminkan seberapa besar tingkat pengembalian yang dihasilkan dari seluruh modal yang dimiliki oleh Perusahaan (Mahayati et al., 2021). Rasio ROE juga digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan ekuitasnya untuk menghasilkan laba bagi pemegang saham. Ketika rasio ROE menunjukkan angka yang tinggi, hal ini menandakan hasil yang positif bagi Perusahaan (Lesmana et al., 2020). Rumus yang digunakan dalam mengukur ROE adalah sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

- *Current Ratio* (CR)

Menurut Siswanto (2021), salah satu indikator likuiditas yang penting adalah Rasio Lancar (*Current Ratio*). Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendek dengan memanfaatkan aktiva lancar yang dimilikinya. Secara umum, semakin tinggi nilai rasio lancar suatu perusahaan, semakin besar pula likuiditas yang dimilikinya.

Sedangkan menurut Rahayu (2020), *Current ratio* adalah perbandingan antara jumlah aktiva lancar dan hutang lancar. Aktiva lancar mencakup kas, surat berharga, piutang usaha, dan persediaan. Sementara itu, hutang lancar terdiri dari hutang usaha, pinjaman jangka pendek, dan berbagai beban lain yang harus dibayarkan. *Current ratio* ini mencerminkan tingkat keamanan (*margin of safety*) bagi kreditur jangka pendek, karena rasio ini menggambarkan sejauh mana kewajiban kreditur dapat dipenuhi oleh aktiva yang diperkirakan akan menjadi kas dalam periode yang sama dengan jatuh tempo hutangnya. Pengukuran variabel ini dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

- Total Penjualan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Ukuran perusahaan diukur dengan total penjualan perusahaan. Penjualan adalah salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Putri & Ramadhan, 2020). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak investor yang cenderung melirikinya. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa perusahaan besar biasanya memiliki kondisi yang lebih stabil. Stabilitas ini terlihat dari kemampuan mereka dalam mengakses

dana untuk pengembangan, serta kemudahan memperoleh sumber-sumber pembiayaan baik dari pasar modal maupun perbankan. (Natalie & Lisiantara, 2022).

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Total penjualan}$$

3.4 Teknik Analisis Data

Penelitian dilakukan dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*), yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.com). Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Analisis data kuantitatif merupakan suatu bentuk analisis yang memanfaatkan angka dan perhitungan dengan pendekatan statistik. Untuk menjawab pertanyaan terkait permasalahan yang disampaikan, dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Penelitian ini memanfaatkan metode analisis data kuantitatif yang diperoleh melalui perangkat lunak IBM SPSS. IBM SPSS merupakan salah satu program yang umum digunakan untuk analisis data. Analisis yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada dasarnya adalah proses untuk mengubah data penelitian menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Hal ini mencakup penyajian ringkasan, pengaturan, dan penyusunan data dalam format numerik dan grafik. Para peneliti umumnya menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian sekaligus mendukung variabel yang diteliti. Kegiatan yang berkaitan dengan statistik deskriptif meliputi perhitungan *mean* (rata-rata), median, modus, pencarian deviasi standar, serta analisis kemencengan distribusi data dan lainnya (Wahyuni, 2020).

Dengan kata lain, statistik deskriptif berfungsi sebagai deskripsi dari data yang telah dikumpulkan. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai subjek penelitian secara ringkas, bukan untuk menarik kesimpulan atau melakukan spekulasi (Ummah, 2019).

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Terdapat dua metode untuk mendeteksi normalitas residual, yaitu melalui analisis grafik dan uji statistik. Jika nilai Z hitung lebih besar dari Z tabel, maka distribusi tersebut dapat dianggap tidak normal. Sebagai contoh, jika nilai Z hitung lebih besar dari 2.58, maka asumsi normalitas ditolak pada tingkat signifikansi 0.01, sementara pada tingkat signifikansi 0.05, nilai Z tabel adalah 1.96 (Ghozali, 2021). Menurut Nosakhare et al. (2017) Apabila data tidak normal, maka dapat digunakan metode uji normalitas *monte carlo* dalam menguji distribusi normal suatu data.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam pengujian multikolinieritas, hal ini digunakan untuk mengidentifikasi kondisi di mana terdapat hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Hubungan linier yang sempurna pada beberapa bagian atau pada semua variabel independen dalam fungsi linier dapat

menunjukkan bahwa model regresi tersebut mengalami multikolinieritas. Kriteria yang digunakan untuk penilaian ini adalah dengan memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai $VIF \geq 10$ dan nilai $Tolerance \leq 0,1$, maka dapat diindikasikan bahwa model regresi mengalami multikolinieritas. Sebaliknya, jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $Tolerance \geq 0,1$, maka model regresi tersebut tidak mengalami multikolinieritas. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Jika variabel-variabel independen saling berkorelasi, berarti variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Dengan kata lain, terdapat nol korelasi di antara variabel independen tersebut (Ghozali, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varians residual tetap konsisten di seluruh pengamatan, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika terdapat perbedaan, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik idealnya harus memenuhi syarat homoskedastisitas, yakni tidak mengalami heteroskedastisitas. Metode untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas, salah satunya dengan menganalisis grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dan residualnya. Dalam pemeriksaan ini, kita mencari adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika terlihat pola yang membentuk gelombang atau titik-titik yang melebar dan kemudian menyempit, ini dapat menjadi indikasi adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ditemukan pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji statistik yang digunakan dalam pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas adalah uji *park* yang dilakukan dengan meregresikan logaritma natural dari nilai kuadrat residual. Keputusan mengenai adanya heteroskedastisitas dapat diambil berdasarkan nilai signifikansi, jika nilai tersebut lebih besar dari 0.05, maka kita dapat menyimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi (Ghozali, 2021).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam model regresi linier. Autokorelasi terjadi karena adanya keterkaitan antar observasi yang berurutan seiring waktu. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan, salah satunya adalah uji Durbin-Watson (*DW test*).

Jika $0 < dw < dL$, berarti ada autokorelasi positif. Jika $4 - dL < dw < 4$, berarti ada auto korelasi negatif. Jika $2 < dw < 4 - dU$ atau $dU < dw < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif. Jika $dL \leq dw \leq dU$ atau $4 - dU \leq dw \leq 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data dan jika nilai $du < dw < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi

Analisis regresi bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena data atau kasus yang sedang diteliti (Ghozali, 2021). Metode ini mampu menggambarkan hubungan numerik antar variabel, sehingga dapat digunakan untuk pengendalian terhadap kasus-kasus yang diamati. Dengan menggunakan model regresi yang telah dihasilkan, kita dapat melakukan kontrol serta melakukan prediksi terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, model regresi

sangat berguna dalam memahami dan meramalkan perilaku variabel yang sedang dikaji (Basuki et al., 2019). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode analisis regresi linier yang mempertimbangkan hubungan serta pengaruh dari variabel bebas yang lebih dari satu. Persamaan regresi linier berganda yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

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

Di mana :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

X1 = Profitabilitas

X2 = Likuiditas

X3 = Ukuran Perusahaan

Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi pada dasarnya adalah untuk mengukur seberapa efektif model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R² memiliki rentang antara 0 hingga 1. Nilai R² yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R² mendekati 1, hal ini menandakan bahwa variabel independen hampir sepenuhnya mampu memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2021).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis tentang perbandingan dua varians atau untuk mengevaluasi model regresi. Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut (Ghozali, 2021), Untuk menguji hipotesis dilakukan uji F dengan pengambilan keputusan. Jika nilai F yang diperoleh lebih besar dari 4, maka hipotesis nol (H₀) dapat ditolak pada tingkat signifikansi 5%. Dengan kata lain, kita akan menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$. Hal ini menunjukkan bahwa uji parsial t kemungkinan menunjukkan salah satu atau semua variabel yang signifikan. Selanjutnya, kita membandingkan nilai F yang dihitung dengan nilai F dari tabel. Apabila nilai F yang dihitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka kita menolak hipotesis nol (H₀) dan menerima hipotesis alternatif (H_A). Jika hasil uji F menunjukkan bahwa tidak ada signifikansi (yaitu $b_1 = b_2 = b_3 = 0$), maka dapat dipastikan bahwa uji parsial t juga tidak menunjukkan signifikansi.

c. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2021), uji statistik t pada dasarnya mengukur sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Menurut (Najah, 2023) uji statistik t dapat dianalisis dengan memeriksa nilai t hitung atau nilai signifikan (sig) untuk setiap

variabel independen yang tercantum dalam tabel koefisien. Nilai probabilitas dengan $\alpha = 0,05$ memiliki kriteria sebagai berikut:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.