

DETERMINAN PROFITABILITAS DENGAN LEVERAGE SEBAGAI PEMODERASI

Temu Adi Wijaya^{1*}, Tiolina Evi Nausta Pardede²

¹Mahasiswa Perbanas Institute

²Dosen Perbanas Institute

*Korespondensi : temi.adi47@perbanas.id

Diterima: 30 06 2025

Disetujui: 23 07 2025

Diterbitkan: 30 07 2025

Abstract

This study aims to determine the effect of firm size and sales growth on profitability by using leverage as a moderating variable. This research method uses moderated regression analysis with a quantitative approach using SPSS 25 software. The sample selection technique in this study uses a purposive sampling method with 30 companies listed on the Indonesia Stock Exchange for three periods. The results of the study indicate that company size and sales growth have an effect on profitability, leverage can strengthen the effect of company size on profitability but cannot strengthen the effect of sales growth on profitability.

Keywords: *firm size, sales growth, profitability, leverage*

1. PENDAHULUAN

Dinamika perkembangan ekonomi mendorong perubahan dalam perilaku dan pola bisnis seiring dengan perkembangan zaman. Khususnya bagi perusahaan yang berorientasi pada keuntungan, berbagai upaya dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan laba yang diperoleh. Profitabilitas adalah salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja suatu Perusahaan. Selain itu, ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan juga merupakan bagian pendukung dari kenaikan laba suatu Perusahaan. Hal ini juga didukung dengan Tingkat *leverage* yang digunakan untuk menghasilkan laba Perusahaan. Oleh karena itu, memahami hubungan antara ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan profitabilitas menjadi penting untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong kinerja keuangan perusahaan secara berkelanjutan.

Terdapat penelitian-penelitian yang sudah membahas mengenai pengaruh ukuran Perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* terhadap profitabilitas. Namun, penelitian-penelitian tersebut memberikan hasil yang tidak konsisten. Penelitian mengenai ukuran Perusahaan yang dilakukan oleh Khasanah & Triyonowati (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Irmawati & Riduwan (2020) menunjukkan hasil yang berbanding terbalik, yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Penelitian mengenai pertumbuhan penjualan yang dilakukan oleh Wulandari & Gultom (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Farika & Dewi (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Selain itu, terdapat beberapa penelitian yang membahas pengaruh *leverage* terhadap

profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Anggarsari & Aji (2018) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas dan penelitian yang dilakukan oleh Irmawati & Riduwan (2020) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas,

Berdasarkan latar belakang dan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dengan menggunakan *leverage* sebagai variabel moderasi.

2 KERANGKA TEORETIS

Signalling Theory

Informasi merupakan salah satu aspek yang sangat penting, baik bagi manajemen maupun bagi investor untuk keberlangsungan usaha. Dengan adanya informasi yang tersalurkan dengan baik, investor ataupun manajemen dapat melakukan pengambilan keputusan dengan baik. Hal ini berhubungan dengan teori signalling yang menjelaskan bahwa sinyal adalah langkah yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan (Brigham & Huston, 2016). Sinyal ini bisa berupa informasi mengenai tindakan yang telah diambil oleh manajemen untuk mewujudkan harapan pemilik.

Teori ini menjelaskan bagaimana informasi yang tidak sempurna atau asimetris antara pihak-pihak yang terlibat dapat diatasi melalui sinyal-sinyal tertentu. Teori signaling juga berkaitan erat dengan prinsip pengungkapan informasi yang transparan. Pengungkapan yang jujur dan jelas tentang kondisi perusahaan dapat memperkecil informasi asimetris antara manajemen dan investor, sehingga menciptakan kepercayaan yang lebih besar antara kedua pihak. Sebaliknya, pengungkapan yang kurang jelas atau bahkan manipulatif dapat

meningkatkan ketidakpastian, yang berisiko menurunkan nilai saham dan merugikan perusahaan dalam jangka panjang.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai seberapa besar suatu perusahaan dengan melihat total asset atau total pendapatan dari perusahaan tersebut. Menurut Mahanani & Katika (2022) ukuran perusahaan dapat dihitung dengan logaritma natural (Ln) dari total asset suatu perusahaan. Tinggi rendahnya asset yang dimiliki oleh suatu perusahaan sangat mempengaruhi ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dapat diprosikan dengan rumus sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Assets)$$

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah pendapatan yang diperoleh perusahaan dari aktivitas penjualan barang atau jasa dalam suatu periode dibandingkan dengan periode sebelumnya. Menurut Wulandari & Gultom (2018) penjualan pada periode sebelumnya dapat dijadikan sebagai dasar dalam memperkirakan penjualan serta tingkat profitabilitas perusahaan di masa mendatang, dan rumus pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut,

$$PP = \frac{S1 - S0}{S0}$$

Keterangan:

PP : Pertumbuhan Penjualan

S1 : Penjualan periode berjalan

S0 : Penjualan periode sebelumnya

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset yang dimiliki. Salah satu metode pengukuran profitabilitas adalah Return on Assets (ROA),

yaitu rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari keseluruhan asetnya. Menurut Gitman & Zutter (2002) ROA mencerminkan tingkat efisiensi manajemen dalam mengelola aset perusahaan guna memperoleh laba. Adapun rumus untuk menghitung ROA adalah:

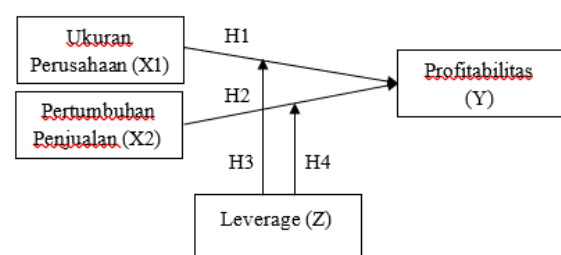
$$ROA = \frac{Earning\ After\ Tax}{Total\ Assets}$$

Leverage

Leverage merupakan Tingkat utang yang digunakan Perusahaan untuk kegiatan operasionalnya yang bertujuan untuk meningkatkan laba. Salah satu metode pengukuran leverage adalah Debt to Asset Ratio (DAR), yaitu rasio yang digunakan untuk melihat berapa banyak asset Perusahaan yang berasal dari utang (Gitman & Zutter, 2002). Rumus untuk menghitung DAR adalah sebagai berikut,

$$DAR = \frac{Total\ Liabilities}{Total\ Assets}$$

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan kerangka pemikiran pada gambar 1, dapat dirumuskan dihipotesis penelitian sebagai berikut.

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas

H2: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas

H3: *Leverage* memperkuat pengaruh ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas

H4: *Leverage* memperkuat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas

3 METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan pengujian hipotesis. Objek yang dianalisis dalam studi ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri. Variabel independen yang digunakan terdiri dari ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan, sementara variabel dependen adalah profitabilitas dan variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *leverage*.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan yang telah diaudit dan dipublikasikan di situs resmi Bursa Efek Indonesia selama periode 2022 hingga 2024. Data yang digunakan pada penelitian ini didapatkan menggunakan metode dokumentasi dan menggunakan studi kepustakaan dengan mempelajari dan membaca referensi yang relevan.

Teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah regresi moderasi, dengan bantuan perangkat lunak statistik IBM SPSS versi 25. Pengujian yang dilakukan meliputi uji asumsi klasik dan uji hipotesis untuk melihat hubungan serta pengaruh antar variabel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil sampel dari 30 perusahaan pada subsektor industri manufaktur selama periode tiga tahun, yakni dari tahun 2022 hingga 2024, sehingga jumlah total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 sampel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,05387858
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,089
	Negative	-,062
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah populasi data telah terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018). Pengujian ini digunakan dengan metode Kolmogorov Smirnov dengan nilai *Asymp Sig.* harus lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel 1. Nilai *Asymp Sig.* metode Kolmogorov Smirnov Test pada penelitian ini sebesar 0,073 yang lebih besar dari 0,05 sehingga pada penelitian ini data telah terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Ukuran Perusahaan	,981	1,019
	Pertumbuhan Penjualan	,929	1,076
	<i>Leverage</i>	,947	1,056

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Uji Multikolinearitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk melihat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF* yang harus berada diatas 0,1 dan dibawah 10 (Ghozali, 2018). Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Tolerance* diatas 0,1 dan nilai *VIF* dibawah 10. Sehingga pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	,087	,018		4,823	,000
Ukuran Perusahaan	-,002	,001	-,145	-1,417	,160
Pertumbuhan Penjualan	-,001	,011	-,011	-,107	,915
Leverage	-,019	,007	-,230	-1,1077	,063

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji heteroskedastisitas adalah metode pengujian yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya varian yang tidak konstan. Pengujian ini dilakukan dengan metode Uji Glejser dengan nilai sig haru ada diatas 0,05 (Ghozali, 2018). Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari masing masing variable lebih dari 0,05 sehingga pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,068	4	,017	6,104	,000 ^b
	Residual	,235	85	,003		
	Total	,303	89			

a. Dependent Variable: Profitabilitas

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan * Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan * Leverage

Uji simultan atau Uji F adalah metode pengujian yang digunakan untuk melihat pengaruh variable independent terhadap variable dependen secara bersama-sama (Ghozali, 2018). Pengujian ini dapat dilihat dengan nilai signifikansi yang dihasilkan, apabila nilainya kurang dari 0,05 maka variable independent secara simultan berpengaruh terhadap variable dependen. Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga pada penelitian ini, variable independent berpengaruh secara simultan terhadap variable dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	,156	,027		5,846	,000
Ukuran Perusahaan	-,005	,002	-,263	-	,022
Pertumbuhan Penjualan	,091	,046	,490	1,998	,049
Pertumbuhan Penjualan * Leverage	-,176	,076	-,603	-	,022
Ukuran Perusahaan * Leverage	-,003	,002	-,139	-	,265

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Uji signifikansi parsial atau uji t adalah metode pengujian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independent secara parsial terhadap variable dependen. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_a diterima atau variable independent berpengaruh terhadap variable dependen (Ghozali, 2018).

Berdasarkan tabel 5, hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,022 atau lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas H1 diterima.
2. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,049 atau lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas. H2 diterima.
3. Variabel ukuran perusahaan yang dimoderasi oleh *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,022 atau lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. H3 diterima.
4. Variabel pertumbuhan penjualan yang dimoderasi oleh *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,265 atau lebih besar daripada 0,05. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa *leverage* tidak dapat memoderasi pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. H4 ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,472 ^a	,223	,187	,052606

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan * *Leverage* , Pertumbuhan Penjualan , Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan * *Leverage*

Uji Koefisien determinasi merupakan metode pengujian yang digunakan untuk mengetahui besaran variable independent menjelaskan variable dependen dengan melihat nilai *adjusted r square* (Ghozali, 2018). Pada tabel 6 dapat diketahui bahwa *adjusted r square* sebesar 0,187 atau 18,7% yang artinya pada penelitian ini variable independennya dapat menjelaskan variable dependen sebanyak 18,7% dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Pembahasan

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

Berdasarkan tabel 5, nilai signifikansi ukuran perusahaan terhadap profitabilitas sebesar 0,022 atau lebih kecil daripada 0,05 yang berarti H1 diterima atau ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Khasanah & Triyonowati (2021) dan Fitri Fatun & Meirini (2024) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ukuran perusahaan dapat memengaruhi profitabilitas karena semakin besar suatu perusahaan, semakin luas pula kapasitas operasional yang dimilikinya untuk menghasilkan laba. Perusahaan besar juga cenderung mampu memproduksi berbagai jenis produk dan menjangkau lebih banyak segmen pasar, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan. Ukuran perusahaan yang besar memberikan sinyal positif kepada investor

mengenai prospek usaha yang sedang dijalankan oleh perusahaan. Hal ini mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya secara efisien, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja keuangan dan profitabilitas perusahaan.

Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas

Berdasarkan tabel 5, nilai signifikansi pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas sebesar 0,049 atau lebih kecil daripada 0,05 yang berarti H2 diterima atau ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Farika & Dewi (2023) dan Yanti et al. (2025) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas karena peningkatan penjualan mencerminkan peningkatan permintaan pasar terhadap produk yang diproduksi atau dijual oleh perusahaan yang mendorong pertumbuhan laba. Pertumbuhan penjualan dapat memberikan sinyal positif kepada investor dan pemangku kepentingan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan strategi bisnis yang efektif. Hal ini meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja keuangan perusahaan, yang pada akhirnya memperkuat hubungan antara pertumbuhan penjualan dan profitabilitas.

Leverage memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

Berdasarkan tabel 5, nilai signifikansi *leverage* memoderasi ukuran perusahaan terhadap profitabilitas sebesar 0,022 atau lebih kecil daripada 0,05 yang berarti H3 diterima. Hal ini berarti *leverage* dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

Leverage dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas karena penggunaan utang yang optimal menunjukkan

kepercayaan manajemen terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa depan. Penggunaan leverage oleh perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor bahwa manajemen memiliki kemampuan dalam mengelola risiko keuangan dengan baik. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor terhadap kapasitas perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan utang agar mendorong peningkatan laba perusahaan.

Leverage memperkuat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas

Berdasarkan tabel 5, nilai signifikansi leverage memoderasi pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas sebesar 0,265 atau lebih besar daripada 0,05 yang berarti H4 ditolak. Hal ini berarti leverage tidak dapat memperkuat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.

Leverage tidak memperkuat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas karena tingginya utang dapat mengurangi efisiensi dalam menghasilkan laba, terutama jika beban bunga meningkat seiring dengan pertumbuhan pendapatan. Penggunaan leverage yang terlalu besar dapat memberikan sinyal negative kepada investor bahwa perusahaan akan menghadapi risiko yang tinggi. Ketergantungan pada pembiayaan eksternal bisa diartikan sebagai kelemahan dalam struktur keuangan, yang menurunkan kepercayaan terhadap prospek keuntungan jangka panjang.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat diperoleh bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industrial periode 2022 sampai dengan 2024. Kemudian pertumbuhan penjualan menunjukkan hasil yang sama, yaitu berpengaruh terhadap profitabilitas

pada perusahaan manufaktur sektor industrial periode 2022 sampai dengan 2024.

Dengan menggunakan *leverage* sebagai variable moderasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap moderasi. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan pertumbuhan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* tidak memperkuat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industrial periode 2022 sampai dengan 2024.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya adalah pendeknya periode penelitian yang hanya terdiri dari tiga tahun, yaitu tahun 2022, 2023, dan 2024. Selain itu, keterbatasan lainnya berada pada populasi yang digunakan hanya terbatas pada perusahaan manufaktur sektor industrial. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan sampel penelitian, periode penelitian, bahkan variable yang digunakan untuk melihat factor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas selain ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage.

REFERENSI

- Anggarsari, L., & Aji, T. S. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Likuiditas, Perputaran Modal Kerja dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 201-2016). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 542–549.
- Brigham, E. F., & Huston, J. F. (2016). *Essentials of Financial Management* (14th ed.). Cengage Learning .
- Farika, V. D. S., & Dewi, N. G. (2023).

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas. 8(1), 44–53.

Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Sub Sektor Kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 6, 496–515.

- Fitrifatun, N., & Meirini, D. (2024). Pengaruh Green Accounting, Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas: Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022 Nailil. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 822–841. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.649>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25 (9th ed.). Undip.
- Gitman, L. J. ., & Zutter, C. J. (2002). *Principles of Managerial Finance 14th Edition* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Irmawati, R., & Riduwan, A. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(5). www.idx.co.id
- Khasanah, U. A., & Triyonowati. (2021). Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Plastik dan Kemasan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(4).
- Mahanani, H. T., & Katika, A. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. . *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 360–372.
- Wulandari, P., & Gultom, R. (2018). Pengaruh Likuiditas, Aktivitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 4(2).
- Yanti, N. wayan S. A., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2025). *Pengaruh*