

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERTUMBUHAN LABA DAN LIKUIDITAS TERHADAP PERUSAHAAN KOSMETIK DAN KEBUTUHAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DIBURSA EFEK INDONESIA

Olivia Havila Hermanto
oliviahavilahermantoa@gmail.com
Triyonowati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of sales growth, profit growth, profit, and liquidity on firm value at cosmetic and household companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2016-2021. The sales growth was measured by Net Sales Growth Ratio, profit growth was measured by Net Profit Growth Ratio, liquidity was measured by Current Ratio, and firm value was measured by Price to Book Value. . Furthermore, the data collection technique used saturated sampling. In line with that, there were 3 companies listed on IDX during 2016-2021 as the sample. Additionally, the data analysis technique used descriptive statistics and inferential; with multiple regression. The result of the descriptive statistics showed that sales growth, profit growth, and liquidity had low average values. While the result of the classical assumption showed that all variables fulfilled the assumption. Likewise, the result of the proper model test showed that the regression model was properly used. In addition, the result of the hypothesis test concluded that sales growth had a negative and insignificant effect on firm value. However, profit growth had a positive but insignificant effect on firm value. In contrast, liquidity had a negative and significant effect on firm value.

Keywords: Sales Growth, Profit Growth, Liquidity, Firm Value

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang telah terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2016-2021. Pertumbuhan penjualan diukur menggunakan *Net Sales Grow Ratio*, pertumbuhan laba diukur menggunakan *Net Profit Grow Ratio*, likuiditas diukur menggunakan *Current Ratio* dan nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value*. Sampel yang digunakan diperoleh dengan menggunakan sampel jenuh. Berdasarkan dari metode sampel jenuh didapatkan 3 perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2016-2021. Metode analisis yang digunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian statistik deskriptif menunjukkan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likiditas mendapatkan nilai rata-rata yang rendah. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan semua variabel memenuhi asumsi, juga hasil dari uji kelayakan model menunjukkan model regresi layak untuk digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan, pertumbuhan laba berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan

Kata kunci : Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba, Likuiditas, Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

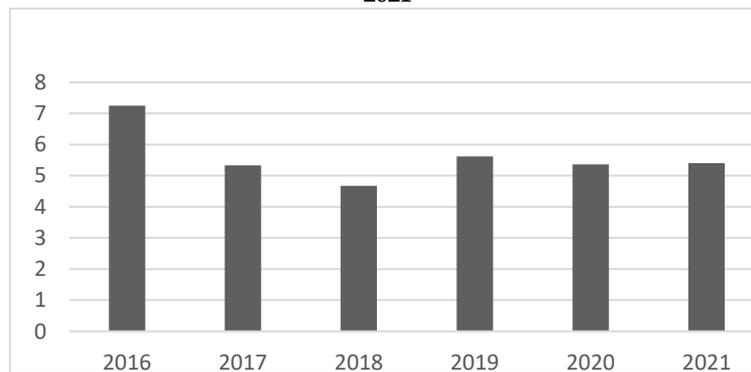
Besarnya minat masyarakat terhadap produk kosmetik dapat dilihat dari meningkatnya konsumen disetiap tahunnya. Pada setiap perusahaan kosmetik akan terus berinovasi dan meningkatkan produksinya untuk memenuhi permintaan konsumen. Meningkatnya penjualan di sektor kosmetik, maka akan berpengaruh besar terhadap

komponen yang ada, di dukung dengan munculnya *trend-trend* baru dalam menggunakan kosmetik atau ber-*make up*.

Kosmetik adalah sesuatu bahan yang aman untuk merawat, membersihkan, memberikan keharuman untuk merawat dan menjaga bagian luar tubuh manusia seperti rambut, kuku, kulit atau epidermis, bibir, bagian mulut dan bibir. Kosmetik memanglah bukan suatu hal yang *primer* dalam kebutuhan hidup manusia, akan tetapi pada masa sekarang kosmetik banyak digandrungi oleh segala kalangan, mulai dari bayi, anak-anak, remaja, orang dewasa hingga orang tua sekalipun.

Suatu perusahaan berdiri juga di dampingi dengan risiko-risiko yang ada seperti banyaknya pesaing yang mulai bermunculan dengan seiring jalannya waktu, persaingan ide dan persaingan inovasi. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk terus berkembang dalam *market* yang ada sekarang ini. Pada setiap perusahaan pasti memiliki prospek untuk masa depan yang lebih baik dan juga selalu diiringi untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi. Apabila nilai perusahaan tinggi maka dapat menarik perhatian investor untuk bisa menanamkan modal atau berinvestasi pada suatu perusahaan. Hal tersebut juga didukung dengan pengelolaan kinerja perusahaan yang baik juga. Oleh sebab itu, nilai perusahaan sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap manajemen perusahaan.

Rata-rata *Price to Book Value* pada Perusahaan Kosmetik dan Kebutuhan Rumah Tangga Periode 2016-2021



Gambar 1
Rata - rata PBV

Peneliti telah melakukan perhitungan menggunakan analisis trend pada tahun 2016-2021 dan dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah penurunan nilai perusahaan pada tahun 2018 dan mengalami kestabilan kembali pada tahun berikutnya. Nilai perusahaan sedang mengalami kondisi yang tidak stabil, yang artinya nilai perusahaan bukan hanya mengalami kenaikan saja tetapi juga dapat mengalami penurunan, pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 - 2018 nilai rata-rata PBV sedang mengalami penurunan dan ditahun 2018-2019 terjadi kenaikan yang stabil ditahun selanjutnya.

Untuk mencapai nilai perusahaan tentunya bukanlah suatu hal yang mudah seperti yang dibayangkan dalam kurun waktu yang singkat. Tetapi diperlukan kerja sama bagi seluruh pihak perusahaan dan memiliki satu tujuan dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan diperoleh melalui harga saham dari suatu perusahaan. Tujuan utama dari manajemen itu sendiri yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham, jika hal tersebut dapat tercapai dengan baik maka akan dapat memaksimalkan nilai perusahaan, juga dapat mensejahterakan pemegang saham (Astuti, 2014:37)

Menurut penelitian Situmeang (2018) mengatakan bahwa setiap terjadi kenaikan dan penurunan nilai perusahaan dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, kepemilikan asing dan kepemilikan manajerial. Penelitian dari Prastuti *et al* (2016)

menyatakan faktor lain yang dapat mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan adalah struktur modal. Dari uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian berdasarkan fenomena serta latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perumbuhan Laba dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia" pada periode 2016-2021.

TINJAUAN TEORITIS

Nilai Perusahaan

Suatu perusahaan yang baik pasti memiliki kinerja yang baik pula di dalamnya. Husnan dan Pudjiastuti (2006:6) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor jika suatu perusahaan akan dijual. Semakin baik tingkat nilai perusahaan maka akan berpengaruh besar terhadap kemakmuran pemilik perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi investor dengan tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat pada harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Dapat dilihat bahwa ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dapat diketahui dari kemampuan perusahaan mensejahterakan para investor atau pemegang saham. Dengan tingginya harga saham maka membuat nilai perusahaan juga akan tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan tetapi kepada prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Pertumbuhan Penjualan

Penjualan adalah salah satu sumber penghasilan perusahaan. Perusahaan memiliki keinginan pertumbuhan penjualannya tetap stabil atau bahkan meningkat dari tahun ke tahun. Di saat pertumbuhan penjualan stabil ataupun meningkat dan biaya-biaya dapat dikelola dengan baik, maka laba atau penghasilan yang diterima akan meningkat. Oleh karena itu keuntungan yang didapatkan oleh investor juga meningkat. Kasmir (2010:116) mengatakan bahwa rasio pertumbuhan adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Maka yang perlu dilakukan analisis adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan per saham, pertumbuhan laba bersih dan pertumbuhan dividen per saham. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahunnya. Suatu perusahaan dikatakan baik dapat dilihat dari aspek penjualan yang akan terus meningkat dari tahun tahun sebelumnya (Kesuma, 2009).

Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba dapat digunakan sebagai tolak ukur sebagai penilaian kinerja suatu perusahaan. Pertumbuhan laba adalah suatu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam upaya meningkatkan laba atau keuntungan bersih dan akan dibandingkan dengan periode sebelumnya (Harahap, 2015:310). Laba yang diterima oleh suatu perusahaan akan mengalami peningkatan maupun penurunan, maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai pertumbuhan laba. Pertumbuhan laba dihasilkan dari perusahaan dari periode ke periode.

Pertumbuhan laba merupakan kenaikan atau penurunan laba pada setiap tahunnya dan dinyatakan dalam persentase. Jika laba sedang mengalami pertumbuhan maka akan mengalami peningkatan hasil dibandingkan dengan hasil laba sebelumnya. (Mamduh dan Abdul, 2012:95). Berdasarkan dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan laba adalah kemampuan suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan hasil laba dan akan dibandingkan pada hasil laba tahun sebelumnya.

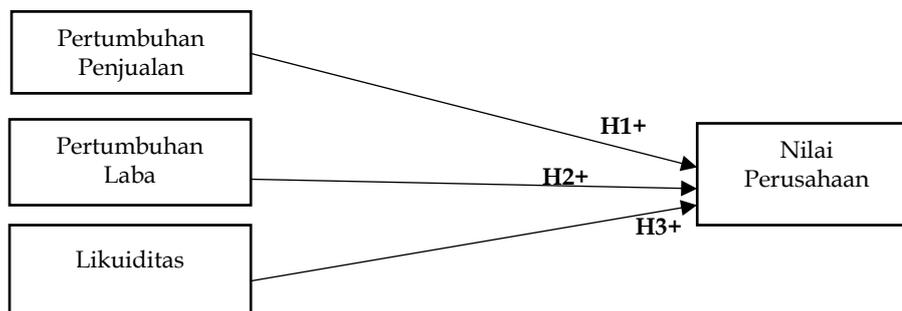
Likuiditas

Rasio Likuiditas merupakan rasio yang memperlihatkan bahwa perusahaan mampu untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang harus dengan cepat dipenuhi oleh

perusahaan (Kamir, 2017:128). Sedangkan Riyanto (2013) mengartikan likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam menyediakan alat alat likuid sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi kewajiban finansialnya pada saat di tagih. Saat perusahaan di tagih, perusahaan mampu membayar hutang tersebut terutama pada hutang yang telah jatuh tempo.

Rasio likuiditas digunakan untuk menilai kemampuan keuangan perusahaan dalam mengelola hutang jangka pendek. Kemampuan dalam membayar hutang jangka pendek yang diukur dengan membandingkan aktiva lancar dengan hutang lancar. Perusahaan yang tidak mampu mengendalikan likuiditasnya akan membuat hilangnya kepercayaan dari pihak luar perusahaan atau kreditur dan dapat membuat penurunan pengembangan pada perusahaannya. Semakin tinggi tingkat likuiditasnya, maka akan semakin rendah tingkat kegagalan perusahaan. Menurut Kasmir (2017:134).

Rerangka konseptual



Gambar 2
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Harapan dari suatu perusahaan salah satunya adalah meningkatnya penjualan pada tahun ke tahun untuk mencapai target dan bisa meningkatkan nilai perusahaan. Suatu perusahaan yang dapat dikatakan baik adalah adanya peningkatan penjualan yang terus meningkat disetiap waktunya (Kesuma,2009).

Tjiptono (2008:604) mengungkapkan bahwa perusahaan yang sedang mengalami resiko apabila penjualan cenderung mengalami penurunan secara berkala dari tahun ke tahun dan mengakibatkan perusahaan gagal dalam mencapai laba, berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan juga menghambat perkembangan dan pertumbuhan bahkan mengalami kerugian. Apabila pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan maka dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan, karena laba akan meningkat dan dapat menunjang pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Pertumbuhan penjualan di suatu perusahaan mengalami peningkatan pada setiap tahunnya, maka nilai perusahaan juga ikut meningkat seiring dengan pertumbuhannya.

H₁ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan laba adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan laba merupakan rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk meningkatkan laba atau keuntungan bersih dan membandingkan dengan tahun sebelumnya. Harahap (2015:311) berpendapat sebuah perusahaan dianggap beresiko jika terjadi semakin rendah laba yang diterima di setiap tahunnya, hal tersebut menandakan kinerja suatu

perusahaan mengalami penurunan dan semakin buruk ataupun kondisi perusahaan sedang tidak baik, sehingga investor tidak tertarik dan mengalami keraguan dikarenakan kondisi laba yang rendah atau semakin menurun. Jika semakin tinggi laba yang diterima oleh perusahaan memperlihatkan semakin baik kinerja perusahaan dan kondisi perusahaan meningkat baik, sehingga investor akan tertarik menanamkan modalnya, hal tersebut akan menambahkan keuntungan bagi perusahaan, hal ini juga beriringan dengan meningkatnya nilai perusahaan.

H₂: Pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio likuiditas merupakan suatu rasio untuk mengetahui apakah suatu perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan waktu yang telah ditentukan. Munawir (2009:91) mengungkapkan bahwa perusahaan dianggap beresiko apabila mempunyai likuiditas yang sangat tinggi, rasio lancar yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kelebihan aktiva lancar. Namun jika perusahaan memiliki likuiditas yang relatif rendah, maka dapat memperlambat jalannya suatu perusahaan karena masih memiliki tanggungan hutang jangka pendek yang harus segera di selesaikan. Jika perusahaan mampu mengelola aktiva lancar dengan baik, maka akan menghasilkan kenaikan laba dan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H₃: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*). Penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang menunjukkan dan menggambarkan hubungan arah antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk meneliti dan menganalisis kemungkinan hubungan sebab akibat yang terjadi atas dasar pengamatan yang dilakukan. Pada jenis penelitian ini dapat digunakan untuk menganalisis dan mengetahui suatu fakta atas kejadian sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan dilakukan pengujian pada variabel variabel yang mempengaruhi (variabel independen).

Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah perusahaan kosmetik dan barang kebutuhan rumah tangga yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode 2016-2021 yaitu sejumlah 7 perusahaan. Tetapi peneliti tidak akan meneliti seluruh perusahaan kosmetik dan barang kebutuhan rumah tangga, karena sifat dalam populasi data adalah sifat heterogen yaitu isi laporan keuangan dan laba. Yang termasuk ke dalam populasi penelitian sebanyak 3 perusahaan yang telah sesuai dengan kriteria penelitian yang telah ditentukan. Oleh karena itu objek yang akan digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 3 perusahaan.

Jenis data yang akan diteliti, peneliti dalam penelitian ini akan menggunakan data dokumenter. Data dokumenter merupakan jenis data penelitian yaitu : jurnal, faktor serta laporan-laporan, peneliti dalam penelitian ini menggunakan sumber data yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan kosmetik dan barang kebutuhan rumah tangga yang terdapat di Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya.

Variabel Independen

Pertumbuhan Penjualan

Pada penelitian ini diprosikan dengan *Net Sales Grow Ratio*. Perhitungan pertumbuhan penjualan dengan cara membandingkan dari akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Jika presentase perbandingan makin

besar, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Net Sales Grow Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t - 1}{\text{Net Sales } t - 1} \times 100\%$$

Pertumbuhan Laba

Pada penelitian ini diproksikan dengan *Net Profit Grow Ratio*. Perusahaan pasti akan ingin mengetahui pencapaian yang telah dijalankan selama periode tertentu, maka manajer dapat mengukur dan mengevaluasi berdasarkan laba yang diperoleh dalam periode tertentu. Jika perusahaan menginginkan laba yang diinginkan maka diperlukan pengelolaan manajemen laba yang baik, karena jika pengelolaan manajemen laba semakin baik akan mempengaruhi peningkatan laba yang diterima suatu perusahaan. Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangi laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya, lalu dibagi dengan laba pada periode sebelumnya. Pertumbuhan laba dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{Net Profit Grow Ratio} = \frac{\text{Net Profit} - \text{Net Profit} - 1}{\text{Net Profit} - 1} \times 100\%$$

Likuiditas

Pada penelitian ini diproksikan dengan *current ratio* (CR). *Current ratio* berfungsi untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi atau melunasi kewajiban dalam waktu satu tahun. Dengan menggunakan perbandingan dari aktiva lancar dengan hutang lancar yang memiliki kemampuan untuk membayar hutang dengan cepat dipenuhi dengan aktiva lancar. Jika semakin tinggi *current ratio* menandakan bahwa semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Untuk mengetahui tingkat likuiditas oleh rasio lancar, dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Pada penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV). Dengan adanya *Price To Book Value* ini sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal. Bagi perusahaan yang telah dikelola cukup baik, rasio PBV yang dicapai umumnya diatas satu, mengartikan bahwa nilai saham lebih besar dibandingkan oleh nilai bukunya. Harga saham yang tinggi berpengaruh terhadap tingginya nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat pasar percaya bukan hanya kepada kinerja perusahaan nya saja tetapi juga kepada prospek perusahaan dimasa depan. Nilai perusahaan yang tinggi mengartikan bahwa tingkat kesejahteraan juga tinggi bagi investor dan jika PBV terus meningkat berarti pasar percaya akan prospek perusahaan. *Price To Book Value* dapat dihitung dengan rumus :

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

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan dalam bentuk memberikan gambaran atau deskripsi dalam suatu data yang dibuat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum. Analisis deskripsi menganalisis data yang ada dari sampel yang digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam uji normalitas memiliki tujuan yaitu untuk menguji distribusi normal dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual. Dalam uji-t dan uji-f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, apabila asumsi ini tidak dipatuhi maka uji statistik menjadi tidak valid. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan melakukan uji statistik sederhana yang dilakukan dengan melihat nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan cara melihat nilai probabilitasnya, dengan ketentuan apabila nilai probabilitasnya lebih dari 0,05 maka residual terdistribusi normal. Namun apabila nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 maka residual terdistribusi tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan dalam menguji apakah model regresi dapat ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terjadi korelasi antar variabel independen maka dapat dikatakan bahwa terdapat permasalahan dalam multikolinearitas. Apabila tidak terjadi korelasi di antara variabel independen maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut baik. Agar dapat mengetahui adanya gejala multikolinearitas atau tidak dalam regresi, maka hal ini dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan ketentuan apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , maka terdapat gejala multikolinearitas. Sedangkan apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastitas memiliki tujuan dalam menguji apakah model-model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Apabila tidak terjadi heteroskedastitas maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut baik. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastitas dapat menggunakan metode analisa grafik. Dalam model regresi ini apabila tidak terdapat pola yang jelas seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y dan angka 0 maka model regresi ini dapat dikatakan tidak bergejala heteroskedastitas. Namun apabila terdapat pola dan titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur maka terdapat gejala heteroskedastitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan dalam menguji korelasi model regresi linier antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya atau t-1. Apabila terjadi korelasi maka dapat dikatakan bahwa adanya kesalahan pada autokorelasi. Model regresi yang baik apabila regresi tersebut bebas dari autokorelasi. Dengan menggunakan pengujian autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan nilai *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan apabila angka DW < -2 , artinya terdapat autokorelasi positif. Apabila angka DW $-2 < DW < 2$, artinya tidak terdapat autokorelasi. Apabila angka DW > 2 , artinya terdapat autokorelasi negatif.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda menggunakan persamaan statistik sebagai berikut :

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3$$

Keterangan :

Y	: Nilai perusahaan
a	: Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃	: Koefesien dari x ₁ , x ₂ , x ₃
x ₁	: Pertumbuhan penjualan
x ₂	: Pertumbuhan laba
x ₃	: Likuiditas

Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisiensi determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai pada koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu. Apabila nilai R² bernilai kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen memiliki kapasitas yang amat terbatas. Nilai R² yang mendekati angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen.

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui model regresi yang digunakan sudah tepat atau belum. Uji model F menunjukkan semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji signifikansi F dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model regresi menunjukkan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya. Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka model regresi menunjukkan tidak layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji t memiliki tujuan dalam memberikan informasi mengenai seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Terdapat penerimaan ataupun penolakan hipotesis dalam uji t yang mendasari kriteria nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka variabel independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskripsif

Dalam analisis ini digunakan untuk melihat nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Berikut adalah tabel 1 yang dapat menjelaskan hasil pengujian statistik dalam penelitian ini.

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

		Penjualan	Laba	Likuiditas	Nilai Perusahaan
N	Valid	18	18	18	18
	Missing	0	0	0	0
Mean		3,74	16,81	15,81	1,29
Std. Deviation		15,89	71,33	67,09	5,48
Minimum		-19,29	-77,95	60,56	,99
Maximum		38,87	243,47	297,04	15,25

Sumber : Laporan Keuangan, diolah 2023

Berdasarkan data yang ada diatas dapat diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 18 data. Nilai Perusahaan diproksikan melalui PBV memperoleh nilai rata-rata sebesar 1,29 kali dengan nilai standar deviasi sebesar 5,48 kali, memiliki nilai minimum sebesar 0,99 kali dan memiliki nilai maksimum sebesar 15,25 kali. Pertumbuhan penjualan yang diproksikan melalui *Net Sales Grow Ratio* memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,74% dengan nilai standar deviasi sebesar 15,89%, memiliki nilai minimum -19,29% dan memiliki nilai maksimum 38,87%. Pertumbuhan laba yang diproksikan melalui *Net Profit Grow Ratio* memperoleh nilai rata-rata sebesar 16,81% dengan nilai standar deviasi sebesar 71,33%, memiliki nilai minimum -77,95% dan memiliki nilai maksimum sebesar 243,47%. Likuiditas yang diproksikan melalui *Current Ratio* memperoleh nilai rata-rata sebesar 15,81% dengan nilai standar deviasi sebesar 67,09%, memiliki nilai minimum 60,56% dan memiliki nilai maksimum 297,04%.

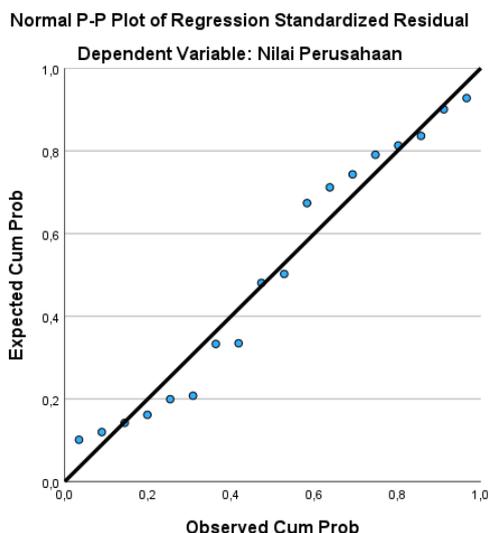
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam uji normalitas memiliki tujuan yaitu untuk menguji distribusi normal dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual. Uji normalitas menggunakan 2 metode uji yaitu uji grafik *Normal Probability Plot (P - Plot)* dan uji *Kolmogorov-smirnov*.

Uji Normalitas dengan grafik *Normal Probability Plot (P - Plot)*

Uji P - Plot adalah uji yang membandingkan distribusi suatu kumulatif data yang dimana distribusi kumulatif diperoleh dari distribusi normal.



Gambar 3

Grafik Normal (P-Plot)

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan grafik yang pada gambar 3 dapat dilihat bahwa grafik tersebut menggambarkan data yang dimana titik-titiknya menyebar di sekitar garis normal dengan pertemuan antara sumbu X dan Y sehingga hal ini menunjukkan bahwa data penelitian ini dapat dinyatakan terdistribusi dengan normal. Oleh karena itu model regresi grafik ini dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-smirnov*

Uji *Kolmogorov-smirnov* digunakan dalam mendekteksi normalitas data. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan melakukan uji statistik sederhana yang dilakukan dengan melihat nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan cara melihat nilai probabilitasnya, dengan ketentuan apabila nilai probabilitasnya lebih dari 0,05 maka residual terdistribusi normal. Namun apabila nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 maka residual terdistribusi tidak normal.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		18
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,46655177
Most Extreme Differences	Absolute	,149
	Positive	,149
	Negative	-,134
Test Statistic		,149
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel di atas dapat diketahui nilai *asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ yang dimana berarti data tersebut terdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan baik dengan menggunakan uji grafik ataupun dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov keduanya memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan dalam menguji apakah model regresi dapat ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Agar dapat mengetahui adanya gejala multikolinearitas atau tidak dalam regresi, maka hal ini dilihat dari nilai *Tolerance dan Variance Inflation Factor* (VIF). Berikut merupakan hasil dari uji multikolinearitas terhadap model regresi yang disajikan dalam tabel 3:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

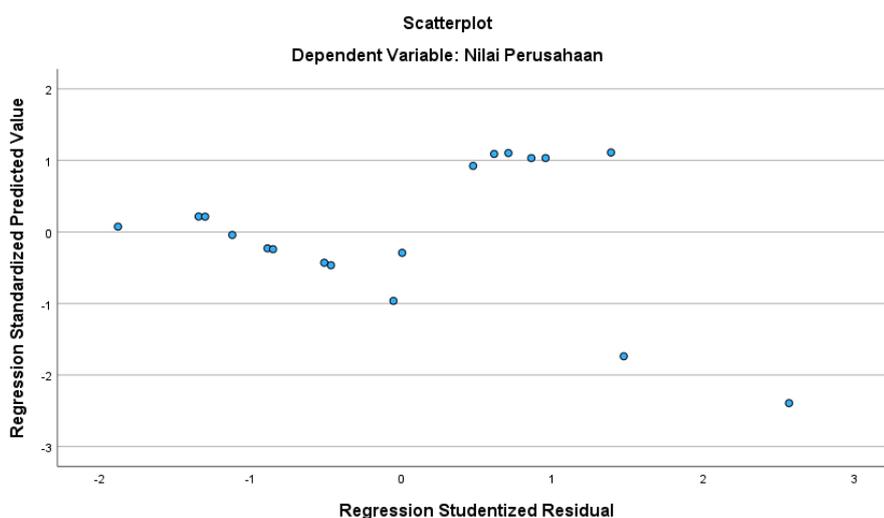
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pertumbuhan Penjualan	,521	1,920
	Pertumbuhan Laba	,473	2,115
	Likuiditas	,873	1,143

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Dari tabel 3 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai *tolerance* dari masing-masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,10 dan nilai VIF memiliki nilai kurang dari 10. Pada variabel Pertumbuhan Penjualan, nilai *tolerance* sebesar 0,521 dan nilai VIF 1,920. Pada variabel Pertumbuhan Laba, nilai *tolerance* sebesar 0,473 dan nilai VIF 2,115. Dan pada variabel Likuiditas nilai *tolerance* sebesar 0,873 dan nilai VIF 1,143. Oleh karena itu dalam keseluruhan model regresi penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas memiliki tujuan dalam menguji apakah model-model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Dalam model regresi ini apabila tidak terdapat pola yang jelas seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y dan angka 0 maka model regresi ini dapat dikatakan tidak bergejala heteroskedastitas. Namun apabila terdapat pola dan titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur maka terdapat gejala heteroskedastitas.



Gambar 4
Grafik Heteroskedastisitas
 Sumber : data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan dari gambar 4 grafik heteroskedastitas, ditunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar angka 0 dan sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari heteroskedastitas dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan dalam menguji korelasi model regresi linier antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya atau t-1. Apabila terjadi korelasi maka dapat dikatakan bahwa adanya kesalahan pada autokorelasi. Model regresi yang baik apabila regresi tersebut bebas dari autokorelasi. Dengan menggunakan pengujian autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan nilai *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan apabila angka $DW < -2$, artinya terdapat autokorelasi positif. Apabila $-2 < DW < 2$, artinya tidak terdapat autokorelasi. Apabila $DW > 2$, artinya terdapat autokorelasi negatif. Berikut ini merupakan hasil dari uji autokorelasi pada tabel 4:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,755 ^a	,601	,516	3,81995	,783

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,404 yang dimana nilainya ada diantara -2 dan 2 dari 2 yaitu $-2 < 0,783 < 2$. Maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisiensi determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai pada koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu. Apabila nilai R² bernilai kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen memiliki kapasitas yang amat terbatas. Nilai R² yang mendekati angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi (R²) yang ditunjukkan dalam tabel 5:

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,775 ^a	,601	,516	3,81995	,783

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel diatas, dari hasil uji koefisien determinasi (R²) dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,601 atau 60,1% yang memiliki arti bahwa kontribusi dari variabel independen yang terdiri dari pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap nilai perusahaan adalah 60,1% yang sedangkan sisanya sebesar 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang menguji pengaruh serta hubungan suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients			Sig.
		B	Std. Error	t	
1	(Constant)	14,236	2,121	6,712	,001
	Pertumbuhan Penjualan	-,004	,081	-,046	,964
	Pertumbuhan Laba	,002	,019	,090	,929
	Likuiditas	-,064	,015	4,330	,001

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Dari hasil tabel 5 diatas maka dapat diketahui mengenai ada atau tidaknya pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan tabel diatas maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$NP = 14,236 - 0,004 + 0,002 - 0,064$$

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui model regresi yang digunakan sudah tepat atau belum. Uji signifikansi F dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis, apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka model regresi menunjukkan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya. Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka model regresi menunjukkan tidak layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya. Berikut merupakan hasil Uji F yang ditunjukkan dalam tabel 7:

Tabel 7
Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	308,069	3	102,690	7,037	,004 ^b
Residual	204,289	14	14,592		
Total	512,358	17			

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, nilai signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0,004 yang berarti kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini layak digunakan dalam penelitian.

Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji t memiliki tujuan dalam memberikan informasi mengenai seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Terdapat penerimaan ataupun penolakan hipotesis dalam uji t yang mendasari kriteria nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka variabel independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	14,236	2,121	6,712	,001
Pertumbuhan Penjualan	-,004	,081	-,046	,964
Pertumbuhan Laba	,002	,019	,090	,929
Likuiditas	-,064	,015	4,330	,001

Sumber : data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel 8 di atas diketahui bahwa pertumbuhan penjualan memiliki nilai t hitung sebesar -0,046 dengan signifikan 0,964. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,964 $> 0,05$ dan nilai koefisien positif maka hipotesis 1 ditolak . Artinya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. Pertumbuhan laba diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 0,090 dengan nilai signifikan 0,929. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,929 $> 0,05$ dan nilai koefisien positif, maka hipotesis 2 ditolak. Artinya pertumbuhan laba tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. Likuiditas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar -4,330 dengan nilai signifikan 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,001 $< 0,05$ dan nilai koefisien negatif, maka hipotesis 3 diterima. Artinya likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga.

Pembahasan

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan dari uji hipotesis (uji t) diatas, dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan pertumbuhan penjualan masih dapat menghasilkan pertumbuhan laba yang positif, karena perusahaan mampu melakukan efisiensi biaya. Ketika perusahaan mengalami kenaikan penjualan, belum tentu laba juga akan meningkat. Dalam persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan saham, tidak tergantung pada pertumbuhan penjualan. Untuk menjaga eksistensinya perusahaan tidak hanya tergantung pada hasil dari pertumbuhan penjualan saja, karena pertumbuhan penjualan bukan suatu faktor yang dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Herawati, 2017 ; Panthow, *et al*, 2015). Sedangkan hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandalika (2016), Situmeang (2018) dan Imawan (2021) yang mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan dari uji hipotesis (uji t) diatas, dapat diketahui bahwa pertumbuhan laba berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. Bagi investor yang menyukai resiko, mereka tidak melihat pertumbuhan laba yang dapat dihitung dari laporan tahunan perusahaan. Apabila ada pergerakan saham yang menguntungkan mereka, mereka langsung menanamkan modal atau berinvestasi pada perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Sutarti, 2012). Sedangkan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Situmeang, 2018).

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan dari uji hipotesis (uji t) diatas, dapat diketahui bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. Perusahaan tidak mampu mengelola aset lancar dan kewajiban lancar dengan efektif dan efisien. Likuiditas yang tinggi mampu memenuhi hutang nya, tetapi juga terjadi seperti penumpukan persediaan yang tinggi dan piutang yang tertagih.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Lubis *et al* (2017) dan Ristanti (2021) yang mengatakan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan *current cash* (CR) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil ini sejalan yang menyatakan bahwa semakin tinggi likuiditas yang dihasilkan oleh suatu perusahaan maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan, sehingga investor tertarik untuk berinvestasi dan hasil (Munawir 2014:91), hasil ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan *current ratio* (CR) (Ngurah dan Lestari, 2016 ; Wijaya dan Purnawati, 2016).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Kosmetik dan Kebutuhan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021. Maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut : 1) Hasil penelitian menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap nilai suatu perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk menjaga eksistensinya perusahaan tidak hanya tergantung pada hasil dari pertumbuhan penjualan saja, karena pertumbuhan penjualan bukan suatu faktor yang dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap nilai perusahaan. 2) Hasil penelitian menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa pertumbuhan laba tidak memiliki hubungan signifikan bagi nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pertumbuhan laba tidak menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, karena dengan terjadinya kenaikan laba yang didapatkan oleh perusahaan belum tentu akan menaikkan nilai perusahaan. Dengan hal tersebut dapat membuktikan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap naik turunnya nilai perusahaan atau harga saham perusahaan dalam menarik investor untuk berinvestasi dalam perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. 3) Hasil penelitian menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa likuiditas memiliki hubungan signifikan bagi nilai perusahaan pada perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2021. Memiliki likuiditas yang baik dapat menarik investor untuk berinvestasi, namun perusahaan tidak mampu mengelola aktiva lancar dan kewajiban lancar dengan efektif dan efisien.

Keterbatasan

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan batasan pada penelitian sebagai berikut : 1) Dalam penelitian ini hanya membahas terkait variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas. Dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. 2) Dalam penelitian ini hanya menggunakan perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2021 yang digunakan sebagai sampel penelitian.

Saran

Saran yang akan diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut : 1) Bagi perusahaan, disarankan untuk menjaga konsistensi dan mempertahankan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, likuiditas serta nilai perusahaan. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga eksistensi perusahaan dan tetap dalam keadaan baik dalam menjalankan aktivitas perusahaan. 2) Bagi investor dan calon investor yang memiliki keinginan untuk berinvestasi di perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga, agar lebih baik memperhatikan dan mempertimbangkan likuiditas perusahaannya, karena likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3) Bagi penelitian selanjutnya, untuk menambahkan variabel lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur modal, struktur aktiva, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan faktor internal seperti inflasi serta perubahan mata uang.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Ghalia. Jakarta.
- Herawati, L. N. A. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar dalam Indeks LQ 45. *Tesis*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas.
- Husnan dan Pudjiastuti. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 5. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Imawan, R & Triyonowati, T. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan RITEL di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lubis, I. L., B. M Sinaga dan H. Sasongko. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 3 (3): 6-8.
- Mandalika, A. 2016. Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia : Studi pada Sektor Otomotif. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16 (1) : 1-2.
- Munawir, S. 2002. *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*. Edisi Revisi. BPFEE. Yogyakarta.
- Ngurah, A. A. dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen* 5 (7) : 10-21.
- Panthow, M. S., S. Murni dan I. Trang. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Akuntansi* 3 (1): 38-60.
- Ristanti, A & Triyonowati, T. 2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverage* di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).
- Riyanto, B. 2010. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Situmeang, A. R. 2018. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba, Keputusan Asing dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Akuntansi Indonesia* 18 (1): 1-18.
- Sujoko dan U. Soebiantoro. (2007). Pengaruh struktur kepemilikan saham, leverage, faktor intern dan faktor ekstern terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. IX(1). 41-48.
- Tjipno, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Wijaya, I., B. N. P. Dan N. K. Purnawati. 2016. Pengaruh Likuiditas dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi oleh Kebijakan Dividen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1 (2) : 9-13.