

ABSTRAK

Nilai Perusahaan menggambarkan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan dan mencerminkan kinerja perusahaan saat ini, semakin tinggi nilai perusahaan semakin baik bagi perusahaan dimata investor. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021). Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Jenis data menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan, sedangkan sumber data menggunakan sumber data eksternal. Populasi dalam penelitian ini yaitu 44 perusahaan sektor *consumer goods*. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling purposive sehingga diperoleh sampel sejumlah 32 perusahaan yang memenuhi kriteria pada tahun 2016-2021. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan level signifikansi sebesar 5% dan sebelumnya telah diuji asumsi yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, serta uji autokorelasi. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu struktur modal dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi struktur modal dan profitabilitas akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Sedangkan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Kata Kunci : Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

Company value describes the company's growth prospects in the future and reflects the company's current performance, the higher the company value, the better for the company in the eyes of investors. The purpose of this study was to determine the effect of capital structure, profitability, and company size on firm value (study of consumer goods sector companies listed on the IDX in 2016-2021). The research method uses quantitative methods. The type of data uses secondary data in the form of financial reports, while the data source uses external data sources. The population in this study is 44 companies in the consumer goods sector. The sampling technique used purposive sampling to obtain a sample of 32 companies that met the criteria for 2016-2021. This study uses multiple linear regression with a significance level of 5% and has previously tested assumptions which include the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test. The research results obtained are capital structure and profitability have a significant effect on firm value. This shows that a higher the capital structure and profitability will cause the company's value to increase. While the variable firm size does not significantly influence firm value. This shows that the higher the size of the company will not affect the increase in firm value.

Keywords : *Capital Structure, Profitability, Company Size, Firm Value*

