

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada PT Delta Djakarta Tbk di Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Tahun 2016-2025

¹ Ayunita Oktafiani Putri, ² Krisnaldy

^{1,2} Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

¹ ayunitaoktafiani@gmail.com; ² dosen01890@unpam.ac.id

Abstract

This study was conducted to examine the effect of Sales Growth and Profitability both partially and simultaneously on Firm Value at PT Delta Djakarta Tbk, a company listed in the Consumer Non-Cyclicals Sector and operating in the malt-based alcoholic beverage industry. This study employs a quantitative research method with an associative approach. The data utilized are secondary data derived from the company's financial statements for the period 2016 – 2025. Data analysis was conducted using time series methods, comprising descriptive statistical analysis, classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation), multiple linear regression analysis, the t-test, the F-test, and the coefficient of determination test, processed with the assistance of SPSS version 27. The results of this study indicate that Sales Growth does not have a significant effect on Firm Value, as evidenced by a significance value of $0.120 > 0.05$. Conversely, Profitability has a significant effect on Firm Value, as evidenced by a significance value of $0.007 < 0.05$. Furthermore, the results of the simultaneous test indicate that Sales Growth and Profitability jointly have a significant effect on Firm Value, as evidenced by a significance value of $0.021 < 0.05$.

Keywords: Sales Growth; Profitability; Firm Value.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas secara parsial dan simultan terhadap Nilai Perusahaan pada PT Delta Djakarta Tbk yang terdaftar di Sektor *Consumer Non-Cyclicals* dan beroperasi dalam industri minuman beralkohol berbasis malt. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan selama periode 2016-2025. Analisis data dilakukan dengan metode time series, meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi, dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,120 > 0,05$. Sebaliknya, bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Sementara itu, hasil uji dari Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan; Profitabilitas; Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, sektor makanan dan minuman termasuk industri minuman beralkohol menghadapi berbagai tekanan besar. Pandemi COVID-19 sempat mengganggu rantai pasok dan menekan permintaan dari restoran, kafe, serta tempat wisata. Selain itu, wacana RUU Larangan Minuman Beralkohol dan kenaikan tarif cukai melalui PMK Nomor 160 Tahun (Direktorat Jenderal Strategi Ekonomi dan Fiskal, 2024) yang berpotensi menaikkan biaya produksi dan harga jual, sehingga dapat menurunkan daya beli konsumen dan kepercayaan investor.

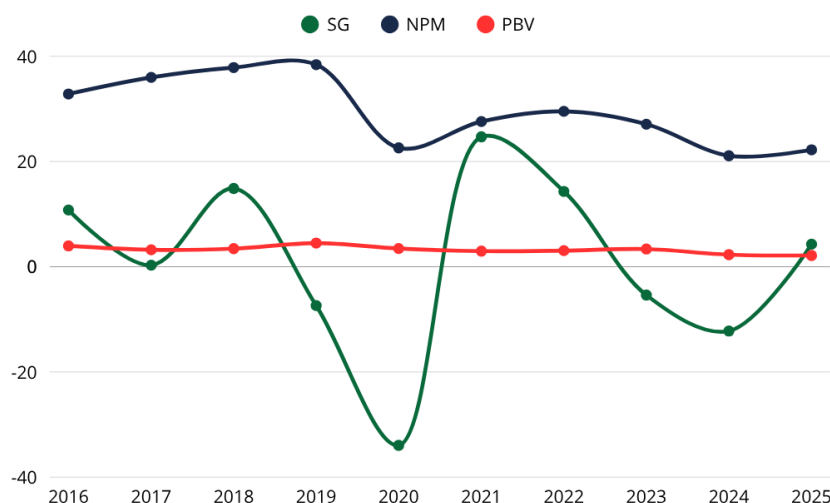
PT Delta Djakarta Tbk menjadi salah satu perusahaan yang terdampak, selama 10 tahun pengamatan dapat dilihat pertumbuhan penjualan dan profitabilitas yang fluktuatif dan tidak selalu sejalan dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan berkorelasi kuat dengan pergerakan harga saham

di pasar modal. Menurut Yamasitha et al (2024:5) “nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat”. *Price to Book Value* (PBV) menjadi indikator yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan. Hasil perhitungannya dapat dijadikan dasar untuk menilai apakah suatu saham tergolong *undervalued* atau *overvalued*.

Tabel 1. Nilai Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan PT Delta Djakarta Tbk Tahun 2016-2025

Tahun	SG (%)	NPM (%)	PBV
2016	10,79	32,84	3,97
2017	0,30	35,99	3,22
2018	14,88	37,86	3,44
2019	-7,38	38,42	4,50
2020	-33,95	22,60	3,47
2021	24,69	27,60	2,97
2022	14,32	29,54	3,07
2023	-5,38	27,09	3,37
2024	-12,22	21,09	2,30
2025	4,29	22,23	2,14

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).



Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Gambar 1. Nilai Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan PT Delta Djakarta Tbk Tahun 2016-2025

Berdasarkan data perusahaan yang sudah dipaparkan, dapat dilihat bahwa pertumbuhan penjualan menunjukkan tren yang sangat fluktuatif, bahkan sempat mengalami kontraksi tajam mencapai angka -33,95% pada tahun 2020 dan kembali melemah pada tahun 2024 dengan nilai sebesar -12,22%. Adapun nilai profitabilitas, yang sempat mencapai titik tertinggi sebesar 38,42% pada tahun 2019 sebelum mengalami penurunan dan fluktuasi pada tahun-tahun berikutnya. Nilai perusahaan ikut serta mengalami tren penurunan secara umum, berpuncak di angka 4,50 pada tahun 2019 dan menyentuh titik terendah sebesar 2,14 pada tahun 2025. Walaupun pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berfluktuasi, namun nilai perusahaan tetap berada di atas angka 1.

Nilai perusahaan menggambarkan persepsi serta tingkat kepercayaan publik terhadap kondisi entitas setelah melalui proses operasional selama beberapa periode. Dalam penelitian ini *Price to Book Value* digunakan sebagai proksi nilai perusahaan. Menurut Franita (2018:7) “PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku”. PBV di atas 1, artinya perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.

Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* merupakan perubahan jumlah penjualan yang terjadi secara berkelanjutan dari satu periode ke periode berikutnya. Peningkatan volume penjualan akan berdampak pada naiknya pendapatan serta keuntungan yang diperoleh perusahaan. Sedangkan jika perusahaan mengalami penurunan penjualan artinya perusahaan sedang mengalami penurunan pada kinerja bisnisnya (Bitasari et al., 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Ardiani et al. (2025) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Setyorini & Cahyono (2024) menunjukkan hal yang sebaliknya.

Rasio profitabilitas merupakan rasio penilaian atau perbandingan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari pendapatan yang terkait dengan penjualan, asset, dan ekuitas atas dasar pengukuran tertentu (Fitriana, 2024:45). Profitabilitas diukur dengan indikator *Net Profit Margin* (NPM). Investor akan bersedia membeli saham dengan harga lebih tinggi apabila memperkirakan tingkat NPM perusahaan naik, dan sebaliknya investor tidak bersedia membeli saham dengan harga tinggi apabila nilai NPM perusahaan rendah (Kusmawati et al., 2021). Penelitian oleh Salma et al. (2023) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, akan tetapi menurut Marpaung & Merliana (2026) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Inkonsistensi ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan baik secara parsial maupun simultan pada PT Delta Djakarta Tbk di Sektor *Consumer Non-Cyclicals* tahun 2016 – 2025. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, serta Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2023:65). Objek penelitian berfokus pada kinerja keuangan perusahaan dengan populasi berupa laporan keuangan tahunan PT Delta Djakarta Tbk periode 2016 – 2025. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling total* (sensus), di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian *time series* dengan waktu pengamatan selama 10 tahun. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa studi pustaka, dokumentasi, dan penelitian melalui internet untuk memperoleh data yang relevan sesuai dengan variabel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Pertumbuhan penjualan membantu perusahaan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan pendapatannya dari satu periode dengan periode sebelumnya (Wati, 2019:33).

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Salest} - \text{Salest} - 1}{\text{Salest} - 1} \times 100\%$$

Net profit margin atau margin laba bersih merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba bersih yang didapat setelah dikurangi pajak terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan (Hidayat & Sumunar, 2025:30).

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku (Franita, 2018:7).

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

$$BVPS = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SG	10	-34	25	1.03	16.818
NPM	10	21	38	29.53	6.526
PBV	10	2	5	3.25	.701

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Hasil uji statistik deskriptif bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai minimum -34, maximum 25, mean 1,03 dan standar deviasi yang tinggi sebesar 16,818 yang mengindikasikan fluktuasi selama periode penelitian statistik tidak stabil. Sebaliknya, Profitabilitas menunjukkan variasi data yang sedang, dengan nilai minimum sebesar 21, maksimum 38, mean 29,53 dan standar deviasi 6,526 yang mengindikasikan tingkat profitabilitas perusahaan 2227tatisti stabil. Sementara itu, variabel Nilai Perusahaan memiliki tingkat variasi data yang paling rendah, memiliki nilai minimum 2 dan nilai maksimum 5. Nilai rata-rata (mean) sebesar 3,25 dan standar deviasi sebesar 0,701. Yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan cenderung homogen dan konsisten sepanjang periode pengamatan.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test

Unstandardized Residual	
N	10
Test Statistic	.227
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.155

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Hasil uji normalitas menggunakan uji 2227tatistic Kolmogorov-Smirnov Test terhadap nilai *unstandardized residual*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,155 > 0,05. Hasil tersebut memenuhi kriteria pengujian normalitas, bahwa data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan, data yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SG	.861	1.162
	NPM	.861	1.162

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Hasil uji multikolinearitas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar 0,861 dan nilai variabel Profitabilitas sebesar 0,861, di mana seluruh nilai tolerance berada di atas batas ketentuan 0,10. Selain itu, nilai VIF kedua variabel independen sebesar 1,162 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas**Tabel 5. Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas**

Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
Model		B	Std. Error		
1	(Constant)	.136	.304	.449	.667
	SG	-.001	.004	-.161	.877
	NPM	.007	.010	.708	.502

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, diperoleh nilai signifikansi variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar 0,877 dan Profitabilitas sebesar 0,502. Karena kedua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson**

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.818 ^a	.669	.575	1.694

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Nilai Durbin-Watson yang dihasilkan pada penelitian ini sebesar 1,694. Dengan tingkat signifikansi 5% jumlah sampel sebanyak 10 ($n=10$) dan 2 variabel independen ($k=2$), maka dari tabel Durbin-Watson akan didapat nilai dU 1,6413 dan nilai dL 0,6972. Nilai $4 - dU$ adalah sebesar 2,3587. Dari data tersebut menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson berada pada rentang $dU < d < 4 - dU$ maka diperoleh ($1,6413 < 1,694 < 2,3587$) yang artinya hasil uji “Tidak ditolak” yang berarti model regresi tidak mengalami autokorelasi positif maupun negatif.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.481	.754	
	SG	-.017	.010	-.415
	NPM	.094	.025	.877

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

$$PBV = 0,481 - 0,017 (X_1) + 0,094 (X_2) + e$$

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, diperoleh nilai konstanta sebesar 0,481 yang menunjukkan jika variabel Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas bernilai 0 maka Nilai Perusahaan bernilai 0,481. Variabel Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai sebesar -0,017 yang artinya memiliki hubungan berlawanan arah dan negatif, setiap kenaikan Pertumbuhan Penjualan sebesar 1 satuan akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0,017 dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Sementara variabel Profitabilitas memiliki nilai sebesar 0,094 yang menunjukkan adanya hubungan searah dan positif, artinya setiap kenaikan Profitabilitas sebesar 1 satuan akan

meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,094. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.575	.457

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,575 atau 57,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas mampu menjelaskan pengaruh terhadap Nilai Perusahaan sebesar 57,5%, yang berarti kemampuan kedua variabel tersebut dalam memengaruhi nilai perusahaan cukup signifikan. Sedangkan sisanya sebesar 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *leverage*, ukuran perusahaan, intensitas modal, *return on equity*, dan solvabilitas.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Uji t bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 9. Uji Parsial (t)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	.639	.543
	SG	-1.773	.120
	NPM	3.742	.007

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Menurut Maulana et al. (2023) untuk menetapkan nilai t_{tabel} digunakan derajat kebebasan (df) yang dapat dihitung dengan rumus $(df) = n - k - 1$, di mana n sebagai jumlah sampel dan k sebagai jumlah variabel independen. Berikut ini model persamaan yang dapat dihitung dengan rumus t_{tabel} sebagai berikut:

$df = n - k - 1$ dapat ditulis $(10 - 2 - 1 = 7)$

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (X_1) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Hasil perhitungan pada perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai $-1,773 < 2,36462$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,120 > 0,05$. Dengan demikian, menunjukkan bahwa H_01 diterima dan H_{a1} ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Fluktuasi Pertumbuhan Penjualan yang tajam dan tidak konsisten menghasilkan sinyal yang lemah dan tidak kredibel bagi investor. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyorini & Cahyono (2024), investor lebih merespons sinyal profitabilitas dan kebijakan pembagian dividen sebagai indikator kesehatan perusahaan dibandingkan dengan pertumbuhan penjualan.

Pengaruh Profitabilitas (X_2) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Hasil perhitungan pada perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki nilai $3,742 > 2,36462$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Dengan demikian menunjukkan bahwa H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi biasanya memiliki kondisi keuangan yang lebih sehat dan mampu dalam menghadapi risiko bisnis di masa depan. Hasil ini diperkuat oleh temuan Salma et al. (2023), kepercayaan investor

yang meningkat akan mendorong permintaan harga saham, yang tercermin dari meningkatnya Nilai Perusahaan.

Uji Simultan (f)

Tabel 10. Uji Simultan (f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.962	2	1.481	7.084	.021 ^b
	Residual	1.464	7	.209		
	Total	4.426	9			

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026).

Uji simultan atau uji f merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. berikut ini model persamaan yang dapat dihitung dengan rumus F_{tabel} sebagai berikut:

$$df_1 = (k-1) = (3-1) = 2$$

$$df_2 = (10 - 2 - 1) = 7$$

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 7,084 > nilai F_{tabel} 4,74 dengan tingkat signifikansi $0,021 < 0,05$. Dengan demikian, menunjukkan bahwa H_0 3 ditolak dan H_a 3 diterima. Maka dapat disimpulkan, secara simultan Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas pertumbuhan penjualan dalam meningkatkan nilai perusahaan sangat bergantung pada tingkat profitabilitas yang dicapai, sebagaimana profitabilitas mencerminkan efisiensi manajerial dalam menghasilkan laba sesuai dengan tujuan yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, perhitungan, serta pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada PT Delta Djakarta Tbk di Sektor *Consumer Non-Cyclicals* tahun 2016 – 2025, maka dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara simultan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Adapun saran bagi perusahaan untuk bisa memperluas jaringan distribusi guna meningkatkan volume penjualan, serta melakukan riset lebih lanjut terkait preferensi dan perilaku konsumen agar strategi penjualan dapat disusun lebih efektif. Khususnya perusahaan yang bergerak di industri minuman (khususnya bir), kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh regulasi, daya beli masyarakat, dan juga kondisi ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan perlu strategi adaptif terhadap perubahan regulasi dan kondisi pasar.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel serta memperluas periode penelitian dan menambah jumlah sampel agar hasil penelitian mencerminkan kondisi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, I., Situngkir, A., Napitupulu, I. H., & Susilawati, S. (2025). Pengaruh Sales Growth, Tax Planning dan Tax Avoidance Terhadap Firm Value Pada Sektor Consumer Non-Cyclicals Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal IAKP*, 6(2), 248–260.
- Bitasari, I., Puspita, E., & Astuti, P. (2024). Pengaruh Roa, Der, Cr Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Ritel Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 10(2), 191–204.

- Direktorat Jenderal Strategi Ekonomi dan Fiskal. (2024). *Kendalikan Konsumsi, Pemerintah Sesuaikan Tarif Cukai Alkohol*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/baca/2024/01/19/4481-kendalikan-konsumsi%20pemerintah-sesuaikan-tarif-cukai-alkohol>
- Fitriana, A. (2024). *Analisis Laporan Keuangan*. Banyumas: CV. Malik Rizki Amanah.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan: Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Hidayat, C. M., & Sumunar, K. I. (2025). *Analisis Laporan Keuangan: Membangun Strategi Dan Kebijakan Bisnis*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kusmawati, Y., Sunarsi, D., Sudiarto, S., & Dumilah, R. (2021). Pengaruh Net Profit Margin Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham Pada Pt. Arwana Citramulia, Tbk. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 100–108.
- Marpaung, M., & Merliana, V. (2026). Pengaruh Return on Equity, Debt to Equity Ratio, dan Net Profit Margin terhadap Price to Book Value. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 1190–1201.
- Maulana, Y., Wijayanti, T., & Arraniri, I. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *JRKA*, 9(2), 109–126.
- Salma, M. A., Putri, N. K., Prewati, P. H. S., & Pandin, M. Y. R. (2023). Pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap Price to Book Value Sebagai Dasar Penilaian Saham pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 30192–30199.
- Setyorini, P. I., & Cahyono, Y. T. (2024). Pengaruh Profitability, Leverage, Sales Growth, Firm Size, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Non-Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023). *JURNAL BINA BANGSA EKONOMIKA*, 18(1), 507–517.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi 2, Cetakan ke-5)*. Bandung: ALFABETA.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jawa Timur: Myria Publisher.
- Yamasitha, Assagaf, A., & Zefriyenni. (2024). *Perkembangan Nilai Perusahaan Sebelum dan Selama Covid 19*. Padang: CV. Gita Lentera.