

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *leverage*, *size* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 27 perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* dan variabel *size* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai *R square* menunjukkan 68,4% nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh variabel *leverage*, *size* dan profitabilitas sedangkan sisanya 31,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Kata Kunci : *Leverage*, *Size*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of leverage, size and profitability on firm value in consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research method used is descriptive quantitative method. The sampling technique was carried out using the purposive sampling method and obtained a sample of 27 consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2016-2018. Analysis of the data used in this study is multiple linear regression. The results showed that leverage and size variables had no significant effect on firm value. But the profitability variable has a significant effect on firm value. R Square value shows 68,4% of the company's value can be influenced by variable leverage, size and profitability while the remaining 31,6% is influenced by other variables not included in the study.

Key Words: Leverage, Size, Profitability and Firm Value

