

**PENGARUH LIKUIDITAS, AKTIVITAS DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**
(Studi Pada Sub Sektor Advertising, Printing & Perangkatnya yang Tercatat
di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2017-2022)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Reza Rohman Hakim
NIM : 43120010150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH LIKUIDITAS, AKTIVITAS DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Pada Sub Sektor Advertising, Printing & Perangkatnya yang Tercatat
di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2017-2022)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Reza Rohman Hakim
NIM : 43120010150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Rohman Hakim

NIM : 43120010150

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri dan apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut baik disengaja maupun tidak disengaja, saya bersedia untuk dikenakan sanksi pembatalan skripsi yang saya ajukan sebagai hasil dari tulisan saya sendiri.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Febuari 2025



Reza Rohman Hakim

NIM: 43120010150

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reza Rohman Hakim
NIM : 43120010150
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH LIKUIDITAS, AKTIVITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Sub Sektor Advertising, Printing & Perangkatnya yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2017-2022)
Tanggal Sidang : 07 Maret 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Putri Andari Ferranti, S.E., MSE

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-04255011



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Investasi di sektor periklanan di Indonesia, Thailand, Singapura, Malaysia, Filipina, Korea Selatan, dan Taiwan akan mencapai hampir \$55 miliar pada tahun 2022. Nilai investasi meningkat terutama karena segmen iklan televisi yang akan mengalami pertumbuhan sebesar 36,3 miliar USD pada tahun 2022. Berikutnya adalah segmen periklanan digital dan radio dengan nilai investasi masing-masing sebesar 9,2 miliar USD dan 4,1 miliar USD. Berdasarkan wilayah tersebut, Indonesia menjadi negara dengan belanja iklan tertinggi. Pada tahun 2022, Nielsen mencatat nilai belanja iklan Indonesia mencapai 19,2 miliar USD dan tumbuh sebesar 5,02% dibandingkan tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh likuiditas, aktivitas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah sub sektor advertising, printing, dan perangkatnya yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022 yang berjumlah 24. Total jumlah perusahaan yang sesuai dengan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti ada 9 perusahaan. Pemilihan sampel menggunakan metode sampel jenuh dan didapatkan perusahaan. Desain penelitian adalah penelitian kausalitas dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan variabel likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel aktivitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: likuiditas, aktivitas, profitabilitas, nilai perusahaan, bursa efek Indonesia.



ABSTRACT

Reported from the goodstats.com website, investment in the advertising sector in Indonesia, Thailand, Singapore, Malaysia, the Philippines, South Korea, and Taiwan will reach almost \$55 billion in 2022. The investment value increased mainly because the television advertising segment will experience growth of 36.3 billion USD in 2022. Next is the digital and radio advertising segment with investment values of 9.2 billion USD and 4.1 billion USD, respectively. Based on these regions, Indonesia is the country with the highest advertising spending. In 2022, Nielsen recorded that Indonesia's advertising spending value reached 19.2 billion USD and grew by 5.02% compared to 2021. (Source: goodstats.com). This study aims to determine the effect of liquidity, activity, and profitability on company value. The population in this study is the advertising, printing, and equipment sub-sectors listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2022, totaling 24. The total number of companies that match the characteristics set by the researcher is 9 companies. The sample selection used the saturated sample method and obtained 9 companies. The research design is a causality study with a data analysis method using panel data regression analysis. The results of the study show that the liquidity variable has a positive and significant effect on company value, the activity variable does not affect company value, and the profitability variable does not affect company value.

Keywords: *liquidity, activity, profitability, company value, Indonesian stock exchange.*



KATA PENGANTAR

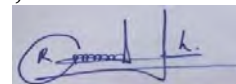
Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Likuiditas, Aktivitas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Sub Sektor Advertising, Printing & Perangkatnya yang tercatat di bursa efek Indonesia periode 2017-2022 dengan baik. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan, dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada ibu Putri Andari Ferranti, S.E., MSE, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Orang tua tercinta, dan keluarga yang selalu memberikan doa dan inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Teman kuliah saya Mario, Angga, Darrel, Haykal, Bima, Putra, Akmal, Sidni, Adi, Agus serta teman-teman lainnya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 21 Febuari 2025



Reza Rohman Hakim
NIM. 43120010150

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Teori Dasar.....	9
2. Nilai Perusahaan	10
3. Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan.....	11
4. Rasio Keuangan	12
5. Penelitian Terdahulu	14
B. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	22
1. Pengembangan hipotesis hubungan antar variabel	22
2. Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
B. Desain Penelitian.....	27
C. Definisi dan Operasional Variabel	27
D. Populasi dan Sampel Penelitian	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Metode Analisis Data.....	31

1. Analisis Statistik Deskriptif	32
2. Analisis Inferensial	32
G. Pemilihan Model Regresi Data Panel	34
1. Uji Chow	34
2. Uji Hausman	35
3. Uji Lagrange Multiplier	36
H. Uji heteroskedastisitas.....	36
I. Uji Model	37
J. Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
B. Analisis Statistik Deskriptif	40
C. Analisis Statistik Inferensial	42
D. Pembahasan Penelitian.....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	52
A. Simpulan	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu	14
3.1	Operasional Variabel Penelitian	29
3.2	Kriteria Sampel	30
3.3	Sample Penelitian	30
4.1	Daftar Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Advertising, Printing & Perangkatnya Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022	39
4.2	Hasil Pengujian Statistik Deskriptif Sub Sektor Advertising, Printing & Perangkatnya Periode 2017-2022	40
4.3	Hasil Uji Chow	42
4.4	Hasil Uji Hausman	43
4.5	Hasil Uji Lagrange Multiplier	43
4.6	Kesimpulan Pemilihan Model	44
4.7	Hasil Uji Random Effect Model	44
4.8	Hasil Uji F	45
4.9	Hasil Determinasi	45
4.10	Rangkuman Hipotesis dengan Hasil Hipotesis	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Nilai Investasi Sektor Periklanan Tahun 2022	2
1.2	Rata-rata nilai perusahaan sub sektor advertising, printing dan perangkatnya yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021	3
2.1	Rerangka Konseptual	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Data rata-rata nilai Perusahaan	60
2	Statistik Deskriptif	61
3	Common Effect Model	61
4	Fixed Effect Model	62
5	Random Effect Model	63
6	Uji Chow	63
7	Uji Hausman	64
8	Uji LM	64

