E-ISSN: 3025-0994
Halaman 8170-8186
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026

Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Cost Stickiness terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan SubSektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2024

Sasih Mulyani[1], Rivera Pantro Sukma[2]

[1,2] Program Studi Manajemen, Universitas ASA Indonesia, Jakarta
e-mail: sasihmly2@gmail.com, riverasilitonga@stein.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan *cost stickiness* terhadap nilai perusahaan menunjukkan perlunya pengujian kembali dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan *cost stickiness* terhadap nilai perusahaan serta menguji peran ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Sampel penelitian terdiri atas 416 observasi yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling* pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel setelah melalui tahapan pemilihan model yang sesuai dan pengujian asumsi yang diperlukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, *cost stickiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada tingkat signifikansi sepuluh persen. Ukuran perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan terbukti mampu memoderasi pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak mampu memoderasi pengaruh *cost stickiness* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi keuangan, tetapi juga oleh perilaku biaya dan karakteristik ukuran perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan pengelolaan biaya dan strategi pertumbuhan untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Kata Kunci: : *Cost Stickiness*; Likuiditas; Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan.

Abstract

This study was motivated by the importance of identifying the factors that influence firm value, particularly in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Inconsistent findings from previous studies regarding the effects of liquidity, profitability, and cost stickiness on firm value highlighted the need for further investigation by considering firm size as a moderating variable. Therefore, this study aimed to analyze the effects of liquidity, profitability, and cost stickiness on firm value and to examine the moderating role of firm size in these relationships. A quantitative approach with a causal associative research design was employed. The sample consisted of 416 observations selected through purposive sampling from food and beverage sub-sector companies listed

on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. The data were analyzed using panel data regression after the appropriate model had been selected and the required diagnostic tests had been conducted. The findings indicate that liquidity and profitability do not have a significant effect on firm value. In contrast, cost stickiness has a positive and significant effect on firm value at the ten percent significance level. Firm size also has a positive and significant effect on firm value. Furthermore, firm size moderates the relationship between liquidity and firm value as well as the relationship between profitability and firm value, but it does not moderate the relationship between cost stickiness and firm value. These findings suggest that firm value is influenced not only by financial conditions but also by cost behavior and firm size characteristics. Therefore, companies should strengthen cost management practices and implement sustainable growth strategies to enhance firm value and increase investor confidence

Keywords Cost Stickiness; Firm Size; Firm Value; Liquidity; Profitability

PENDAHULUAN

Di era globalisasi perekonomian yang semakin berkembang perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas tetapi juga harus menjaga kinerja keuangannya agar stabil dan berdaya saing tinggi untuk mempertahankan kepercayaan para investor. Nilai perusahaan menjadi gambaran bagi investor dalam kinerja keuangan perusahaan untuk menilai prospek dan finansial sebuah perusahaan. Di antara berbagai sektor industri, subsektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang terus berkembang pesat di indonesia karena tingginya permintaan dan sifat produk yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Kondisi ini membuat perusahaan-perusahaan dalam sub sektor tersebut memiliki daya tarik tersendiri untuk diteliti, terutama terkait bagaimana faktor-faktor internal seperti likuiditas, profitabilitas dan *cost stickiness* dengan ukuran perusahaan menjadi moderasi dalam memengaruhi nilai perusahaan

Nilai perusahaan pada dasarnya terbentuk dari bagaimana pasar menilai kondisi serta prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan adalah gambaran penilaian investor terhadap keberhasilan kinerja keuangan perusahaan melalui pergerakan harga saham (Pasaribu et al., 2019). Menurut prasetia et al (Prasetia et al., 2014) semakin tinggi nilai perusahaan semakin membuat para investor percaya bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kinerja yang baik saat ini, tetapi juga potensi pertumbuhan yang baik ke depan. Penilaian tersebut tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh beberapa aspek keuangan yang menjadi perhatian utama investor.

Berbagai faktor diduga memengaruhi nilai perusahaan, baik yang berasal dari kondisi keuangan perusahaan maupun efisiensi operasional. Dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut direpresentasikan oleh likuiditas, profitabilitas, dan *cost stickiness*. Menurut bansir & pribadi (2025) likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek. Semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin besar peluang perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya namun apabila tingkat likuiditasnya rendah, kecil kemungkinan perusahaan untuk melunasi hutang jangka pendek tersebut (Ndruru et al., 2020). Kondisi tersebut menjelaskan bahwa likuiditas yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan dinilai mampu menjaga kesehatan keuangannya. Dengan demikian, menjaga likuiditas tetap optimal merupakan langkah strategis bagi perusahaan untuk mempertahankan kepercayaan pasar dan memastikan kelangsungan operasional

Selain likuiditas, profitabilitas menjadi salah satu aspek khusus yang perlu benar-benar diperhatikan karena keberlangsungan sebuah perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya menghasilkan keuntungan (Sanjaya & Rizky, 2018). Profitabilitas adalah penghasilan perusahaan dari hasil keuntungan dalam mengukur besarnya efisiensi operasional dan efisiensi penggunaan harta dalam aktivitas hariannya (ananda, 2017). Tingkat profitabilitas yang baik menjadi penanda bahwa perusahaan berada pada kondisi

yang sehat dan mampu mempertahankan kinerjanya di masa mendatang. Oleh karena itu, profitabilitas mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya serta menjadi indikator penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan(lestari et al., 2024).

Di sisi lain, konsep perilaku biaya seperti *cost stickiness* mulai mendapat perhatian dalam literatur akuntansi manajemen. *cost stickiness* merupakan perilaku biaya yang terjadi akibat keputusan manajemen dalam mempertahankan sumber daya perusahaan ketika penjualan menurun karena adanya biaya penyesuaian (*adjustment cost*) (Anderson et al., 2003). Perusahaan cenderung tidak segera mengurangi kapasitas atau aset yang dimiliki karena biaya untuk memperoleh kembali sumber daya tersebut di masa mendatang diperkirakan lebih besar. Oleh karena itu, semakin tinggi intensitas aset yang dimiliki perusahaan, semakin kuat kecenderungan terjadinya perilaku *cost stickiness* (Zacharias, 2023).

Selain itu, ukuran perusahaan diduga memiliki peran penting dalam memoderasi hubungan antara variabel keuangan dan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan adalah cerminan dari besarnya total aset yang dimiliki, karena aset tersebut digunakan untuk mendukung dan menjalankan berbagai aktivitas operasional perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019).menurut putra & gantino (2021) perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya lebih mudah memperoleh akses terhadap sumber pendanaan. Pendanaan tersebut dapat berasal dari internal perusahaan maupun dari pihak eksternal, seperti investor dan kreditor. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Penelitian ini menempatkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi untuk menguji apakah besarnya skala perusahaan mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara likuiditas, profitabilitas, dan *cost stickiness* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. nengah artiwi Sari & Sujana (2025) menemukan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh signifikan. Dewi (2024) juga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh. Berbeda dengan Rodiarta & Muhammad (2024) menemukan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, penelitian mengenai pengaruh *cost stickiness* terhadap nilai perusahaan, khususnya dengan menempatkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman di Indonesia, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut sekaligus memberikan bukti empiris pada objek dan periode penelitian yang berbeda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan *cost stickiness* sebagai variabel independen yang dipadukan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam model regresi memdata panel pada perusahaan subsektor makanan dan minuman periode 2020–2024. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaa

LANDASAN TEORI

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang dimilikinya pada saat jatuh tempo (Detama, 2021). Likuiditas menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan menjaga kelancaran aktivitas operasional. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang rendah berpotensi mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek sehingga dapat menghambat kegiatan operasionalnya (Andriani & Rudianto, 2019). Sebaliknya, tingkat likuiditas yang memadai menunjukkan ketersediaan dana yang cukup untuk mendukung operasional maupun ekspansi usaha.

Namun, likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat mengindikasikan bahwa perusahaan belum mengelola aset lancarnya secara optimal untuk menghasilkan keuntungan (Tandanu & Surysdi, 2020).

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola, mengembangkan, dan mempertahankan keberlangsungan usahanya (S & M, 2017). Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik cenderung dipandang mampu memenuhi kewajiban keuangannya, sehingga memberikan sinyal positif mengenai kondisi keuangan perusahaan kepada investor. Persepsi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor, mendorong minat investasi, dan pada akhirnya berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Agustiningsih & Septiani, 2022). Oleh karena itu, likuiditas yang dikelola secara optimal diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian adalah *Current Ratio* (CR).

$$CR = \frac{Aset\ Lancar}{Liabilitas\ Lancar}$$

Keterangan:
CR (Current Ratio) = tingkat likuiditas perusahaan
Aset Lancar = kas, piutang, persediaan
Liabilitas Lancar = utang jangka pendek
Semakin tinggi CR → semakin likuid perusahaan

H1: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya (Dkahi et al., 2019). Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk memperoleh keuntungan yang optimal bagi pemegang saham (Lisa & Sutama, 2018). Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA) karena mampu menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Peningkatan profitabilitas memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan di masa depan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan (Yuni, 2022).

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola usahanya serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan peluang pertumbuhan di masa depan (Santoso & Junaeni, 2022). Selain itu, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menarik sumber pendanaan dari pihak eksternal untuk mendukung pengembangan usahanya (P. I. P. Sari & Abundanti, 2014). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki prospek yang lebih baik karena mampu menghasilkan laba secara optimal, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Sari dan Hidayah (2025) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

$$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset}$$

Keterangan:
ROA = tingkat keuntungan perusahaan
Laba Bersih = laba setelah pajak
Total Aset = seluruh aset perusahaan

ROA tinggi → perusahaan efisien menghasilkan laba

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Cost Stickiness

Menurut Anderson et al. (2003) *cost stickiness* merupakan kondisi ketika biaya meningkat lebih besar pada saat aktivitas atau penjualan perusahaan meningkat dibandingkan penurunan biaya ketika aktivitas atau penjualan menurun dalam proporsi yang sama. Kondisi tersebut terjadi karena manajemen cenderung mempertahankan sumber daya yang dimiliki sehingga penyesuaian biaya tidak dilakukan secara langsung ketika permintaan menurun. Hal ini terjadi karena adanya biaya tetap dan keputusan manajerial dalam mempertahankan sumber daya. Dalam perspektif akuntansi manajemen, *cost stickiness* mencerminkan efisiensi pengelolaan biaya perusahaan. Semakin tinggi tingkat stickiness, semakin rendah efisiensi biaya perusahaan (Banker et al., 2018)
Penelitian terbaru oleh Costa & Habib (2023) menunjukkan bahwa *cost stickiness* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena menurunkan efisiensi operasional.

$$\ln\left(\frac{Biaya_t}{Biaya_{t-1}}\right) = \beta_0 + \beta_1 \ln\left(\frac{Penjualan_t}{Penjualan_{t-1}}\right)$$

Keterangan:
Biaya_t = biaya periode sekarang
Biaya_t-1 = biaya periode sebelumnya
Penjualan_t = penjualan sekarang
Penjualan_t-1 = penjualan sebelumnya
Jika biaya turun lebih lambat dari penjualan → terjadi *cost stickiness*

H3: *Cost Stickiness* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Ukuran Perusahaan (Variabel Moderasi)

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk mengelompokkan perusahaan berdasarkan besar atau kecilnya perusahaan, yang umumnya diukur melalui total aset, logaritma total aset (*log size*), maupun nilai pasar saham (Setiowati et al., 2023). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber daya, teknologi, dan pendanaan sehingga mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat daya saing, serta memiliki tingkat risiko bisnis yang relatif lebih rendah. Kondisi tersebut memberikan peluang yang lebih besar bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan berskala besar cenderung lebih dipercaya oleh investor dan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi dinamika pasar (Simon & Jumono, 2026).

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan berperan sebagai variabel moderasi, yaitu variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya lebih mudah memperoleh sumber pendanaan, baik dari internal maupun eksternal, sehingga memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menjalankan strategi bisnis dan meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Supriyatna dan Akbar (Supriyatna & Akbar, 2025) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui kemudahan perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan. Ukuran perusahaan dipilih sebagai variabel moderasi karena perusahaan dengan skala yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya, akses pendanaan, dan kapasitas operasional yang lebih baik sehingga diperkirakan mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh faktor-faktor keuangan terhadap nilai perusahaan.

SIZE=ln(Total Aset)

Keterangan:
SIZE = ukuran perusahaan
Ln = logaritma natural
Total Aset = keseluruhan aset perusahaan

H4: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan
H5: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
H6: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *cost stickiness* terhadap nilai perusahaan

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan hasil kinerja perusahaan selama periode tertentu. Kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor serta mendorong minat untuk menanamkan modal pada perusahaan (Edward & Teng, 2023). Nilai perusahaan menjadi aspek yang penting karena berkaitan dengan persepsi investor terhadap prospek dan keberlanjutan usaha perusahaan di masa depan (I. A. J. Putri et al., 2023). Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula peluang perusahaan untuk memperoleh pendanaan dan mempertahankan daya saingnya di pasar. Dengan demikian, peningkatan nilai perusahaan menjadi salah satu tujuan utama yang ingin dicapai perusahaan guna memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Dalam penelitian ini digunakan *Price to Book Value* (PBV).

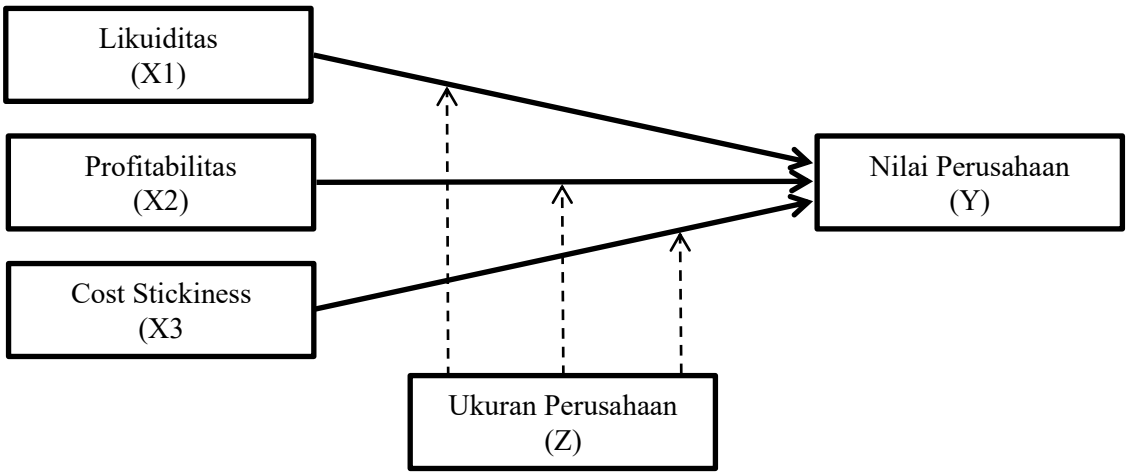
$$PBV = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku\ per\ Saham}$$

Keterangan:
PBV = nilai perusahaan
Harga Saham = harga pasar saham
Nilai Buku = ekuitas / jumlah saham
PBV tinggi → perusahaan dianggap bernilai tinggi oleh investor

Model regresi moderasi

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + \beta_5 (X_1 Z) + \beta_6 (X_2 Z) + \beta_7 (X_3 Z) + e$$

Keterangan:
Y = nilai perusahaan
X1 = likuiditas
X2 = profitabilitas
X3 = *cost stickiness*
Z = ukuran perusahaan
X1Z, X2Z, X3Z = interaksi (moderasi)
e = error



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan ini digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat antara variabel independen, yaitu likuiditas, profitabilitas, dan *cost stickiness*, terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Objek penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Data penelitian diperoleh melalui laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia dan situs resmi masing-masing perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan beberapa kriteria, yaitu perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian, menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap, serta memiliki data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 416 observasi perusahaan (*firm-year observations*) yang digunakan sebagai unit analisis penelitian.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Variabel independen terdiri atas likuiditas yang diukur menggunakan *Current Ratio* (CR), profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), dan *cost stickiness* yang dengan melihat perubahan perilaku biaya terhadap perubahan penjualan. Variabel moderasi yang digunakan adalah ukuran perusahaan yang diproksikan menggunakan logaritma natural total aset (*Ln Total Assets*). Selanjutnya, ukuran perusahaan ditransformasikan dalam bentuk kuadrat untuk menguji perannya sebagai variabel moderasi dalam model penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak Stata 18. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, pengujian normalitas, pemilihan model regresi data panel melalui Uji Chow, Uji Lagrange Multiplier, dan Uji Hausman, serta pengujian asumsi model berupa uji heteroskedastisitas dan autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan pendekatan model regresi data panel terpilih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Tabel 1: Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Obs	Mean	Std. Dev	Min	Max
Nilai Perusahaan (PBV)	416	1,8387	2,1567	-0,0407	12,4078
Likuiditas (CR)	416	0,0259	0,0344	0,0000	0,2011
Profitabilitas (ROA)	416	0,0437	0,0926	-0,2553	0,3427
Cost Stickiness	416	0,4108	4,3310	-21,4863	15,8371
Ukuran Perusahaan (Size)	416	14,2507	2,0029	9,3484	18,9101

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 1 disajikan hasil analisis statistik deskriptif terhadap seluruh variabel penelitian. Variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,8387 dengan standar deviasi 2,1567, nilai minimum -0,0407, dan nilai maksimum 12,4078. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada sampel penelitian memiliki variasi yang cukup tinggi. Variabel likuiditas (CR) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0259 dengan standar deviasi 0,0344. Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0437 dengan standar deviasi 0,0926, sedangkan variabel *cost stickiness* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,4108 dengan standar deviasi 4,3310. Selanjutnya, ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai rata-rata sebesar 14,2507 dengan standar deviasi 2,0029. Secara keseluruhan, data penelitian menunjukkan variasi yang cukup baik sehingga layak digunakan pada analisis selanjutnya.

Pemilihan Model Data Panel

Pemilihan model regresi data panel dilakukan untuk menentukan model estimasi yang paling sesuai dengan karakteristik data penelitian. Proses pemilihan model dilakukan melalui Uji Chow, Uji Lagrange Multiplier (LM), dan Uji Hausman. Hasil pengujian tersebut digunakan sebagai dasar dalam menentukan model regresi data panel yang digunakan pada penelitian ini.

2.1 Uji Chow

Tabel 2. Uji Chow

Keterangan	Nilai
F Statistik	5,32
Prob > F	0,0000
Keputusan	Fixed Effect Model (FEM)

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Uji Chow dilakukan untuk menentukan model terbaik antara Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM). Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai probabilitas (*Prob > F*) lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, model yang lebih sesuai digunakan adalah Fixed Effect Model (FEM).

2.2 Uji Lagrange Multiplier (LM)

Tabel 3. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Keterangan	Nilai
Chibar²	168,25

Keterangan	Nilai
Prob > Chibar²	0,0000
Taraf Signifikansi	0,05
Keputusan	Random Effect Model

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Uji Lagrange Multiplier dilakukan untuk membandingkan Common Effect Model (CEM) dengan Random Effect Model (REM). Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, sehingga model Random Effect Model (REM) lebih baik dibandingkan Common Effect Model (CEM).

2.3 Uji Hausman

Tabel 4. Uji Hausman

Keterangan	Nilai
Chi-Square	17,77
Prob > Chi²	0,0131
Taraf Signifikansi	0,05
Keputusan	Fixed Effect Model

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Uji Hausman dilakukan untuk menentukan model terbaik antara Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM). Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0131, yaitu lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga model yang dipilih dalam penelitian ini adalah Fixed Effect Model (FEM).

2.4 Kesimpulan Pemilihan Model

Tabel 5. kesimpulan pemilihan model

Pengujian	Hasil
Chow Test	Fixed Effect Model
Lagrange Multiplier	Random Effect Model
Hausman Test	Fixed Effect Model
Model yang digunakan	Fixed Effect Model

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Berdasarkan hasil Uji Chow, Uji Lagrange Multiplier (LM), dan Uji Hausman, diperoleh bahwa model yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah Fixed Effect Model (FEM). Pemilihan model tersebut didasarkan pada hasil Uji Hausman yang menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0131 (< 0,05), sehingga Fixed Effect Model dipilih sebagai model terbaik untuk analisis data panel dalam penelitian ini

Uji Asumsi Klasik
3.1 Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Transformasi Variabel Ukuran Perusahaan

Transformasi	Prob > Chi²	Keterangan
Square (z^2)	0,051	Transformasi terbaik

Transformasi	Prob > Chi²	Keterangan
Hasil uji normalitas z²	0,0509	Berdistribusi normal

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi data penelitian. Berdasarkan hasil pengujian Skewness/Kurtosis Test, variabel ukuran perusahaan yang telah ditransformasikan dalam bentuk kuadrat (CZ²) memperoleh nilai Prob > Chi² sebesar 0,0509. Nilai tersebut berada sedikit di atas tingkat signifikansi 5%, sehingga secara statistik tidak terdapat bukti yang cukup untuk menyatakan bahwa variabel CZ² menyimpang secara signifikan dari distribusi normal. Dengan demikian, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel CZ² tidak menunjukkan penyimpangan normalitas yang signifikan pada taraf 5%. Selanjutnya, variabel hasil transformasi (Z²) digunakan dalam pembentukan variabel moderasi dan analisis Moderated Regression Analysis (MRA).

3.2 Uji Multikolinearitas

Table 7. Uji Multikolinearitas

Keterangan	Nilai
Mean VIF	1,14

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai VIF di bawah batas yang ditetapkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian tidak mengalami masalah multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis regresi.

3.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Keterangan	Nilai
Chi-square	5.516.714,40
Prob > Chi-square	0,0000
Keputusan	Terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Modified Wald Test untuk mengetahui apakah varians residual pada model regresi data panel bersifat konstan. Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0000 (< 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa model mengalami gejala heteroskedastisitas. Meskipun demikian, model yang digunakan tetap merupakan Fixed Effect Model (FEM) sesuai dengan hasil pengujian pemilihan model. Untuk mengatasi adanya heteroskedastisitas, estimasi model dilakukan dengan menggunakan cluster-robust standard errors (vce(cluster id)). Penggunaan metode ini bertujuan menghasilkan standar error yang lebih andal, sehingga pengujian koefisien regresi tetap valid meskipun terdapat heteroskedastisitas

3.4 Uji Autokorelasi

Tabel 9. Uji Autokorelasi

Keterangan	Nilai

Keterangan	Nilai
Metode	Wooldridge Test
F Hitung	0,002
Prob > F	0,9661
Kesimpulan	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Uji autokorelasi dilakukan menggunakan Wooldridge Test untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antarerror pada data panel. Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model penelitian. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi bebas autokorelasi.

Hasil Regresi Moderasi (Fixed Effect Model)

Tabel 10. Hasil Regresi Fixed Effect dengan Moderasi

Variabel	Koefisien	t-hitung	Sig.	Keputusan
Likuiditas (CX1)	4,2711	1,04	0,302	Tidak signifikan
Profitabilitas (CX2)	2,4543	1,40	0,166	Tidak signifikan
Cost Stickiness (CX3)	0,0300*	1,77	0,080	Signifikan
Moderasi (CZ^2)	0,0343**	2,31	0,023	Signifikan
CX1 × CZ^2	-0,1508**	-2,40	0,019	Signifikan
CX2 × CZ^2	0,0583*	1,95	0,054	Signifikan
CX3 × CZ^2	-0,0003	-1,52	0,133	Tidak signifikan

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Keterangan: *** p < 0,01, ** p < 0,05, *p < 0,10

Setelah model terbaik ditetapkan melalui uji pemilihan model regresi data panel, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM) dan *cluster-robust standard errors*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,302 dan 0,166. Sebaliknya, cost stickiness berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada tingkat signifikansi 10%, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,080. Selain itu, ukuran perusahaan yang ditransformasikan dalam bentuk kuadrat (CZ^2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,023.

Pada pengujian efek moderasi, ukuran perusahaan terbukti mampu memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh koefisien interaksi CX1 × CZ^2 sebesar -0,1508 dengan nilai signifikansi 0,019. Ukuran perusahaan juga mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, dengan koefisien interaksi CX2 × CZ^2 sebesar 0,0583 dan nilai signifikansi 0,054, sehingga signifikan pada tingkat signifikansi 10%. Sementara itu, interaksi antara cost stickiness dan ukuran perusahaan (CX3 × CZ^2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,133, sehingga tidak menunjukkan efek moderasi yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

RINGKASAN HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Tabel 11. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H1	Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Ditolak

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H2	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Ditolak
H3	Cost Stickiness berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Diterima*
H4	Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan	Diterima
H5	Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Diterima*
H6	Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh cost stickiness terhadap nilai perusahaan	Ditolak

Sumber: Output STATA 18, diolah (2026).

Keterangan:
*Diterima pada tingkat signifikansi **10%** (α = 0,10).

PEMBAHASAN

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas yang diproksikan dengan Current Ratio (CR) memiliki koefisien sebesar 4,2711 dengan nilai signifikansi sebesar 0,302 (>0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H1 ditolak. Dengan demikian, perubahan tingkat likuiditas perusahaan belum mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Tidak signifikannya pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek bukan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menentukan nilai perusahaan. Investor cenderung mempertimbangkan aspek lain yang lebih mencerminkan prospek dan kinerja perusahaan, seperti kemampuan menghasilkan laba dan peluang pertumbuhan di masa mendatang. Selain itu, tingkat likuiditas yang tinggi tidak selalu menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang lebih baik. Likuiditas yang terlalu tinggi dapat mengindikasikan adanya aset lancar yang belum dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung kegiatan produktif perusahaan. Sebaliknya, tingkat likuiditas yang lebih rendah tidak selalu menunjukkan kondisi keuangan yang buruk selama perusahaan masih mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara efektif.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri et al (2025) bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan, tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Ekadjaja (2020) mengemukakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dapat berbeda bergantung pada karakteristik perusahaan, sektor industri, periode penelitian, serta kondisi ekonomi yang melatarbelakanginya.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) memiliki koefisien sebesar 2,4543 dengan nilai signifikansi sebesar 0,166 (>0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H2 ditolak. Dengan demikian, peningkatan maupun penurunan profitabilitas belum mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Tidak signifikannya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba belum tentu menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menentukan nilai perusahaan. Investor kemungkinan tidak hanya berfokus pada tingkat laba yang dihasilkan perusahaan, tetapi juga

mempertimbangkan berbagai faktor lain, seperti prospek pertumbuhan perusahaan, kondisi ekonomi, risiko bisnis, struktur pendanaan, serta stabilitas kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, peningkatan profitabilitas tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.

Selain itu, kondisi perekonomian selama periode penelitian dapat memengaruhi respons investor terhadap informasi laba yang dipublikasikan perusahaan. Meskipun perusahaan mampu menghasilkan tingkat profitabilitas yang lebih tinggi, investor mungkin lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi sehingga informasi mengenai profitabilitas belum sepenuhnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Varissa (2025) serta Chasanah et al. (2026) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Lutfi & Panuntun (2024) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan masih belum konsisten, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut masih memerlukan pengujian pada objek dan periode penelitian yang berbeda.

Pengaruh *cost stickiness* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cost stickiness memiliki koefisien sebesar 0,0300 dengan nilai signifikansi sebesar 0,080 (<0,10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa cost stickiness berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku biaya yang bersifat *sticky* mampu memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Pengaruh positif tersebut mengindikasikan bahwa investor tidak selalu memandang *cost stickiness* sebagai suatu inefisiensi. Dalam kondisi tertentu, perilaku biaya yang *sticky* dapat mencerminkan keputusan manajemen untuk mempertahankan sumber daya strategis, seperti tenaga kerja, kapasitas produksi, maupun aset operasional, meskipun terjadi penurunan penjualan. Keputusan tersebut dapat dipandang sebagai upaya perusahaan dalam menjaga kelangsungan operasional dan kesiapan menghadapi peningkatan permintaan di masa mendatang, sehingga memberikan sinyal positif terhadap prospek perusahaan.

Selain itu, karakteristik perusahaan subsektor makanan dan minuman yang memiliki aktivitas produksi secara berkelanjutan menyebabkan perusahaan cenderung mempertahankan kapasitas produksinya. Akibatnya, biaya operasional tidak mudah menurun seiring penurunan penjualan. Apabila kebijakan tersebut mampu menjaga stabilitas operasional dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan dalam jangka panjang, maka nilai perusahaan dapat meningkat.

Temuan penelitian ini berbeda dengan penelitian Costa dan Habib (2023) yang menemukan bahwa *cost stickiness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *cost stickiness* terhadap nilai perusahaan masih belum konsisten. Perbedaan karakteristik industri, periode penelitian, kondisi ekonomi, serta kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan diduga menjadi faktor yang menyebabkan perbedaan hasil penelitian.

Peran Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian interaksi antara likuiditas dan ukuran perusahaan menunjukkan koefisien sebesar -0,1508 dengan nilai signifikansi sebesar 0,019 (<0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif. Dengan demikian, H4 diterima. Arah negatif koefisien interaksi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan cenderung semakin lemah pada perusahaan dengan ukuran yang lebih besar. Perusahaan besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan, baik melalui sumber internal maupun eksternal. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan besar memiliki fleksibilitas keuangan yang lebih baik sehingga tingkat likuiditas tidak lagi menjadi faktor utama yang menentukan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, semakin besar ukuran perusahaan, semakin kecil ketergantungan nilai perusahaan terhadap tingkat likuiditas sebagai indikator kondisi keuangan.

Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai Perusahaan, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriyanti & Khuzain (2022) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki akses pendanaan yang lebih baik sehingga tingkat likuiditas tidak lagi menjadi faktor utama dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Peran Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian interaksi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan menunjukkan koefisien sebesar 0,0583 dengan nilai signifikansi sebesar 0,054 (<0,10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga H5 diterima. Koefisien interaksi yang bernilai positif mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar cenderung mampu memanfaatkan tingkat profitabilitas yang diperoleh untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan besar umumnya memiliki aset yang lebih banyak, akses pendanaan yang lebih luas, serta tingkat kepercayaan investor yang lebih tinggi. Oleh karena itu, ketika perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi, pasar cenderung memberikan penilaian yang lebih positif dibandingkan perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil.

Selain itu, ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal mengenai stabilitas operasional dan prospek pertumbuhan perusahaan. Investor tidak hanya mempertimbangkan besarnya laba yang dihasilkan, tetapi juga menilai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kinerja tersebut melalui dukungan aset, kapasitas produksi, dan sumber daya yang dimiliki. Dengan demikian, profitabilitas akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap peningkatan nilai perusahaan apabila dimiliki oleh perusahaan yang berukuran lebih besar.

Temuan penelitian ini berbeda dengan penelitian Arisudhana dan Priyanto (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi masih belum konsisten. Perbedaan karakteristik sampel, sektor industri, periode penelitian, maupun kondisi ekonomi diduga menjadi faktor yang menyebabkan perbedaan hasil penelitian.

Peran Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Pengaruh Cost Stickiness terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian interaksi antara cost stickiness dan ukuran perusahaan menunjukkan koefisien sebesar -0,0003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,133 (>0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh cost stickiness terhadap nilai perusahaan, sehingga H6 ditolak.

Tidak signifikannya interaksi tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan tidak mengubah hubungan antara perilaku cost stickiness dan nilai perusahaan. Dengan demikian, pada perusahaan subsektor makanan dan minuman, ukuran perusahaan belum terbukti dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh perilaku biaya terhadap persepsi investor.

Kondisi tersebut dapat terjadi karena cost stickiness lebih berkaitan dengan keputusan manajerial dalam mempertahankan sumber daya dan menyesuaikan biaya ketika terjadi perubahan aktivitas penjualan. Keputusan tersebut dapat terjadi baik pada perusahaan berukuran besar maupun kecil. Oleh karena itu, perbedaan ukuran perusahaan belum tentu menyebabkan perbedaan pengaruh cost stickiness terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, investor kemungkinan tidak secara langsung menggunakan informasi mengenai perilaku biaya sebagai dasar utama dalam menentukan nilai perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan informasi yang secara langsung menggambarkan kinerja dan prospek perusahaan, seperti profitabilitas dan kemampuan menghasilkan arus kas. Dengan demikian, ukuran perusahaan tidak cukup kuat untuk mengubah pengaruh cost stickiness terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan cost stickiness berpengaruh positif signifikan pada taraf 10%. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, memperlemah pengaruh likuiditas, memperkuat pengaruh profitabilitas, namun tidak memoderasi pengaruh cost stickiness. Hasil ini diharapkan menjadi masukan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan biaya dan pemanfaatan aset secara optimal. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengembangkan model dengan variabel, objek, atau periode penelitian yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Agustiningsih, W., & Septiani, N. D. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Leverage , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 5(3), 2622–2205.

Ananda, Nova Adhitiya. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, 02(01), 25–31.

Anderson, M. C., Banker, R. D., & Janakiraman, S. (2003). Are Selling , General , And Administrative Costs “ Sticky ”? Journal Of Accounting Research, 41(1), 47–63.

Andriani, Putri Rizki, & Rudianto, D. (2019). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Tercatat Di BEI (BEI) Periode 2010–2017. Journal Of Entrepreneurship, Management, And Industry (JEMI), 2(1), 48–60.

Andriyanti, S. P., & Khuzaini. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 2461–0593.

Arisudhana, D., & Priyanto, S. (2023). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Beberapa Faktor Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan (JAKPT), 1(2), 232–246.

Banker, R. D., Byzalov, D., Fang, S., & Liang, Y. (2018). Cost Management Research. Journal Of Management Accounting Research, 30(3), 187–209.

Bansir, N. A., & Pribadi, M. I. (2025). Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks High Dividend 20. Journal Of Human And Corporate Behavior, 1(1), 10–19.

Chasanah, A. N., Prawitasari, D., & Hasanatina, F. H. (2026). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS, 9(1), 815–822.

Costa, M. D., & Habib, A. (2023). Cost Stickiness And Firm Value. In Journal Of Management Control (Vol. 34, Issue 2). Springer Berlin Heidelberg. Https://Doi.Org/10.1007/S00187-023-00356-Z

Detama, G. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai

Perusahaan (Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 10(1), 2461–0593.

Dewi, S. P. (2024). Dampak Likuiditas, Tanggung Jawab Sosial, Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Bina Akuntansi, 11(1), 33–50.

Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara, 2(1), 118–126.

Dkahi, Y., Waoma, S., & Fau, Ferdinand T. (2019). Analisis Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Berdasarkan ROA Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Telukdalam. Balance: Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, 3(2), 14–15.

Edward, Y. R., & Teng, S. H. (2023). International Journal Of Social Science Research And Review. International Journal Of Social Science Research And Review, 6(2), 54–67.

Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara, 17(1), 66–81.

Lestari, E., Amalo, F., Djaniar, U., & Choiri. (2024). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. PT Media Penerbit Indonesia.

Lisa, E., & Sutama, D. R. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Jurnal Sains Manajemen & Akuntans, X(1), 21–39.

Lutfi, A. A., & Panuntun, B. (2024). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas ROA , ROE , Dan NPM Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Dalam IDX-MES. Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 03(01), 81–91. Https://Doi.Org/Https://Journal.Uii.Ac.Id/Selma/Index

Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. Uli. (2020). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2015–2017. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 4(3), 390–405.

Pasaribu, U. R., Nuryatono, N., & Andati, T. (2019). Engaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Aplikasi Manajemen Dan Bisnis, 5(3), 441–454.

Prasetia, Ta'dir Eko, Tommy, P., & Saerang, Ivone S. (2014). Struktur Modal,Ukuran Prusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI. Jurnal EMBA, 2(2), 879–889.

Putra, R. D., & Gantino, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 11(1), 81–96.

Putri, I. A. J., Budiyanto, & Triyonowati. (2023). Financial Performance And Firm Value : The Role Of Signaling Theory. International Journal Of Scientific Research And Management, 11(04), 4775–4783. Https://Doi.Org/10.18535/Ijsrm/V11i04.Em01

Putri, R. N., Basri, Yesi Mutia, & Hanif, R. A. (2025). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 15(1). Https://Doi.Org/10.37859/Jae.V15i1.9052

Rodiarta, Eva A., & Muhammad, M. M. (2024). Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi (BEI 2019-2021). Jurnal Mahasiswa Universitas Kalbis, 10(2), 210–223.

S, S., & M, M. (2017). Business & Financial Affairs The Effect Of Asset Structure And Firm Size On Firm Value With Capital Structure As Intervening Variable. Journal Of Business & Financial Affairs, 6(4), 4–8. Https://Doi.Org/10.4172/2167-0234.1000298

Sanjaya, S., & Rizky, M. F. (2018). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Taspen (Persero) Medan Surya. E-Journal Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2(2), 277–293.

Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Ukuran Perusahaan

, Likuiditas , Dan Pertumbuhan Perusahaan. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 6(April), 1597–1609.

Sari, I. M., & Hidayah, N. E. F. (2025). Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Tekstil Dan Apparel Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. Jurnal Nirta : Studi Inovasi, 5(1), 1–21. Https://Doi.Org/Https://Ejournal.Nlc-Education.Or.Id/

Sari, N. A., & Sujana, E. (2025). Pengaruh Profitabilitas , Likuiditas , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Jurnal Akutansi Profesi, 16, 673–687. Https://Doi.Org/Http://Dx.Doi.Org/10.23887/Jippg.V3i2

Sari, P. I. P., & Abundanti, N. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. 1427–1441.

Setiowati, D. P., Salsabila, N. T., & Eprianto, I. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. Jurnal Economia, 2(1), 2137–2146. Https://Doi.Org/Ejournal.45mataram.Ac.Id/Index.Php/Economina

Simon, H. V., & Jumono, S. (2026). Peran Dividend Policy Dalam Memoderasi Pengaruh Liquidity, Firm Size, Earnings Quality, Dan Profitability Terhadap Firm Value. JURNAL LENTERA AKUNTANSI, 11, 1–32.

Supriyatna, Y., & Akbar, T. (2025). The Effect Of Liquidity, Leverage, And Firm Size On Firm Value With Profitability As A Moderating Variable. Research Horizon, 0696.

Tandanu, A., & Surysdi, L. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara, 2(1), 108–117.

Varissa, S. (2025). Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan: Bukti Empiris Dan Pasar Modal Indonesia. COSTING: Journal Of Economic, Business And Accounting, 8(2597–5234), 2325–2333.

Yuni, L. W. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Mediasi. Jurnal Cendekia Keuangan, 1(1), 1–13.

Zacharias, J. A. (2023). Cost Stickiness Pada Perusahaan Subsektor Teknologi Di Indonesia. JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 7(1), 117–135.