

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan menjadi salah satu perkembangan ekonomi saat ini yang dapat dilihat dari pasar modal (Putri & Yanuar, 2020). Dengan berkembangnya pasar modal perusahaan menjadi berlomba-lomba untuk mencapai tujuan, bukan hanya memaksimalkan laba perusahaan melainkan ingin memaksimalkan nilai perusahaan (Dewi et al, 2022). Hal ini sebagaimana seorang investor akan memberikan perhatian khusus pada perusahaan yang mampu mengevaluasi perkembangan perusahaan tersebut (Silalahi & Asalam, 2022). Suatu nilai dari perusahaan mampu dihitung dengan perbandingan akan harga per-sahaman atau PBV (Ndruru et al., 2020). Investor akan investasi pada perusahaan dengan kinerja maupun nilai dari perusahaan tersebut tinggi (Wicaksono et al, 2022).(Kusuma & Mahroji, 2024)

Nilai suatu perusahaan biasanya diukur dengan berbagai cara, salah satunya adalah harga saham. Hal ini dikarenakan harga saham suatu perusahaan menggambarkan penilaian keseluruhan terhadap setiap saham yang dimiliki investor. Ukuran yang sering digunakan saat menghitung nilai perusahaan yaitu rasio *Price to Book Value* (PBV). Perhitungan *Price to Book Value* (PBV) dengan cara membandingkan antara harga saham dengan nilai buku dari saham perusahaan.

Tabel 1.1 Data Nilai *Price Book Value* (PBV) Pada Perusahaan Perdagangan Eceran Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024

No	Nama Perusahaan	2020	2021	2022	2023	2024
1	AALI	1,23	0,86	0,69	0,60	0,51
2	ADES	1,23	2,00	3,17	3,30	2,38
3	BISI	1,26	1,09	1,57	1,39	1,06
4	BUDI	0,34	0,58	0,70	0,79	0,63
5	CAMP	1,85	1,67	1,91	2,48	1,61
6	CEKA	0,84	0,81	0,76	0,67	0,65
7	CLEO	6,71	5,63	5,62	5,63	9,79
8	CPIN	4,58	3,88	3,52	3,05	2,58
9	DLTA	3,45	2,96	3,06	3,02	2,03
10	GOOD	3,24	6,39	5,78	4,06	3,79
11	ICBP	2,22	1,85	2,03	1,99	1,98
12	INDF	1,01	0,79	0,63	0,56	0,62
13	JPFA	1,51	1,54	1,11	0,98	1,37
14	KEJU	4,61	3,03	3,05	2,58	1,64

15	LSIP	1,01	0,79	0,63	0,53	0,53
16	MLBI	17,00	22,12	21,04	15,79	12,10
17	MYOR	5,38	4,02	4,36	3,64	3,63
18	ROTI	3,52	2,95	3,05	2,97	2,60
19	SKLT	2,66	3,09	2,28	2,38	1,50
20	STTP	4,66	4,49	2,55	2,53	2,90
21	TBLA	0,85	0,65	0,54	0,51	0,44
22	TGKA	4,18	3,65	3,19	2,69	2,38
23	ULTJ	3,87	3,53	2,93	2,29	2,53
Rata-rata Nilai Perusahaan		3,35	3,40	3,22	2,80	2,58

Sumber : **Data Diolah, 2025**

Berdasarkan data tabel di atas nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV) dari 23 sampel perusahaan Makanan dan Minuman.

Rata-rata Nilai Perusahaan di sub-sektor Makanan dan Minuman mengalami penurunan selama periode 2020-2024. Pada tahun 2020, nilai rata-rata perusahaan mencapai 3,35, yang menunjukkan bahwa perusahaan masih dinilai tinggi oleh pasar. Nilai ini bahkan sempat naik menjadi 3,40 pada tahun 2021, yang mengindikasikan optimisme investor. Akan tetapi, sejak tahun 2022 hingga

2024, terjadi penurunan berturut-turut pada nilai PBV perusahaan. Nilai PBV turun menjadi 3,22 pada 2022, lalu menurun lagi menjadi 2,80 di tahun 2023, dan kembali turun pada tahun 2024 menjadi 2,58. Penurunan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti tekanan biaya produksi, persaingan yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen, hingga ketidakpastian ekonomi global dan domestik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun berada dalam sektor yang stabil, nilai perusahaan tetap dapat terpengaruh oleh dinamika eksternal dan internal perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap nilai keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan berfungsi sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan memberikan kemakmuran kepada investor.

Ningrum, (2022) menjelaskan, bahwa: “Nilai perusahaan adalah representasi dari kapasitas bisnis yang digambarkan lewat harga sahamnya hasil dari penawaran dan permintaan di bursa yang menunjukkan evaluasi kapasitas bidang usaha”.(Gunawan & Simbolon, 2024)

Imawan & Triyonowati, (2021) Nilai Perusahaan dikatakan baik apabila kinerja perusahaan juga baik, maka akan berpengaruh pula pada harga saham serta pada investor yang menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut. Nilai Perusahaan menjadi persepsi investor terhadap perusahaan, yang dihubungkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Sebelum melakukan investasi, investor akan mencari informasi tentang

perusahaan yang mempunyai pendapatan laba dan tingkat pengembalian yang tinggi.(Bintari, Lestari, & Ekawanti, 2024)

Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan sebuah perusahaan, dimana terdapat penilaian khusus oleh calon investor terhadap baik buruknya kinerja keuangan suatu perusahaan. Setiap pemilik perusahaan berusaha memberikan sinyal yang baik kepada publik tentang nilai perusahaan.(Y. Sari, 2020)

Persaingan menuntut perusahaan untuk menempatkan diri pada posisi yang stabil dan siap bersaing guna meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi pertimbangan khusus bagi investor dalam menanamkan modalnya (Suliastawan & Purnawati, 2020). Nilai perusahaan berbanding lurus dengan tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dari waktu ke waktu sebagai tolak ukur kinerja perusahaan dan alat untuk mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan serta memaksimalkan keuntungan atau kekayaan khususnya bagi pemegang saham yang dicapai dalam bentuk upaya untuk meningkatkan atau meningkatkan nilai pasar dari harga saham perusahaan yang bersangkutan (Suliastawan & Purnawati, 2020; Hidayat & Khotimah, 2022).(Arlita, Budiadnyani, & Dewi, 2023). Nilai perusahaan adalah harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor, sehingga bersedia membayarnya jika perusahaan tersebut dijual (Devitasari & Supriadi, 2021). (Eko dkk, 2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan mencerminkan mengenai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.(Simanjuntak & Hasibuan, 2023)

Pendapat dari Dewi et al (2022) suatu entitas bisnis yang mempunyai faktor profitabilitas yang baik, akan memberikan daya tarik tersendiri bagi penanam modal. Karena profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan pertumbuhan perusahaan tersebut mempunyai prospek masa depan dalam kondisi yang baik. Menurut Afianti & Purwaningsih, (2022) perusahaan dengan keuntungan yang tinggi dapat meyakinkan investor dalam menanamkan modalnya untuk perusahaan terkait. Tingginya angka ROA maka tinggi juga perusahaan dalam memberikan untung.

Profitabilitas adalah ukuran kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama suatu periode tertentu (Rudianto, 2021:129). Keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memperoleh laba secara berkelanjutan. Hasil penelitian (Ni Made Apriantini dkk, 2022) dan (Nabila Hanifah, 2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan penelitian (Suci Anggraini & Rosalia, 2020) dan (Mitta Putri Kurniasari, 2017) bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam suatu periode tertentu, serta menjadi alat ukur efektivitas operasional keseluruhan perusahaan. Menurut penelitian dari (Waruwu et al., 2020) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Menurut penelitian dari (Lilia et al., 2020) menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. (Alifian & Susilo, 2024)

Dalam perspektif investor, profitabilitas merupakan penanda penting dalam menilai peluang masa depan perusahaan. Menurut Markonah et al.(2020) profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, modal saham, dan asset tertentu. Profitabilitas tinggi memberikan sinyal bahwa prospek perusahaan semakin baik. Hal ini juga dapat menciptakan sentimen positif investor untuk berinvestasi sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan.(Kurniawati, Wiyono, & Rinofah, 2024). Meningkatnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya profitabilitas (Atmikasari et al., 2020) ; (Niyas & Kavida, 2022) . Bagi investor dalam mengambil sebuah keputusan investasi, profitabilitas menjadi pertimbangan yang cukup penting (Alamsyah, 2017) ; (Priscilla & Salim, 2019) ; (Rustan, 2022) . Setiap perusahaan selalu berusaha dalam meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup badan usaha akan lebih terjamin (Budiasih et al., 2023) ; (Gumilang, 2018). Selain itu, profitabilitas mencerminkan keadaan posisi keuangan perusahaan, serta hal ini menjadi perhatian utama investor dalam mengukur laba atas investasi yang dilakukan (Suliastawan & Purnawati, 2020).

Rasio profitabilitas juga dapat digunakan untuk menilai sejauhmana kinerja perusahaan terhadap laporan keuangan dan ketika perusahaan mengumumkan bahwa profitabilitas perusahaan meningkat maka harga saham akan merespon informasi yang diberikan oleh perusahaan yang berdampak pada peningkatan dividen. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dwi atmika

(2020), Adesia Widayanti & Yadnya (2020), Diewi & Rahyuda (2020), Latiersia & Natasya (2023), Siregar *iet al.* (2023), Nurwanto (2022), Sadewo *iet al.* (2022) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut berbeda dengan penelitian lain yang dilakukan oleh (Saputra, 2022), (Kristianti & Foieh, 2020), dan (Rieschiwati *iet al.*, 2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas juga merupakan salah satu variabel yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (profitable).

Rasio pada likuiditas memberikan petunjuk pada kemampuan perusahaan dalam melaksanakan kewajibannya dalam berhutang (Uli et al., 2020). Suatu likuiditas mampu memberikan gambaran akan bisnis dalam memenuhi kewajiban hutang berjangka pendek tepat pada waktunya (Uli et al., 2020). Tingkat likuiditas pada suatu perusahaan lebih tinggi akan memberikan dampak positif pada kondisi suatu perusahaan (Putu *et al.*, 2020). Hal serupa juga disampaikan oleh (Aldi *et al.*, 2020) Tingginya likuiditas dalam bisnis, mampu menjadi bukti bahwa suatu entitas mampu membiayai hutang maupun aktivitas secara operasionalnya, Tingkat tinggi maupun rendahnya rasio likuiditas ini akan memberikan dampak dalam keinginan seorang penanam modal dalam berinvestasi terhadap entitas bisnis terkait (Ndruru *et al.*, 2020).

Likuiditas yang dikelola dengan baik dapat memberikan indikasi prospek perusahaan agar lebih produktif sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Likuiditas akan mempengaruhi nilai perusahaan yang akan memberikan sinyal positif kepada para pemegang saham. Tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang baik sehingga akan berdampak pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Tentunya hal ini dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Hasil penelitian (Andini, Hasanudin & muh. Akmal, 2023) dan (Hidayatul fateha et al., 2021) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan penelitian (Nabila Hanifa, 2018) dan (Nike Aprilya & Moch. Irsyad, 2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (Santi, K. K., & Sudarsi, 2024). Rasio likuiditas atau biasa juga dikenal dengan rasio modal kerja adalah rasio yang digunakan untuk mengukur likuiditas suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan komponen pada neraca, total aktiva lancar versus total kewajiban lancar (utang jangka pendek). Penilaian dapat dilakukan dalam beberapa periode, sehingga dari waktu ke waktu dapat terlihat perkembangan likuiditas perusahaan (Lilia et al., 2020). Tetapi berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Erlina, 2018) yang menyimpulkan bahwa likuiditas yang diukur menggunakan current ratio berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio likuiditas menggambarkan keterkaitan kas perusahaan dengan sumber daya lancar lainnya dan kewajiban lancar. Proporsi likuiditas yang tinggi mencerminkan kondisi bank yang baik, namun likuiditas yang terlalu tinggi dapat mempengaruhi kemampuan organisasi untuk memperoleh manfaat. Hal ini disebabkan karena sebagian aset organisasi disimpan atau tidak digunakan.(Hariyanto, Malikhah, & Mawardi, 2024). Semakin mudah perusahaan mengakses uang tunai untuk membayar hutang jangka pendek, memberikan dividen, serta mendanai operasional dan investasi, semakin baik nilai perusahaannya. Apabila kinerja perusahaan dinilai baik oleh para investor, maka seharusnya harga saham akan naik dan nilai perusahaan pun meningkat.

Likuiditas perusahaan sering dijadikan sebagai alat prediksi untuk memprediksi tingkat pengembalian investasi berupa dividen bagi para investor. Investor cenderung menilai positif kinerja perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi. Pandangan ini muncul karena persepsi bahwa perusahaan dengan likuiditas yang tinggi menunjukkan kinerja yang baik. Kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu dan potensi untuk memberikan dividen yang lebih besar kepada pemegang saham dianggap sebagai indikator keberhasilan. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astuti & Yadhya (2019), Saputra (2022), Reschiwati *et al.* (2020), Agustina (2020) dan Nurwulandari (2021) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian-penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Sadewo *iet al.* (2022), Dewi & Rahyuda (2020), Latersia & Natasya (2023), dan Kristianti &

Foeh (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Nofika dan Nurhayati, 2022). Perusahaan yang memiliki kemampuan lebih besar untuk membayar kewajiban jangka pendeknya akan dipandang lebih baik oleh investor karena pihak pemberi pinjaman jangka pendek telah memberikan kepercayaan kepadanya untuk memenuhi kewajibannya, yang berdampak pada nilai perusahaan (Utami dan Wedati, 2022).

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan biasanya diukur menggunakan total aset, total pendapatan, atau kapitalisasi pasar (Nasihin & Faddila, 2021). Perusahaan yang lebih besar dianggap memiliki akses yang jauh lebih baik ke sumber daya finansial, kemampuan untuk mendiversifikasi risiko, dan pengaruh yang lebih besar di pasar (Wartabone et al., 2023). (Nasihin, Purwandari, Ardiansyah, Kartika, & Prawatiningsih, 2025)

Ukuran perusahaan mengacu pada besarnya skala atau kapasitas operasional suatu perusahaan yang mencerminkan kemampuan finansialnya, biasanya diukur berdasarkan total aset, total penjualan bersih, atau data keuangan lainnya (Dina & Wahyuningtyas, 2022). Perusahaan dengan ukuran lebih besar biasanya menunjukkan peningkatan total aset yang melampaui kewajiban, sehingga memiliki kapasitas lebih kuat dalam mengelola sumber daya, menghadapi tantangan bisnis, dan menjaga keberlanjutan operasional (Wardhani et al., 2021). Ukuran perusahaan biasanya diukur menggunakan total aset, tingkat

penjualan, atau kapitalisasi pasar. Ukuran ini memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengakses sumber daya, diversifikasi, dan daya saing di pasar.(Siti Nurul Hidayati & Hwihanus Hwihanus, 2024)

Penelitian oleh Arifin dan Fitriana (2021) menemukan bahwa variabel profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, sedangkan likuiditas tidak. Hasil ini berbeda dengan penelitian Adiputra (2021), yang menemukan bahwa nilai profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, dan penelitian oleh Putri dan Sovita (2023) menemukan bahwa likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.(Riski¹, Nurhayati², & Semarang, 2024). Penelitian oleh Arifin dan Fitriana (2021) menemukan bahwa variabel likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi variabel profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Penemuan ini berbeda dengan penelitian Adiputra (2021), yang menemukan bahwa nilai profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Tarigan, 2018) , (Suliastawan & Purnawati, 2020) , (Satria, 2021) , (Rahmawati et al., 2023) bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani & Kartika, 2022) profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas masih adanya hasil penelitian yang belum konsisten fenomena inilah yang melatarbelakangi penelitian ini pengertian ini berusaha untuk menyimpan bukti-bukti impres mengenai pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan sehingga penelitian terbaru untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PROFITABILITAS**

DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA EMITEN SUB-SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA) PADA TAHUN 2020-2024”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan rata-rata nilai perusahaan (PBV) pada sub-sektor Makanan dan Minuman selama periode 2020-2024.
2. Belum jelasnya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman.
3. Belum diketahui bagaimana likuiditas memengaruhi nilai perusahaan pada sektor Makanan dan Minuman.
4. Perlu diteliti apakah ukuran perusahaan dapat menjadi variabel intervening dalam hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. Perlu juga diteliti apakah ukuran perusahaan dapat menjadi variabel intervening dalam hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.
6. Tidak semua perusahaan yang memiliki profitabilitas dan likuiditas tinggi memiliki nilai perusahaan yang tinggi, sehingga hubungan antarvariabel perlu diuji secara empiris.

7. Minimnya penelitian empiris yang menguji pengaruh simultan profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan sebagai variabel intervening khusus pada sub-sektor Makanan dan Minuman selama periode 2020-2024.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis memberikan Batasan dengan maksud penyusunan proposal penelitian ini tidak keluar dari masalah yang ditentukan, maka pembatasan masalah ini dibatasi pada pengaruh langsung maupun tidak langsung Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel intervening (studi pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia) pada tahun 2020-2024.

1.4 Rumusan Masalah

Atas dasar latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

3. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas terhadap Ukuran Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana Pengaruh Likuiditas terhadap Ukuran Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai variabel intervening pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
6. Bagaimana Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai variabel intervening pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
7. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan penelitian

1. Untuk melihat Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk melihat Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Untuk melihat Pengaruh Profitabilitas terhadap Ukuran Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk melihat Pengaruh Likuiditas terhadap Ukuran Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk melihat Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Intervening pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. Untuk melihat Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Intervening pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
7. Untuk melihat Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada emiten sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Melalui Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Intervening.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang berarti dan dapat mendorong timbulnya minat peneliti lain untuk dapat melakukan penelitian lanjut mengenai Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Melalui Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Intervening.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi yang sedang melakukan penelitian. Penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.