# ABSTRACT

**Sarveli Manurung, Student ID 7223220013, The Effect of Liquidity, *Leverage*, and Profitability on Firm Value in *Consumer non-cyclicals* Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2022–2024 Period. Thesis, Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, State University of Medan.**

Firm value is an indicator that reflects investors' perceptions of a company's performance and prospects. In the non-cyclical consumer sector, firm value, as proxied by *Price to Book Value* (PBV) during the 2022–2024 period, fluctuated and tended to be below one. This phenomenon necessitates examining the factors influencing firm value, namely liquidity, leverage, and profitability. This research is based on Signaling Theory, which explains that information about a company's financial condition serves as a signal for investors in assessing the company's prospects. Trade-off Theory explains that optimal use of debt can increase firm value, ultimately achieving an optimal capital structure. This study aims to analyze the effect of liquidity, leverage, and profitability on firm value in non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2022–2024 period.

This research uses a quantitative approach with secondary data obtained from company financial reports. The research sample was determined using purposive sampling technique, while data analysis was conducted using panel data regression with the help of EViews 12 application. Liquidity was proxied by *Current Ratio* (CR), leverage by Debt to Equity Ratio (DER), profitability by Return on Assets (ROA), and firm value by *Price to Book Value* (PBV). The results of the study indicate that partially liquidity and leverage have no significant effect on firm value, while profitability has a positive and significant effect on firm value. Simultaneously, liquidity, leverage, and profitability have a significant effect on firm value. This finding indicates that profitability is the factor most capable of increasing firm value, so companies need to optimize their ability to generate profits as an effort to increase investor confidence and firm value.

**Keywords: Liquidity, *Leverage*, Profitability, Firm Value.**

# ABSTRAK

**Sarveli Manurung, NIM 7223220013, Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2024. Skripsi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan.**

Nilai perusahaan merupakan indikator yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Pada sektor *consumer non-cyclicals*, nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) selama periode 2022–2024 menunjukkan kondisi yang berfluktuasi dan cenderung berada di bawah satu. Fenomena tersebut mendorong perlunya pengujian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, yaitu likuiditas, leverage, dan profitabilitas. Penelitian ini didasarkan pada Teori Sinyal (*Signalling Theory*) yang menjelaskan bahwa informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan menjadi sinyal bagi investor dalam menilai prospek perusahaan, serta *Trade-off Theory* yang menjelaskan bahwa penggunaan utang secara optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan hingga mencapai struktur modal yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh likuiditas, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan aplikasi EViews 12. Likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio* (CR), leverage dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), profitabilitas dengan *Return on Assets* (ROA), dan nilai perusahaan dengan *Price to Book Value* (PBV). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial likuiditas dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang paling mampu meningkatkan nilai perusahaan, sehingga perusahaan perlu mengoptimalkan kemampuan menghasilkan laba sebagai upaya meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan.

**Kata Kunci: Likuiditas, *Leverage*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan**