

**PENGARUH SALES GROWTH, UKURAN PERUSAHAAN, RETURN ON EQUITY, DAN CURRENT RATIO TERHADAP PRICE BOOK VALUE PADA PT. MAYORA INDAH, TBK PERIODE 2015-2024**

**Dian Novianti<sup>1</sup>, Widya Intan Sari<sup>2</sup>**

*Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang,  
Tangerang Selatan, Indonesia*

*E-mail Korespondensi: diannovianti747@gmail.com*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)* terhadap *Price Book Value (PBV)* PT Mayora Indah Tbk Periode 2015-2024, analisis ini menggunakan 4 (empat) variabel independen, yaitu *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)* dan 1 variabel dependen yaitu *Price Book Value (PBV)*. Metode penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dan Microsoft Excel. Selain itu, uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Determinasi, dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian pada variabel dengan jumlah data sebanyak 10 Tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sales Growth* dan *Current Ratio (CR)* berpengaruh terhadap *Price Book Value (PBV)*, sedangkan *Ukuran Perusahaan*, dan *Return On Equity (ROE)* tidak berpengaruh terhadap *Price Book Value (PBV)*. Dan hasil uji F menyatakan bahwa *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)* dan *Current Ratio (CR)* berpengaruh secara simultan terhadap *Price Book Value (PBV)*. Hasil ini dapat ditampilkan pada 4 (empat) Variabel tersebut mempengaruhi *Price Book Value* sebesar 82,2%, dan sisanya 17,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)*, *Current Ratio (CR)*, dan *Price Book Value (PBV)*.

**Abstract**

*This research aims to examine the influence of Sales Growth, Company Size, Return On Equity (ROE), and Current Ratio (CR) on the Price Book Value (PBV) of PT Mayora Indah Tbk for the 2015-2024 period. This analysis uses 4 (four) independent variables, namely Sales Growth, Company Size, Return On Equity (ROE), and Current Ratio (CR) and 1 dependent variable, namely Price Book Value (PBV). This research method uses the SPSS version 25 application and Microsoft Excel. Apart from that, the tests used in this research are the Classic Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Determination Test, and Hypothesis Test. Based on test results on variables with 10 years of data. The results of this research show that Sales Growth and Current Ratio (CR) have an effect on Price Book Value (PBV), while Company Size and Return On Equity (ROE) have no effect on Price Book Value (PBV). And the results of the F test state that Sales Growth, Company Size, Return On Equity (ROE) and Current Ratio (CR) simultaneously influence Price Book Value (PBV). These results can be shown in the 4 (four) variables that influence the Price Book Value by 82.2%, and the remaining 17.8% is influenced by other factors not examined in this research.*

**Keywords:** *Sales Growth*, *Company Size*, *Return On Equity (ROE)*, *Current Ratio (CR)*, and *Price Book Value (PBV)*.

**Pendahuluan**

Sebagai Negara berkembang dengan jumlah penduduk yang besar dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi, Indonesia memiliki banyak perusahaan sektor usaha dan yang bervariasi di setiap sektor ekonomi. Salah satu perkembangan sektor perekonomian yang mendukung kelancaran aktivitas ekonomi yaitu, Perusahaan manufaktur sektor makanan dan

minuman. Ditengah kondisi tersebut, sektor barang konsumsi seperti makanan dan minuman menjadi salah satu yang relatif bertahan karena permintaan terhadap produk konsumsi harian yang tetap tinggi. produk yang dihasilkan bersifat konsumtif yang dibutuhkan dan disukai orang sehingga para produsen dalam industri ini memiliki tingkat penjualan yang tinggi yang berdampak pula pada pertumbuhan sektor industri ini. Perusahaan manufaktur sektor industri makanan dan minuman ini merupakan salah satu kebutuhan utama pengembangan industri di sebuah negara, Hal ini dapat diketahui dari banyaknya perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang cukup banyak dibandingkan dengan Perusahaan dibidang lainnya.

Perusahaan Manufaktur merupakan cabang industri yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi dengan bantuan mesin, peralatan dan tenaga kerja. Perusahaan manufaktur biasanya erat kaitannya dengan teknologi tinggi yang mampu menghasilkan barang mentah menjadi barang jadi dalam skala besar. Siklus kegiatan perusahaan manufaktur adalah membeli bahan baku yang kemudian diolah menjadi barang jadi, setelah itu produk jadi tersebut akan didistribusikan kepada pelanggan.

Perusahaan Manufaktur sektor makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang pertumbuhannya tinggi sehingga sangat diandalkan oleh pemerintah dalam hal menyumbangkan pajak untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor makanan dan minuman ini sangat dibutuhkan dikarenakan kebutuhan manusia yang semakin meningkat, salah satu perusahaan manufaktur yaitu PT. Mayora Indah Tbk. PT Mayora Indah Tbk merupakan salah satu perusahaan manufaktur terkemuka di Indonesia yang mengklasifikasikan produknya menjadi 2 (dua kategori) yaitu makanan olahan dan minuman olahan. PT Mayora Indah Tbk juga berhasil menjadi market leader yang sukses dan terkenal yang telah menciptakan pelopor pada kategorinya masing-masing.

Hingga saat ini PT Mayora Indah Tbk sektor makanan dan minuman beroperasi untuk memenuhi segala tuntutan dan kebutuhan dari masyarakat terhadap produk olahan makanan dan produk olahan minuman. Menurut Kementrian Keuangan Dirjen Kekayaan Negara, Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54 persen menjadi Rp775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman Nasional Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut porsinya sebesar 38,05% terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61% terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun. ([www.djkn.kemenkeu.go.id](http://www.djkn.kemenkeu.go.id)).

Pada kondisi ekonomi yang kurang baik, contoh pada saat muncul Pandemi Covid-19 awal tahun 2020 telah memberikan dampak yang besar pada aspek perekonomian dan aspek kesehatan di Indonesia. selain aspek tersebut, pandemi juga memberikan dampak fluktuasi pada kerjasama perdagangan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman dengan berbagai negara yang mengakibatkan resesi ekonomi global yang mengalami perlambatan sebesar 1-2% yang berpengaruh langsung terhadap menurunnya pertumbuhan ekonomi di indonesia sebesar 0,1% - 0,3% pada saat pandemi Virus Covid-19. Dalam rangka memutuskan rantai penyebaran virus tersebut, pemerintah mengeluarkan kebijakan mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), yang berimbas kepada pembatasan aktivitas bisnis dan kapasitas produksi karena ketidakpastian kondisi ekonomi yang berdampak pada risiko penurunan Nilai Perusahaan.

**Tabel Kondisi Industri-Industri di Indonesia pada masa Covid-19 tahun 2021**

No	Sektor	Nilai
1	Industri Makanan dan Minuman	19,58%
2	Industri logam dasar	13,78%
3	Industri kimia, farmasi dan obat tradisional	9,28%
4	Industri barang dari logam, computer, barang elektronik, optic, dan peralatan listrik	7,63%
5	Industri tekstil dan pakaian jadi	5,86%

Sumber : Kementerian Perindustrian (kemenperin.go.id, 2021)

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa kontributor yang memiliki nilai Ekspor terbesar yaitu dari sektor industri makanan dan minuman dengan nilai sebesar 19,58%. Ini berarti industri makanan dan minuman mampu bangkit dari kondisi kontraksi dan kembali tumbuh positif akibat pandemi Covid-19. Industri makanan dan minuman juga memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian nasional dibandingkan dengan sektor manufaktur lainnya.

Setiap perusahaan industri makanan dan minuman harus mempertahankan kelangsungan usahanya, agar dapat mengatasi tingkat persaingan yang ketat, upaya yang dilakukan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sebagaimana didefinisikan oleh Alhayra, Tangngisulu, dan Fajriah (2024), merupakan cerminan terhadap kinerja, dan prospek masa depan suatu perusahaan yang diukur dengan harga sahamnya. Harga saham, sebagai representasi dari nilai perusahaan ini, menjadi indikator utama bagi investor untuk menilai daya tarik investasi. Nilai perusahaan menjadi fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, nilai perusahaan yang tinggi juga membuat kalangan pasar percaya terhadap pola kerja manajemen dalam mengelola perusahaan serta menjadikan prospek perubahan terhadap perusahaan di masa yang akan datang

Salah satu tolak ukur dalam menentukan Nilai Perusahaan adalah dengan melihat rasio *Price Book Value (PBV)*. Menurut Sudana dalam (Khuzaeni & Restu, 2024: 786) *Price Book Value* merupakan salah satu dari rasio penilaian yang mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per saham. Rasio penilaian memberikan informasi terkait seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya. Menurut Movizar (2024) menyatakan bahwa *Price Book Value* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur tingkat harga saham apakah bernilai lebih atau dinilai terlalu rendah. Semakin rendah nilai *Price Book Value (PBV)* pada suatu saham, maka dapat dikatakan saham tersebut undervalued yang menandakan bahwa perusahaan tersebut baik untuk investasi jangka panjang. Jadi, *Price Book Value* merupakan perbandingan harga saham dengan nilai buku saham. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Price Book Value (PBV)* antara lain yaitu, *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)*.

Pertumbuhan Penjualan merupakan indikator utama keberhasilan strategi pemasaran dan manajemen operasional perusahaan. Pertumbuhan Penjualan yang konsisten mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Namun, tanpa pengelolaan biaya yang efektif, pertumbuhan penjualan tidak selalu memberikan dampak positif terhadap profitabilitas atau nilai perusahaan. Dalam banyak kasus, pertumbuhan penjualan yang tidak sejalan dengan efisiensi operasional dapat menimbulkan tekanan pada margin keuntungan dan mengurangi daya saing perusahaan.

Menurut Kesuma dalam (Fajriah et al., 2022:3) Pertumbuhan Penjualan adalah peningkatan jumlah penjualan dari waktu ke waktu atau dari tahun ke tahun. Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan, maka aktiva pun harus ditambah, dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pertumbuhan penjualan ini sering kali digunakan oleh investor untuk menilai kesehatan dan potensi pertumbuhan dari perusahaan. Kenaikan penjualan yang konsisten menandakan adanya permintaan pasar yang kuat terhadap produk atau layanan perusahaan sebagai tanda kinerja pemasaran yang efektif. Sedangkan jika perusahaan mengalami penurunan penjualan, menandakan bahwa perusahaan sedang mengalami penurunan pada kinerja bisnisnya. Selain itu, investor cenderung lebih berminat pada perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan dengan peningkatan laba yang stabil, dengan mengetahui hal tersebut maka, perusahaan dapat memberikan pengembalian investasi yang tinggi kepada investor.

Menurut Dewi dan Praptoyo (2022) ukuran perusahaan adalah skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan melalui indikator modal perusahaan, total asset perusahaan, dan total penjualan pada perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan atau skala perusahaan, akan semakin mudah bagi perusahaan memperoleh sumber pendanaan dari internal maupun eksternal (Hidayati dan Retnani, 2020). Ukuran perusahaan merupakan skala penilaian yang dapat dihitung dengan tingkat total asset dan penjualan yang dapat menunjukkan kondisi dimana perusahaan lebih besar akan mempunyai kelebihan sumber dana yang diperoleh untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba.

Menurut Hidayat dan Khotimah (2022) menyatakan bahwa terdapat berbagai macam skala yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengukur perusahaan, seperti total aset, *log size*, nilai pasar saham, penjualan, serta lainnya. Pengukuran ini memberikan pandangan yang berbeda terhadap dimensi perusahaan yang beragam, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang skala dan kompleksitas operasionalnya. Misalnya, total aktiva mencerminkan jumlah sumber daya yang dimiliki perusahaan dan memberikan gambaran tentang kemampuannya untuk mengelola aset secara efisien. Nilai pasar saham mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan potensi pertumbuhan perusahaan, sementara penjualan mencatat aktivitas bisnis sehari-hari dan tingkat penerimaan produk atau layanan perusahaan.

Menurut Lutfi dan Nardi (2019) *Return On Equity* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang telah diinvestasikan pemegang saham perusahaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. *Return On Equity (ROE)* sangat bergantung pada besar kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang relatif kecil, sehingga *Return On Equity (ROE)* yang dihasilkanpun kecil, begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar". *Return On Equity (ROE)* adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan kepada para pemegang saham. Secara umum, *Return On Equity (ROE)* adalah jumlah keuntungan dari laba bersih terhadap ekuitas yang biasanya dinyatakan dalam bentuk persen. Menurut Tandililin dalam (Ekawati dan Yuniati, 2020: 4) *Return On Equity* menjadi indikasi untuk mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan ekuitas yang telah diinvestasikan oleh para pemegang saham. Menurut (Jefri., dkk. 2020) *Return On Equity* merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan

total ekuitas. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi *Price Book Value* adalah *Current Ratio*, Menurut Wigati (2020) pengukuran likuiditas menggunakan *Current Ratio* yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek perusahaan. Tingginya *Current Ratio* akan menunjukan seberapa efektif perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya, dan laba yang diterima perusahaan juga akan meningkat. Menurut Sukamulja (2019) rasio lancar menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek perusahaan dengan menggunakan asset lancarnya yang tersedia. Semakin tinggi rasio lancar pada suatu perusahaan maka semakin likud keadaan keuangan perusahaan tersebut. Menurut Mujiono dan Hakim (2021) Semakin besar perbandingan aktiva lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya. Dengan kata lain Rasio ini menunjukkan perolehan laba bersih yang dapat diukur dari nilai aktiva.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode asosiatif kuantitatif, dimana menurut menurut Waruwu, Pu'at dkk. (2025) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang data-datanya digunakan dalam bentuk angka untuk menjawab penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono dalam (Ani, Lumanau, dan Tampewanas. 2021: 666) Penelitian Asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Berdasarkan metode penelitian kuantitatif penelitian ini menggunakan instrument pengumpulan data dan penelitian analisis data bersifat asosiatif kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:135). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan dari PT Mayora Indah, Tbk. Sampel yang ada dalam penelitian ini adalah berupa laporan neraca, laporan laba rugi, dan laporan perubahan modal dalam sepuluh tahun periode 2015 sampai 2024 di PT Mayora Indah, Tbk yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Website* Resmi PT Mayora Indah, Tbk.

### Hasil dan Pembahasan

#### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel Hasil Uji Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	440.399	791.031		.557	.602
	Sales Growth	412.394	66.580	1.389	6.194	.002
	Ukuran Perusahaan	-19.501	25.540	-.141	-.764	.480
	Return On Equity	-22.355	17.488	-.220	-1.278	.257
	Current Ratio	56.197	14.508	.798	3.874	.012

a. Dependent Variable: Price Book Value

Sumber : Output SPSS versi 25. Data diolah (2025)

Berdasarkan pengujian pada tabel hasil uji linier berganda dapat diperoleh persamaan berdasarkan hasil perhitungan persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 440,399 + 412,394 X_1 - 19,501 X_2 - 22,355 X_3 + 56,197 X_4$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, maka masing-masing variabel *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)* dan *Current Ratio (CR)* dapat diinterpretasikan pengaruhnya terhadap *Price Book Value (PBV)* Adalah sebagai berikut:

a) Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta sebesar 440,399 menunjukkan apabila variabel *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)* konstan atau tidak ada perubahan atau *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)* = 0), maka *Price Book Value (PBV)* 440,399. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai *Price Book Value (PBV)* yang positif dan *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)* = 0) dapat diartikan *Price Book Value (PBV)* adalah 440,399.

b) *Sales Growth* ( $X_1$ ) terhadap *Price Book Value (PBV)* ( $Y$ )

Memiliki koefisien regresi sebesar 412,394 dan bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan peningkatan satu-satuan *Sales Growth* dengan asumsi nilai koefisien regresi lain tetap, maka akan meningkatkan *Price Book Value (PBV)* sebesar 412,394. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *Sales Growth* dengan *Price Book Value (PBV)*. Berdasarkan hal tersebut, maka semakin besar *Sales Growth* akan membuat *Price Book Value (PBV)* semakin meningkat.

c) *Ukuran Perusahaan* ( $X_2$ ) terhadap *Price Book Value (PBV)* ( $Y$ )

Memiliki koefisien regresi sebesar -19,501 dan bertanda negatif, hal ini menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan peningkatan satu-satuan ukuran perusahaan dengan asumsi nilai koefisien regresi lain tetap, maka akan menurunkan *Price Book Value (PBV)* sebesar -19,501. Berdasarkan hal tersebut, maka semakin besar ukuran perusahaan akan membuat *Price Book Value (PBV)* semakin menurun.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 <sup>a</sup>	.930	.873	14.23296

a. Predictors: (Constant), Current Ratio, Return On Equity, Ukuran Perusahaan, Sales Growth  
b. Dependent Variable: Price Book Value

Sumber : Output SPSS versi 25. Data diolah (2025)

Pada R Square tabel hasil uji determinasi berhasil didapatkan nilai sebesar 0,930. Dasar pengambilan ini dikarenakan menggunakan empat variabel bebas sehingga R Square yang digunakan. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Sales Growth* ( $X_1$ ), *Ukuran Perusahaan* ( $X_2$ ), *Return On Equity (ROE)* ( $X_3$ ) dan *Current Ratio (CR)* ( $X_4$ ) terhadap *Price Book Value* ( $Y$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,930 atau jika dalam bentuk presentase yaitu sebesar 93%, sedangkan untuk 7% sisanya maka dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

## Uji Hipotesis

### Uji t

**Tabel Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	440.399	791.031		.557	.602
	Sales Growth	412.394	66.580	1.389	6.194	.002
	Ukuran Perusahaan	-19.501	25.540	-.141	-.764	.480
	Return On Equity	-22.355	17.488	-.220	-1.278	.257
	Current Ratio	56.197	14.508	.798	3.874	.012

a. Dependent Variable: Price Book Value

Sumber : Output SPSS versi 25. Data diolah (2025)

Berdasarkan data yang diolah dengan *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 25*, maka diperoleh penjelasan sebagai berikut: Secara parsial *Sales Growth* berpengaruh terhadap *Price Book Value (PBV)*; secara parsial *Ukuran Perusahaan* tidak berpengaruh terhadap *Price Book Value (PBV)*; secara parsial *Return On Equity (ROE)* tidak berpengaruh terhadap *Price Book Value (PBV)*; secara parsial *Current Ratio (CR)* berpengaruh secara parsial terhadap *Price Book Value (PBV)*. Maka dapat dinyatakan bahwa  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak.

### Uji F

**Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13361.831	4	3340.458	16.490	.004 <sup>b</sup>
	Residual	1012.886	5	202.577		
	Total	14374.717	9			

a. Dependent Variable: Price Book Value  
b. Predictors: (Constant), Current Ratio, Return On Equity, Ukuran Perusahaan, Sales Growth

Sumber : Output SPSS versi 25. Data diolah (2025)

Berdasarkan Output tabel diatas, hasil uji Anova diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  16,490 lebih besar dari  $F_{tabel}$  4,534 dengan signifikan 0,004 lebih kecil dari 0,05 atau ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) dan  $F_{signifikansi} < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ( $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak) yang artinya secara simultan *Sales Growth*, *Ukuran Perusahaan*, *Return On Equity (ROE)*, *Current Ratio (CR)* Secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *Price Book Value (PBV)*.

## Pembahasan

### Pengaruh *Sales Growth* terhadap *Price Book Value (PBV)*

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil *Sales Growth* terhadap *Price Book Value (PBV)* (Y) nilai  $t_{hitung}$  dari *Sales Growth* lebih dari nilai  $t_{tabel}$  atau ( $6,194 > t_{tabel} 2,571$ ) dengan nilai signifikansi 0,002 yang artinya bahwa nilai ini kurang dari tingkat signifikansi ( $0,002 < 0,05$ ). Dimana dasar pengambilan keputusan ini menyatakan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan secara parsial terdapat pengaruh antara *Sales Growth* terhadap

*Price Book Value (PBV)*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Claudia Meygriza Dolontelide dan Anneke Wangkar (2019) yang menyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Price Book Value (PBV)**

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil Ukuran Perusahaan terhadap *Price Book Value (PBV)* (Y) Nilai  $T_{hitung}$  dari Ukuran Perusahaan lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  atau ( $0,764 < t_{tabel} 2,571$ ) dengan nilai signifikansi 0,480 yang artinya bahwa nilai ini lebih dari tingkat signifikansi ( $0,480 > 0,05$ ). Dimana dasar pengambilan keputusan ini menyatakan bahwa  $H_{a2}$  ditolak dan  $H_{o2}$  diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Ukuran Perusahaan terhadap *Price Book Value (PBV)*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Uswatun Hasanah, Lita Permata Sari, dan Ida Subaida (2023) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada Nilai Perusahaan.

#### **Pengaruh Return On Equity (ROE) terhadap Price Book Value (PBV)**

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil dari *Return On Equity (ROE)* terhadap *Price Book Value (PBV)* (Y) Nilai  $t_{hitung}$  dari *Return On Equity (ROE)* lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  atau ( $1,278 < t_{tabel} 2,571$ ) dengan nilai signifikansi 0,257 yang artinya bahwa nilai ini lebih dari tingkat signifikansi ( $0,257 > 0,05$ ). Maka dapat dinyatakan bahwa  $H_{a3}$  ditolak dan  $H_{o3}$  diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan secara parsial tidak terdapat pengaruh antara *Return On Equity (ROE)* terhadap *Price Book Value (PBV)*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Siswanto, Nasrani Lewi Moses Napitu (2025) yang menyatakan bahwa hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa tidak ada pengaruh antara *Return On Equity (ROE)* terhadap *Price Book Value (PBV)*.

#### **Pengaruh Current Ratio (CR) terhadap Price Book Value (PBV)**

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil dari *Current Ratio (CR)* terhadap *Price Book Value (PBV)* (Y) Nilai  $T_{hitung}$  dari *Current Ratio (CR)* lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  atau ( $3,874 < t_{tabel} 2,571$ ) dengan nilai signifikansi 0,012 ( $0,012 > 0,05$ ). Maka dapat dinyatakan bahwa  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak. Maka dapat ditarik kesimpulan secara parsial terdapat pengaruh antara *Current Ratio (CR)* terhadap *Price Book Value (PBV)*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bagus Widiantono (2022) menyatakan bahwa hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Current Ratio (CR)* berpengaruh terhadap *Price Book Value (PBV)*.

#### **Pengaruh Sales Growth, Ukuran Perusahaan, Return On Equity (ROE), dan Current Ratio (CR) terhadap Price Book Value (PBV)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.15 dimana uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan R Square Sebesar 0,930 atau 93% ini menandakan bahwa pengaruh *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)* terhadap *Price Book Value (PBV)* sebesar 93%, sedangkan untuk 7% sisanya ini dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan tabel 4.17 dimana uji hipotesis (Uji F) menunjukkan hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 16,490 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 4,534. Selain itu, didapat juga nilai signifikansi sebesar 0,004 atau nilainya lebih kecil dari 0,05, ( $0,004 < 0,05$ ). Dimana, dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan, *Return On Equity (ROE)*, dan *Current Ratio (CR)* berpengaruh secara simultan terhadap *Price Book Value (PBV)* hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 atau ( $0,004 < 0,05$ ) dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 16,490 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 4,534 atau ( $16,490 > 4,534$ ).

## Kesimpulan

Upaya yang sebaiknya dilakukan PT Mayora Indah Tbk untuk mempertahankan *Sales Growth* adalah dengan meningkatkan penjualannya dan mempertahankan kualitas produk dan layanan perusahaan, tetapi sebaiknya perusahaan juga memanfaatkan penggunaan pendanaan eksternal seperti hutang, jika perusahaan menggunakan utangnya secara maksimal maka nilai perusahaan dapat semakin baik juga. Untuk meningkatkan Ukuran Perusahaan adalah dengan meningkatkan penjualannya dan mengurangi aktiva atau mengurangi persediaan yang kurang produktif. Untuk meningkatkan *Return On Equity* adalah dengan cara perusahaan harus mengefisiensi dalam mengeluarkan biaya-biaya dan ongkos untuk menghasilkan laba bersih yang tinggi sehingga hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Untuk mempertahankan nilai *Current Ratio* adalah dengan cara terus meningkatkan nilai asset lancar, karena asset lancar yang tinggi akan dapat dilikuidasi tanpa adanya hambatan terutama untuk membayar hutang yang telah jatuh tempo. Kemudian bagi calon investor dan investor disarankan agar lebih teliti dalam memperhatikan faktor-faktor fundamental dan lebih banyak melakukan analisis mendalam pada perusahaan tersebut apakah kinerja perusahaan yang rendah ini hanya sementara, atau memang terdapat masalah struktural yang membuat saham tersebut tidak menarik.

## Referensi

### Buku

- Amaliyah, S. R., dkk. (2025). *Manajemen Keuangan (Teori dan Praktek dalam Mencapai Financial Freedom)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia..
- Atmaja, L. S. (2018). *Teori & Praktik Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Asrin, A. (2021). *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kinerja Guru*. CV. Azka Pustaka.
- Brigham EF, Houston JF. (2018). *Dasar-dasar manajemen keuangan Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat
- Fahmi, I. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alvabeta
- Fitriana., A. (2024). *Buku Ajar Analisis Laporan Keuangan*. Banyumas: CV. Malik Rizki Amanah.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Univesitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. 10th ed.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2018). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Hasan, S., Elpisah., dkk. (2022). *Manajemen Keuangan*. Banyumas: Cv. Pena Persada.
- Hasibuan, S., Puspaningtyas, R., & Bachtiar, E., Astuty, S., Lutfie, M., Rustan, F. R., ... & Rachim, F. (2023). *Ekonomi Teknik*. Penerbit Tahta Media.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Edisi Revisi, Cetakan ke-12*. Depok: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, U. (2021). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Uad Press.
- Kusuma, I. A., dkk. (2020). *Pengantar Bisnis Manajemen, Pembiayaan, Pemasaran, dan Operasional*. Yogyakarta: Diandra Kreatif/Mirra Buana Media.
- Machmuddah, Z. (2020). *Metode Penyusunan Skripsi Bidang Ilmu Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)
- Mappadang, A. (2021). *Buku Ajar Manajemen Investasi & Portofolio*. Banyumas: CV. Pena Persada.

- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: Deepublish
- Ompusunggu, H., & Wage, M. S. (2021). *Manajemen Keuangan (Poniman (ed.); Pertama)*. Batam Kep. Riau: Batam Publisher.
- Prihadi., T. (2020). *Analisis Laporan Keuangan, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto, E. (2021). *Manajemen Keuangan Dasar*. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukamulja, S. (2019). *Analisis Laporan Keuangan sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi*. Yogyakarta: Edisi 1. Andi.
- Thian, Alexander. (2022). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

### Jurnal

- Adnyani, I. G. N. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2020). The Effect of Company Sizes, Sales Growth, and Profitability On Firm Values. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(6), 265–271. www.ajhssr.com.
- Alfi Hidayati, D. M., Sayidah, N., (2025). Analisis Pengaruh Pbv, Eps, Roa Terhadap Harga Saham Sektor F&B (Bei 2020-2023). *Jurnal PETA*, 10(1) 75-89.
- Alhayra, A. R., Tangngisulu, J., & Fajriah, Y. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1) 2669-2680.
- Aminah, S. (2019). Pengaruh Current Ratio, Earning Per Share, Return On Equity Terhadap Debt To Equity Ratio Pada Perusahaan Yang Termasuk Di Jakarta Islamic Index (Jii) Periode 2013-2017. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 4(2) 25-34.
- Andikasari, R. (2018). Pengaruh *Return On Equity, Price Earning Ratio, Earning Per Share* Dan *Firm Size* Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(2) 1-17.
- Apridawati, N. D., & Hermanto, S. B. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 9(11): 1-23.
- Barnades, A. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei Periode (2014-2018). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(6) 1-20.
- Ekawati, S. & Yuniati, T. (2020). Pengaruh ROA, ROE, Dan EPS Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Transportasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9(3), 1-16.
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7).
- Eriz Sandi. Z. (2019). Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Nilai Perusahaan: Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 8(3) 1-23.
- Hary Putri, F. L., & Suprihadi, H., (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Sub-Industri Processed Food Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 14(4) 1-19.
- Khuzaeni, Laelasari, R., (2024). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Price Book Value (PBV) pada Perusahaan Sub Sektor Industri Rokok yang Terdaftar di Bei Periode 2019-2023. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(3)784-792.

- Lutfi, A., & Nardi, S. (2019). Pengaruh Current Ratio (CR), Return On Equity (ROE) Dan Sales Growth Terhadap Harga Saham Yang Berdampak Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, Vol. 2, No. 3, Halaman: 83-100.
- Oktavia, S., Silvia, D., & Novalita, N. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Mayora Indah Tbk Periode Tahun 2013–2022. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 18117–18124. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i2.14888>.
- Putri, F. L. H., & Suprihhadi, H. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Sub-Industri Processed Food Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 14(4).
- Wahyudin, W., & Ahyuni, D. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Ritel Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(2), 223-236.