

PENGARUH LEVERAGE, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN MARKET SHARE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Industri Automotive and Component Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023)

Anggriani Nur Hadra Randi¹, Mulyati Akib²

Universitas Halu Oleo ¹², Indonesia

Anggrianihurhadra06@gmail.com

Informasi Artikel	Abstract
<p>Vol: 1 No : 01 Januari 2025 Halaman : 1-7</p> <p>Keywords: Leverage Sales Growth Market Share Company value</p>	<p><i>This study aims to empirically examine the factors that influence Company Value in Automotive and Component Industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This study was tested with Three independent variables, namely Leverage, Sales Growth, and Market Share. The object of this study is the automotive and component industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange using purposive sampling techniques. The author chose 13 companies as samples. This study uses panel data regression analysis obtained from financial reports and the Indonesian Capital Market Directory (ICMD). The research period is five years. This study uses secondary data with the help of the Eviews 12 application. The results of the study found that Leverage, Sales Growth, have a significant effect on Company Value, while Market Share has an insignificant effect on Company Value</i></p>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan Industri Automotive and Component yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini diuji dengan Tiga variabel independen yaitu Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Market Share. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan Industri automotive and component yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penulis memilih 13 perusahaan sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel diperoleh dari laporan keuangan dan Indonesian Capital Market Directory (ICMD). Periode penelitian selama lima tahun. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan bantuan aplikasi Eviews 12. Hasil Penelitian menemukan bahwa, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan, sedangkan Market Share memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: leverage, Pertumbuhan Penjualan, Market Share, nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Pada saat ini, ekonomi global berkembang sangat dinamis, yang dapat menciptakan tantangan besar bagi semua perusahaan. Maka dari itu, akan menimbulkan persaingan usaha akibat adanya risiko perubahan kondisi ekonomi terutama pada perusahaan sub sektor property dan real estate akan menimbulkan dampak yang besar, sehingga perusahaan itu harus memiliki keunggulan tersendiri pada masing-masing perusahaan. Ketatnya persaingan. perusahaan akan mendorong untuk meningkatkan kinerjanya serta menghasilkan keuntungan dan memaksimalkan kemakmuran para pemilik saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Yanti & Darmayanti, 2019). Seperti yang dikemukakan oleh Husna & Satria, (2019) jika suatu perusahaan menunjukkan peningkatan yang signifikan pada kinerja keuangannya, maka akan mengakibatkan peningkatan pada nilai perusahaan, dan ketika nilai perusahaan mengalami peningkatan, maka para pemilik saham akan mendapatkan kembalian yang diterima (return) atas investasinya menjadi lebih tinggi, sehingga kesejahteraan mereka akan bertambah

Industri otomotif Indonesia telah menjadi sebuah pilar penting dalam sektor manufaktur negara ini karena banyak perusahaan mobil yang terkenal di dunia membuka (kembali) pabrik-pabrik manufaktur mobil atau meningkatkan kapasitas produksinya di Indonesia, negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara. Terlebih lagi, Indonesia mengalami transisi yang luar biasa karena berubah

dari hanya menjadi tempat produksi mobil untuk diekspor (terutama untuk wilayah Asia Tenggara) menjadi pasar penjualan (domestik) mobil yang besar karena meningkatnya produk domestik bruto (PDB) per kapita.

Nilai perusahaan adalah kemampuan manajemen perusahaan pada waktu mengelola kekayaan perusahaan, dimana setiap perusahaan akan selalu meningkatkan usahanya guna menaikkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat adalah suatu keberhasilan atas kemampuan yang diraih sesuai dengan tujuan perusahaan (Triyani et al., 2018). Menurut Yusmaniarti et al., (2019) jika nilai perusahaan terus bertambah tinggi, maka pemilik saham akan mengalami peningkatan terhadap kesejahteraannya (Hermuningsih et al., 2022). Harga saham di pasar dapat mencerminkan nilai perusahaan, jika harga saham mengalami kenaikan, hal itu menunjukkan tingginya tingkat pengembalian kepada investor (Yusmaniarti et al., 2019).

Industri otomotif Indonesia telah menjadi sebuah pilar penting dalam terbesar di Asia Tenggara. Terlebih lagi, Indonesia mengalami transisi yang luar biasa karena berubah dari hanya menjadi tempat produksi mobil untuk diekspor (terutama untuk wilayah Asia Tenggara) menjadi pasar penjualan (domestik) mobil yang besar karena meningkatnya produk domestik bruto (PDB) per kapita. Sektor manufaktur negara ini karena banyak perusahaan mobil yang terkenal di dunia membuka (kembali) pabrik-pabrik manufaktur mobil atau meningkatkan kapasitas produksinya di Indonesia, negara dengan ekonomi. Nilai Perusahaan dapat menjadi tolak ukur kinerja keuangan dan kinerja manajemen dalam menciptakan nilai bagi tempat pemegang saham memperlancar kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan secara maksimal. Besar kecilnya nilai Perusahaan di pengaruhi oleh berbagai macam hal di antaranya leverage, pertumbuhan penjualan, dan Market Share, Menurut Brealey, et al. (2008), Nilai perusahaan dilihat dari harga saham perusahaan.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif, yang didefinisikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, dan pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian yang sesuai. Analisis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Adil 2023).

Populasi Dan Sampel

Penelitian ini mengambil sampel perusahaan yang bergerak di sub sektor Automotive and Component yang terdaftar di BEI karena Perusahaan Industri automotive and component di Indonesia sangat berkembang pesat, hal itu berarti Perusahaan Industri automotive and component akan memiliki ruang lingkup yang sangat besar. Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012). Objek dalam penelitian ini adalah Perusahaan Industri automotive and component yang terdaftar di bursa efek Indonesia 2019-2023. dengan menggunakan pengambilan sampel purposive sampling, Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Industri *Automotive and component* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan (annual report) di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara berturut-turut selama tahun pengamatan pada tahun 2019-2023.
3. Perusahaan menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.

Sumber Data

Sumber data ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang bersumber langsung dari orang pertama yang disebut "*first hand information*." Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum

penelitian dilakukan (Silalahi, 2010:291). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder di, *Indonesia Stock Exchange* (IDX) tahun 2019-2023

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis dengan metode statistik yaitu metode deskriptif statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi data panel dengan bantuan program *Eviews 12*. Regresi data panel merupakan teknik regresi yang menggabungkan data *time series* dengan *cross section*.

Deskriptif Statistik

Statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012:206). Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu *leverage*, dan pertumbuhan penjualan serta variabel terikatnya yaitu Nilai Perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

The Pecking Order Theory

Pecking Order Theory juga disebut sebagai teori asimetri informasi yang diusulkan oleh Ross (1996), Fama & French (2004) menunjukkan bahwa perusahaan lebih memilih untuk membiayai investasi baru, pertama secara internal dengan laba ditahan, kemudian dengan utang dan akhirnya dengan masalah ekuitas baru. Teori *pecking order* didasarkan pada dua asumsi: Pertama, menurut asimetri informasi, manajer lebih tahu tentang prospek perusahaan mereka sendiri daripada investor luar. Jadi, ketika mereka memutuskan untuk mengeluarkan ekuitas baru untuk membiayai proyek-proyek baru hampir selalu diambil oleh investor luar sebagai sinyal bahwa prospek perusahaan, seperti yang terlihat oleh manajemen, tidak baik dan bahwa masalah tersebut karena itu dinilai terlalu tinggi dan oleh karena itu menyebabkan perusahaan harga saham jatuh (Ross, 1996).

Nilai Perusahaan

Menurut Rinnaya et al. (2016) nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Rumus yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan menurut Klapper dalam Haosana (2012:35) dengan Tobin's Q yaitu penjumlahan dari ME dan DEBT dibagi dengan TA dimana ME bisa dicari dengan mengkalikan jumlah saham biasa perusahaan yang beredar di akhir tahun dengan harga penutupan saham (*closing price*) di akhir tahun, DEBT dihitung dengan cara (Total Utang + Persediaan - Aktiva Lancar) dan TA merupakan nilai buku total aktiva perusahaan. Nilai perusahaan dalam konteks penelitian merujuk pada ukuran atau indikator yang menggambarkan seberapa berharga sebuah perusahaan di pasar. Nilai ini bisa dinyatakan dalam berbagai cara, tergantung pada perspektif yang diambil oleh penelitian. beberapa komponen yang sering dipertimbangkan dalam menjelaskan nilai perusahaan dalam memahami nilai perusahaan sangat penting dalam berbagai konteks, seperti investasi, merger dan akuisisi, serta penilaian kinerja sering kali diperlukan untuk mengevaluasi nilai perusahaan secara akurat

leverage

rasio *leverage* diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER). DER merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur seberapa besar modal perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan modal sendiri perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan untuk investasi pada aktiva guna menghasilkan keuntungan bagi perusahaan (Brigham dan Joel, 2010:143). Rumus yang digunakan untuk menghitung *Debt to Equity Ratio* yaitu:

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik memberi gambaran mengenai prospek yang dimiliki perusahaan dimasa yang akan datang (Kouser, 2012). Pertumbuhan penjualan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya) (Harahap, 2013). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya.

Rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan menurut Harahap (2013) adalah seagai berikut:

Market Share

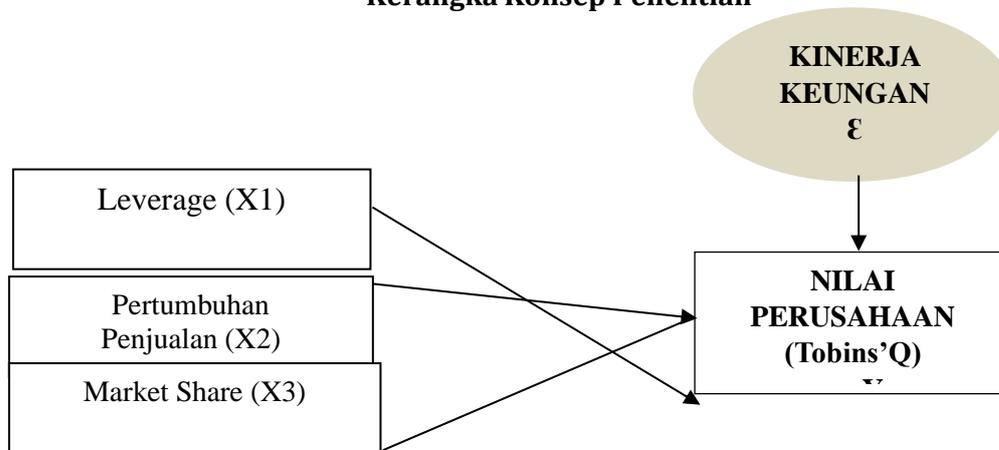
Pangsa Pasar (Market Share) merupakan rasio antara Penjualan perusahaan tertentu dengan Penjualan Total Industri. Pangsa Pasar mewakili variabel struktur pasar yaitu persaingan dalam suatu pasar/industri tertentu, menunjukkan tingkat konsentrasi dari pasar/industri yang bersangkutan. Perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang besar akan lebih mudah memperoleh laba. Rumus Market Share.

HIPOTESIS

Berdasarkan teori yang dijelaskan sebelumnya, adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1:** Leverage berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan
- H2:** Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- H3:** Market Share berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Kerangka Konsep Penelitian



Uji Parsial

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS
 Date: 12/30/24 Time: 12:01
 Sample: 2019 2023
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 13
 Total panel (unbalanced) observations: 65

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	1.187873	0.314043	3.782520	0.0004	Uji Simultan
X1	0.304229	0.698668	0.435442	0.6648	
X2	0.073652	0.590861	0.124652	0.9012	
X3	-0.400452	0.782839	-0.511539	0.6108	
R-squared	0.617124	Mean dependent var	1.275722		
Adjusted R-squared	0.499918	S.D. dependent var	1.249157		
S.E. of regression	0.883360	Akaike info criterion	2.799573		
Sum squared resid	38.23592	Schwarz criterion	3.334807		
Log likelihood	-74.98612	Hannan-Quinn criter.	3.010757		
F-statistic	5.265261	Durbin-Watson stat	2.749692		
Prob(F-statistic)	0.000004				

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis pengaruh *leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri automotive and component, variabel memberikan hasil estimasi tanda koefisien yang positif sesuai dengan hipotesis awal yaitu diterima. variabel *leverage* X1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan hal ini ditunjukkan dengan nilai coefficient sebesar 0.304229 dan nilai probabilitas t- statistik untuk variabel *Leverage* sebesar 0.6648. dimana pada tingkat signifikan 5 % nilai perusahaan tersebut $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Industri automotive and component, variabel memberikan hasil estimasi tanda koefisien yang signifikan sesuai dengan hipotesis awal yaitu diterima. variabel pertumbuhan penjualan X2 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan hal ini ditunjukkan dengan coefficient sebesar 0.073652 dan nilai probabilitas t- statistik untuk variabel *growth* sebesar 0.9012, yang dimana tingkat signifikan sebesar 5 % pada nilai perusahaan tersebut 0,05, Maka H_0 di tolak dan H_2 diterima

Pengaruh Market Share terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis pengaruh Market Share terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri automotive and component, variabel memberikan hasil estimasi Negatif tanda signifikan. Variabel Market Share X3 memiliki pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang dimiliki perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai coefficient market share sebesar -0.400452 dan nilai probabilitas t- statistik untuk variabel market share sebesar 0.6108. dimana pada tingkat signifikan 5 % nilai perusahaan tersebut < 0.05 . maka H_3 ditolak dan H_0 diterima.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan Market Share berpengaruh Negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan . Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh likuiditas yang diproksikan dengan *leverage* yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* (DER), pertumbuhan penjualan, dan Market Share terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan *Tobins Q* pada Perusahaan Industri automotive and component yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan Industri automotive and component yang go publik yang terdaftar di BEI sebagai sampel, dan juga data dalam penelitian ini masih terbatas dan periode penelitian yang singkat dapat menyebabkan bias dalam estimasi, sehingga hasil yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya akurat dan dapat diandalkan.

SARAN

Saran bagi penelitian Selanjutnya Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel dan waktu pengamatan yang digunakan agar sampel yang diteliti lebih banyak, serta menambahkan variabel inflasi, suku bunga, harga saham dan variabel lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian yang dapat mempengaruhi profitabilitas agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.

REFERENCES

- Dara Putri Junianti,Ai Hendrani. 2024. PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN PERPUTARAN MODAL KERJA TERHADAP PROFITABILITAS. THE EFFECT OF LIQUIDITY, LEVERAGE AND WORKING CAPITAL TURNOVER ON PROFITABILITY COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting e-ISSN : 2597-5234
- Viona Riki ika paradila. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Size Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur sektor Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 - 2017), SIMBA 14 AGUSTUS 2019
- William Wibowo & dan Ardiansyah (2003). PENGARUH LEVERAGE, PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN PADA NILAI PERUSAHAAN, Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume V No. 4/2023 Edisi Oktober hal: 1825-1834
- Melinda Risqi Setya Putri1, Sri Hermuningsih2, Gendro Wiyono (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan e-ISSN : 2548-9224 | p-ISSN : 2548-7507, Volume 8 Nomor 2, April 2024
- Asrita Rahayu Utari a, Elyanti Rosmanidarb, Marissa Putriana. (2023). PENGARUH KAS, PIUTANG DAN PERSEDIAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN OTOMOTIF DAN KOMPONEN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018 - 2020 JURIMEA Vol 3 No. 1 (2023) – PISSN : 2827-8119 EISSN : 2809-7793.
- Umi Amanatul Khasanah (2021). PENGARUH LEVERAGE, PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN PLASTIK DAN KEMASAN ,Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, e-ISSN: 2461-0593
- Mikhael Jireh Hartono* dan Merry Susanti. (2023). PENGARUH EQUITY DAN ASSET TERHADAP FINANCIAL PERFORMANCE PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI KONSUMSI. Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume V No. 4/2023 Edisi Oktober hal: 1950-1960
- Edi Candra1; Elfiswandi2; Lusiana (2024). Pengaruh Pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas dan risiko bisnis pada nilai perusahaan dimoderasi ukuran perusahaan (studi sektor barang consumer primer BEI tahun 2019- 2023). P-ISSN; 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 8 No. 3, 2024
- REFAN LEONARDO WISUTA STELLA 2019. PENGARUH MARKET SIZE, KINERJA PERUSAHAAN, NILAI PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN KESEMPATAN BERTUMBUH TERHADAP STOCK RETURN. Jurnal bisnis dan akuntansi; Vol. 19, No. 2. Desember 2019, ISSN: 1410 - 9875
- Teguh Wardoyo. 2024. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DEVIDEN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA PERUSAHAAN BASIC INDUSTRY DI BEI . ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online) Volume 10 Nomor 4 Juni 2024
- Edric Gordon , Victor Soeindra , Yanuar Dananjaya 2024. ANALISIS PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR PERUSAHAAN CONSUMER CYCLICALS DAN

CONSUMER NON- CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. Volume 7 Nomor 4, Tahun 2024 e-ISSN : 2597-5234.

Ayuni Bahar Sahputri, Risal Rinofah, Alfiatul Maulida. 2023. Pengaruh Profitabilitas Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Return Saham Melalui Earning Per Share. Volume 6 Issue 1 (2023) Pages 675 – 692, ISSN : 2598-831X

M Yudha Pratama¹, Fitra Dharma. 2023. pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Vol.1, No.5 Oktober 2023 Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Vol.1, No.5 Oktober

Fenesha Homa Triana Putri¹, Retno Indah Hernawati². (2024). Pengaruh Moderasi Kebijakan Hutang pada Kinerja Keuangan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan saat Pandemi Covid-19 di Indonesia SSN 1693-4091 , Jurnal Media Wahana Ekonomika, Vol. 21 No.2, April 2024

Hermanto¹; Agnes Dewinta² (2023). Pengaruh ukuran perusahaan, Efisiensi perusahaan, Likuiditas, Kekuatan pasar, Pertumbuhan perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas. Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) Vol. 7 No. 2, 2023

Rinny Meidiyustiani, 2023. ANALISIS DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA SEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2021, Equilibrium Volume 12. No. 2. Tahun 2023, eISSN 2684-9313

Adil, Ahmad. 2023. Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik.

Sujarweni, V. Wiratna. 2020. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Silalahi, Ulber. 2017. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Adit.

Khairul Amri Manurung ,2023 ANALISIS VALUASI SAHAM DENGAN MENGGUNAKAN METODE PRICE BOOK VALUE (PBV) DAN METODE PRICE EARNING RATIO (PER) STUDI PADA SAHAM PT. INTILAND DEVELOPMENT TBK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2018-2021, Akuntansi, Universitas Islam Sumatera Utara, Jurnal Bisnis Net Volume : 6 No. 1 ISSN: 2621 -3982 EISSN: 2722